



NEUARJ

NEU ACADEMIC AND RESEARCH JOURNAL

ปีที่ 13
ฉบับที่ 1

วารสารวิชาการและวิจัย
มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

มกราคม - มีนาคม 2566

ISSN 2697-3731 (Online)

Thai-Journal Citation Index Centre Tier #2



บรรณาธิการแถลง

วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม – มีนาคม 2566 นี้ ซึ่งศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย TCI จัดคุณภาพให้เป็นวารสารกลุ่มที่ 2 กองบรรณาธิการมีความมุ่งมั่นคัดสรรผลงานทางวิชาการที่เปี่ยมไปด้วยคุณภาพในด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ เพื่อเป็นการเผยแพร่องค์ความรู้ให้แก่ผู้อ่าน ทั้งในรูปแบบของบทความวิจัยและบทความทางวิชาการในด้านรัฐประศาสนศาสตร์ บริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ มนุษยศาสตร์ นิเทศศาสตร์ นิติศาสตร์ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ศึกษาศาสตร์ และที่เกี่ยวข้องกับด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

สำหรับวารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ฉบับนี้ นำเสนอผลงานที่ผ่านการประเมินคุณภาพอย่างเป็นระบบจากผู้ทรงคุณวุฒิทางวิชาการที่เกี่ยวข้องในแต่ละสาขา รวม 14 เรื่อง เป็นบทความวิจัย จำนวน 13 เรื่อง และบทความวิชาการ จำนวน 1 เรื่อง การนำเสนอบทความจากผลงานวิจัยและบทความวิชาการที่มีคุณภาพ เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ทางวิชาการที่เป็นประโยชน์แก่สาธารณะนั้น ทุกบทความที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสาร จึงต้องผ่านกระบวนการทั้งในส่วนของคุณคณะกรรมการกลั่นกรองบทความของวารสารและผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ จำนวน 3 ท่าน ที่ทางกองบรรณาธิการได้กำหนดเป็นกรอบที่จะรับบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ โดยกองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าบทความที่นำเสนอในวารสารนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านทั้งในแง่ของการนำไปประยุกต์ใช้เพื่อการพัฒนาองค์กรหรือท้องถิ่น หรือการวิจัยต่อยอด ดังนั้น จึงขอเชิญชวนนักวิชาการ นักวิจัยจากทุกสถาบัน ทั้งภายในและต่างประเทศเสนอผลงานทางวิชาการของท่าน ทั้งที่เป็นบทความวิจัยหรือบทความวิชาการในด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ เพื่อเผยแพร่เป็นคุณค่าแก่สังคมต่อไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกอร บุญมี
บรรณาธิการ

สารบัญ

บทความ

การพัฒนาโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรม..... 1

The Development of a Program to Enhance the Professional Competency of
Technical Education Students

วรางคณา เหนือคูเมือง สุรกานต์ จังหาร และ สมาน เอกพิมพ์

Warangkana Nueakhumuang Surakarn Jangharn and Saman Ekkapim

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนการปลูกยาสูบ ของวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกยาสูบบ้านสวนจิก..... 17

หมู่ที่ 1 อำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด

Analysis of the Tobacco Cultivation Break-even Point of Tobacco Farmers of
Baan Suan Chik Community Enterprise, Moo 1, Srisomdej District,

Roi Et Province

นฤมล อริยพิมพ์

Naruemol Ariyapim

ส่วนประสมทางการตลาด 4Es ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค..... 30

ของผู้บริโภคผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

The Affecting of 4Es Marketing Mix to Consumer Buying Decision
on Consumer Products via Online Social Network

อุมาวรรณ วาทกิจ

Umarwan Watakit

การส่งเสริมการคิดสร้างสรรค์ภาษาไทยในยุคโควิด-19 โดยใช้แพลตฟอร์ม EDULEARN..... 46

Thai Creative Thinking in the COVID-19 Era by Using the EDULEARN Web
Application

ประกายฝน บรรดาศักดิ์ไพศาล

Prakaifon Bundasukpaisan

สารบัญ (ต่อ)

ผลกระทบของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างสรค์นวัตกรรม.....	55
ของกลุ่มธุรกิจชุมชน	
The Effect of Innovative Leadership on Innovative Behavior of Community Business Groups	
ธิตาภรณ์ ภูโอบ และ กาญจนา หินเช่าว์	
Titaphorn phoo-aob and Kanjana hinthaw	
แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา.....	70
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2	
Guidelines of Digital Leadership Development of School’s Administrators under Chaiyaphum Primary Educational Service Area Office 2	
สันติ พิณรัตน์ และ กุหลาบ ปุริสาร	
Santi Phinrat and Kularb Purisarn	
แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษา: เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า.....	84
ทุ่งใหญ่- ห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี	
Guidelines For Promoting Ecotourism: A Case Study of Nomination of Thung Yai – Huai Kha Khaeng Wildlife Sanctuary, Uthai Thani Province	
บุญญ์นิรันดร์ อังศุธีรกุล สิริพร ดงสิงห์ พศวรรตร์ วริพันธ์ และเสาวนีย์ สมันต์ตรีพร	
Poonnirun Aungsutheerakul Siriporn Dongsing Phasavat Wariphan and Saowanee Samantreeporn	
การพัฒนาแบบวัดความฉลาดทางสังคมสำหรับนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์.....	99
มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตอ่างทอง	
The Development of a Social intelligence Scale for Students in the Faculty of Education, Thailand National Sports University, AngThong Campus	
สาคร เพ็ชรสีม่วง	
Sakorn Petchseemuang	

สารบัญ (ต่อ)

การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียน ศูนย์เครือข่าย.....	112
การศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2 Good Governance Management Affecting Effectiveness of Kasetsoibun Network Center Schools Under Chaiyaphum Primary Educational Service Area Office 2	
สายเพชร พิณรัตน์ และ กุหลาบ ปุริสาร Saipetch Pinrat and Kularb Purisarn	
แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา.....	128
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 Guidelines for Developing Digital Leadership of School Administrators under the Office of Khon Kaen Primary Educational Service Area Office 5	
ปณิดา สุภารมย์ และ กุหลาบ ปุริสาร Panida Supharom and Kularb Purisarn	
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR.....	143
ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น Factors Affecting English Proficiency Testing according to CEFR Criteria of Personnel and Students of Northeastern University, Khon Kaen Province	
ธวัช ทะเพชร และ นเรศ สุรสิทธิ์ Thawush Thaphech and Nares Surasith	
การพัฒนารูปแบบอาหารท้องถิ่นในเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่การเป็นเมืองพักผ่อน... เพื่อสุขภาพชั้นนำ ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา The Development of Local Food Styles on Creative Tourism Routes to be a Leading City for Wellness and Leisure in the Tourism Development Zone of Muang District, Songkhla Province	154
วิชชาญ จุลทริก Witchan Junlarick	

สารบัญ (ต่อ)

พฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม.....	168
Tourists Behavior on The New Normality in MahaSarakham Province	
วัชรโรบล โกศลวิทยานันต์ ชัยธวัช ศิริบวรพิทักษ์ และ อาภาพรรณ จันทนาม	
Watcharobon Kosonwitthayanon Chaithawat Siribowonphitak and	
Apapan Jantanam	
ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม.....	178
กรณีศึกษา ตำบลโพนงาม อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี	
Consumers Attitudes in Mixed Marketing towards Friendly Environment Products	
Case Study: Phonngam Subdistrict, Nonghan District, Udon Thani Province	
ชนากานต์ อุณาพรหม วลีรัตน์ แสงไชย ศุภกานต์ โสภาพร และ ธนดล อามาตพล	
Chanakan Unaprom Waleerat Sangchai Suphakarn Sophaporn and	
Thanadol Armartpon	
คำแนะนำในการเตรียมบทความ.....	194

การพัฒนาโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรม The Development of a Program to Enhance the Professional Competency of Technical Education Students

วารางคณา เหนือคูเมือง¹, สุรกันต์ จังหาร² และสมาน เอกพิมพ์³
Warangkana Nueakhumuang¹, Surakarn Jangharn² and Saman Ekkapim³

¹ นักศึกษาระดับปริญญาเอก สังกัดสาขาวิชาหลักสูตรและการเรียนการสอน คณะครุศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

^{2,3} ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สังกัดสาขาวิชาหลักสูตรและการเรียนการสอน คณะครุศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

¹ Doctor of Education in Curriculum and Instruction, Rajabhat Maha Sarakham University

^{2,3} Associate Professor, Dr. in Curriculum and Instruction, Rajabhat Maha Sarakham University

อีเมล: warangkana.nu@rmuti.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

26 พฤศจิกายน 2565

18 มกราคม 2566

26 มกราคม 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรม 2) พัฒนาโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรม 3) ศึกษาผลของการใช้โปรแกรม 4) ติดตามผลในการนำความรู้และทักษะปฏิบัติที่ได้ไปใช้ในการฝึกปฏิบัติการสอนในสถานศึกษา โดยใช้วิธีดำเนินการวิจัยและพัฒนา แบ่งเป็น 4 ระยะ เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบประเมิน โปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพ แบบทดสอบ สถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลการศึกษาความต้องการจำเป็นของผู้ที่เรียนสาขาเกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์ จำนวน 222 คน พบว่ามีความต้องการจำเป็นในการพัฒนาสมรรถนะด้านงานซ่อมคอมพิวเตอร์ มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.56 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.49 2) โปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพช่างซ่อมคอมพิวเตอร์ที่พัฒนาขึ้น ประกอบไปด้วย จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม เนื้อหาแบ่งเป็น 6 หน่วยสมรรถนะ สื่อวิดีโอ ใบเนื้อหา และแบบทดสอบ ใบงาน ผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ พบว่าโปรแกรมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.66 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47 3) ผลการใช้โปรแกรม พบว่า มีผลสัมฤทธิ์หลังการการใช้โปรแกรมสูงขึ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ประสิทธิภาพเท่ากับ 81.41/90 และด้านทักษะปฏิบัติผ่านเกณฑ์ร้อยละ 95.38 ความเหมาะสมของโปรแกรมระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.44 4) ผลของการนำความรู้และสมรรถนะที่ได้ไปใช้ในการจัดการเรียนและพัฒนาผู้เรียน พบว่า สามารถนำความรู้และสมรรถนะที่ได้ไปใช้อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.66 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.37 และจากการวิเคราะห์ข้อมูลของนักศึกษาที่มี

คะแนนสอบสูงสุดและต่ำสุด พบว่าสามารถนำความรู้และสมรรถนะที่ได้ไปใช้อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.3 และอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.7

คำสำคัญ : โปรแกรมเสริมสมรรถนะนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรม, สมรรถนะวิชาชีพ, สมรรถนะช่างซ่อมคอมพิวเตอร์

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to study the necessary needs for the development of a program to enhance the professional competency of technical education students, 2) to develop a program to enhance the professional competency of technical education students, 3) to study the results of using the program, and 4) to follow up applying knowledge and practical skills to use in teaching practice in educational institutions. The research and development method was divided into 4 phases. The tools used assessment forms, and tests were statistics, percentages, mean and standard deviation. The results showed that 1) The results of the study of the needs of 222 people studying computer-related fields found that there was a need for the development of computer repair competencies. The most opinion level with a mean of 4.56 and a standard deviation of 0.49. 2) A program to enhance the professional competency of technical education students consisted of behavioral objectives. The content of 6 competency units, video materials, content sheets and quizzes, worksheets, assessment results from experts. It was found that the program was most appropriate with the mean 4.66, standard deviation 0.47. 3) The results of using the program found that there was a higher achievement after using the program. The statistical significance was at the .05 level, the efficiency was 81.41/90, and the practical skills passed the criterion of 95.38 percent. The suitability of the program was the highest level. The mean was 4.68, the standard deviation was 0.44. 4) The results of applying the acquired knowledge and competencies in learning management and learner development were found to be able to apply the acquired knowledge and competencies at the highest level. The mean was 4.66, the standard deviation was 0.37, and from the analysis of the data of the students with the highest and lowest test scores. It was found that the acquired knowledge and competencies could be used at a high level. The mean was 4.3 and was at the highest level. The mean was 4.7

Keywords: A Program to enhance the Competency of Technical Education students, Professional Competency, Technical in Computer Competency

บทนำ

การจัดการศึกษาตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 มีจุดมุ่งหมายเพื่อเป็นการพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งทางร่างกาย จิตใจ และสติปัญญา มีคุณธรรม และจริยธรรม ในการดำรงชีวิต และสามารถอยู่ร่วมกับคนในสังคมได้อย่างมีความสุข ในหมวด 4 กล่าวถึงแนวทางการจัดการศึกษา การจัดการศึกษาต้องยึดหลักความสามารถในการเรียนรู้ของผู้เรียน ส่งเสริมให้ผู้เรียนพัฒนาตนเอง ได้เต็มศักยภาพและผู้เรียนมีความสำคัญที่สุด โดยมุ่งเน้นความรู้ที่ผู้เรียนจะได้รับ กระบวนการเรียนรู้มี บูรณาการตามความเหมาะสมของการศึกษาในแต่ละระดับ ตลอดจนความรู้เกี่ยวกับตนเอง ความรู้ด้านทักษะ และเทคโนโลยี การจัดเนื้อหาสาระและกิจกรรมให้สอดคล้องกับความสนใจและความถนัดของผู้เรียนโดย คำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล มีการจัดการเรียนการสอนโดยการผสมผสานเนื้อหาสาระเข้าด้วยกัน ผู้สอนสามารถจัดบรรยากาศสภาวะแวดล้อม สื่อการเรียน เพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้และมีความรอบรู้จาก แหล่งวิทยากรต่าง ๆ จัดการเรียนรู้ให้เกิดขึ้นได้ทุกสถานที่ทุกเวลา สอดคล้องกับหมวด 9 การใช้เทคโนโลยีเพื่อ การศึกษา ซึ่งในปัจจุบันเทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์และเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ได้เข้ามามีบทบาทในสังคม เป็นอย่างมาก ทำให้พฤติกรรมการดำเนินชีวิตเปลี่ยนแปลงไป รวมถึงพฤติกรรมในการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูล และการเรียนรู้ก็เปลี่ยนแปลงไปด้วยเช่นกัน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาการเรียนการสอนให้ สอดคล้องกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปดังกล่าว ทักษะการเรียนรู้สำหรับศตวรรษที่ 21 มีการใช้วิธีสอนที่ หลากหลายอย่างเหมาะสม เช่น การเรียนรู้ผ่านโครงงานและการแก้ปัญหา มีการใช้เทคโนโลยีนำเสนอเนื้อหา อย่างทันสมัย ครูและนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ มีส่วนร่วม โดยการใช้วิธีสนับสนุนการเรียนรู้ในรูปแบบการสร้าง ความรู้ด้วยตนเอง และการเรียนรู้ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ผู้สอนจำเป็นต้องหารูปแบบการเรียนที่เหมาะสมกับบริบทและสภาพปัจจุบันโดยคำนึงถึง ความแตกต่างระหว่างบุคคล โดยศึกษาจากแนวคิดทฤษฎี เช่น แนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้กลุ่มผสมผสาน (Eclecticism) การบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศและอินเทอร์เน็ตเข้ามาประยุกต์ใช้ผนวกกับการจัด การเรียนการสอนให้มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ รูปแบบการเรียนการสอนแบบผสมผสานนี้สามารถส่งเสริม และสนับสนุนให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้ดี ซึ่งผู้สอนสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้เรียนได้สะดวกยิ่งขึ้น (Kaye Thorne, 2003) ซึ่งรูปแบบการเรียนการสอนแบบผสมผสานมี 3 ลักษณะ ได้แก่ 1) การเรียนการสอน แบบเผชิญหน้า 2) การเรียนด้วยตนเองบนเว็บ เป็นการเรียนการสอนแบบไม่ประสานเวลา 3) การเรียนบนเว็บ แบบสด การออกแบบโปรแกรมการเรียนรู้มีเพียงแต่การนำเอาเทคโนโลยีมาใช้แต่ยังรวมวิธีการจัดการเรียนรู้ ตามโครงสร้างโปรแกรม เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมได้รับการถ่ายทอดความรู้จากผู้สอนซึ่งเป็นผู้มีประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ๆ จำเป็นอย่างยิ่งในการออกแบบแนวทางในการจัดกิจกรรมให้สอดคล้อง สมรรถนะที่ต้องการและสามารถนำไปใช้เพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจริง ซึ่งสอดคล้องกับ (Bar & Keating, 1990) ที่กล่าวว่า การสร้างโปรแกรมที่มีประสิทธิภาพต้องเริ่มด้วยขั้นการประเมินความต้องการของสถาบันหรือ บุคคล มีแผนกิจกรรมไว้เพื่อเป้าหมายโดยเฉพาะ และสอดคล้องกับ สมใจ จันทร์เต็ม (2553) ที่กล่าวไว้ว่า การที่จะต้องออกแบบห้องเรียนยุคใหม่ให้ตอบโจทย์การเรียนการสอนรูปแบบใหม่นั้นรูปแบบการจัดเรียน

การสอนที่ทำให้เกิดการเรียนแบบมีปฏิสัมพันธ์ที่สมบูรณ์ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนากระบวนการคิดวิเคราะห์ ความสามารถในการสื่อสาร การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ การทำงานเป็นทีม การเรียนรู้ร่วมกัน และการสร้างความรู้ใหม่ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งในการพัฒนาผู้เรียนให้เป็นพลโลก (Global Citizen) สามารถดำรงตนในโลกศตวรรษที่ 21 ได้อย่างมีความสุขและประสบความสำเร็จ ผ่องมกล เพชรเกลี้ยง (2563) ได้กล่าวไว้ว่า การเรียนแบบผสมผสานหรือ Blended Learning เป็นรูปแบบและเทคนิควิธีการสอนหนึ่ง ที่นำมาใช้ในการเรียนรู้รวมทั้งการฝึกอบรมในยุคแห่งสังคมสารสนเทศในปัจจุบัน ซึ่งเป็นลักษณะการผสมผสาน รูปแบบการเรียนรู้ทั้งในลักษณะเผชิญหน้า (Face-to-Face) และการเรียนผ่านระบบคอมพิวเตอร์ในระบบ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Computer Mediated) ในการสร้างองค์ความรู้ได้อย่างหลากหลาย ผู้เรียนสามารถ เรียนได้โดยไม่มีข้อจำกัดในเรื่องเวลาและสถานที่ (Anytime Anywhere) เป็นการสร้างโอกาสและ ความเสมอภาคในการเรียนรู้ให้แก่ผู้เรียน ผู้เรียนสามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้และส่งข่าวสารถึงกันได้อย่าง รวดเร็ว ก่อให้เกิดสังคมแห่งการเรียนรู้ในการเรียนผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นโอกาสอันดีของผู้เรียน ที่ต้องการพัฒนาทักษะความรู้ในการทำงาน ทักษะชีวิตและความรู้ในชีวิตประจำวันโดยวิธีหาความรู้เพิ่มเติม จากสื่อต่าง ๆ มากขึ้น การนำเอารูปแบบการเรียนแบบผสมผสานมาใช้นั้น ต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ให้พร้อม เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพทางการเรียนให้เกิดขึ้น ปัจจุบันรูปแบบการเรียนแบบนี้ได้ถูกนำมาใช้เพื่อเป็นสื่อ การสอนในทุกระดับการศึกษา รวมถึงใช้จัดการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษากันมาก มีการศึกษาวิจัยหลาย ชิ้นงานที่บ่งบอกถึงประสิทธิภาพของการใช้รูปแบบการเรียนแบบผสมผสาน ซึ่งคงต้องเป็นบทบาทสำคัญของ ทุกฝ่ายที่คงต้องให้ความสนใจและสร้างความมั่นใจต่อการปรับใช้รูปแบบการเรียนรู้นี้ให้เกิดขึ้นโดยการสร้าง ความพร้อมในองค์ประกอบทุก ๆ ด้าน ทั้งด้านบุคลากร งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์และกระบวนการสร้างระบบ ที่จะต้องดำเนินการต่อเนื่องและมีความสอดคล้องสัมพันธ์กัน และคงไม่ผิดที่จะกล่าวว่า การเรียนแบบ ผสมผสานเป็นรูปแบบการเรียนอีกทางเลือกหนึ่งที่เหมาะสมกับสภาพการณ์ของประเทศไทยที่จะนำมาใช้ในการ จัดการเรียนรู้อันปัจจุบัน มาตรฐานอาชีพหรือมาตรฐานสมรรถนะที่ได้มาจากประสบการณ์ของ การปฏิบัติงาน จึงมีความเชื่อมโยงและสัมพันธ์กับมาตรฐานการศึกษาวิชาชีพ มาตรฐานอาชีพ (Occupational Standards) เป็นมาตรฐานที่กำหนดในรูปสมรรถนะของกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ที่สมาคมวิชาชีพ พัฒนาขึ้นเพื่อใช้ในการพัฒนาบุคลากรในกลุ่มอาชีพของตนให้เกิดสมรรถนะการปฏิบัติงานตามมาตรฐานที่ กำหนดขึ้นโดยมาตรฐานอาชีพมีองค์ประกอบ ได้แก่ กรอบมาตรฐานสมรรถนะ แผนภาพหน้าที่ แผนผัง สมรรถนะ ตารางวิเคราะห์หลักสูตร หน่วยสมรรถนะ ซึ่งหน่วยสมรรถนะประกอบด้วย คำอธิบายหน่วย สมรรถนะ การนำหน่วยสมรรถนะมาประยุกต์ใช้ การรับใบรับรองมาตรฐานฝีมือแรงงาน หน่วยสมรรถนะที่ ต้องผ่านข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการจ้างงาน สมรรถนะย่อยและเกณฑ์การปฏิบัติงาน ทักษะและความรู้ที่ ต้องการ หลักฐานการประเมินสมรรถนะ ขอบเขตของเนื้อหาและทักษะชีวิตเพื่อให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้ตาม มาตรฐานสมรรถนะ จะเด็ด เปาโสภา (2547) ได้กล่าวถึงว่า การหามาตรฐานอาชีพ ก็คือใช้วิธีวิเคราะห์หน้าที่งานซึ่ง เขียนออกมาในรูปแบบของแผนภาพเพื่อกำหนดหน้าที่หลัก และหน่วยสมรรถนะและสมรรถนะย่อย

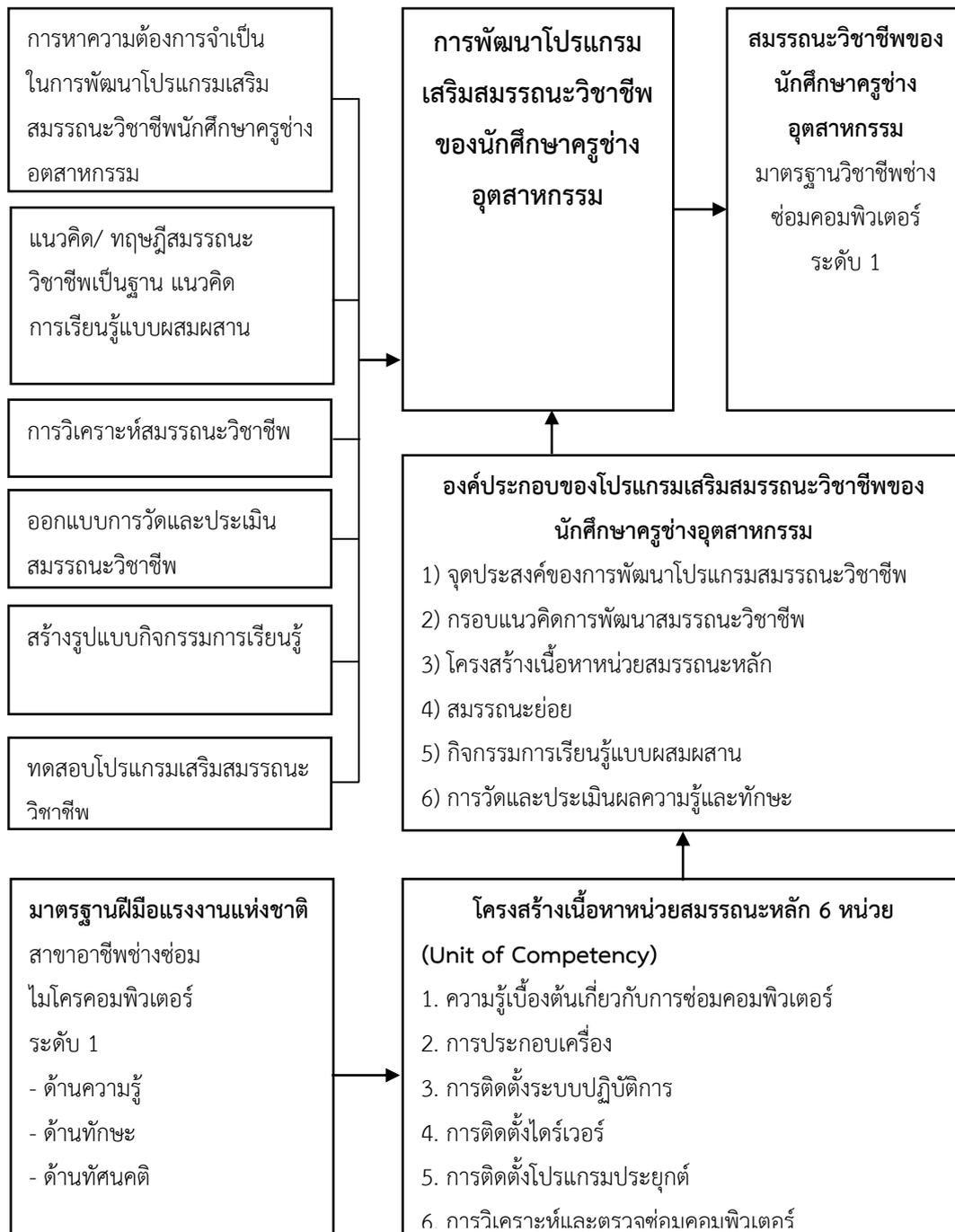
จะเด็ด เปาโสภา และมนตรี พรหมเพ็ชร (2548) ได้กล่าวสรุปเกี่ยวกับโมดูล (module) ว่ามีการพัฒนาการจากใช้สื่อสิ่งพิมพ์ไปสู่การใช้สื่อผสมและสื่อออนไลน์ที่นิยมกันอยู่ในปัจจุบัน

จากหลักการและความสำคัญตามสภาพปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีแนวความคิดในการพัฒนาโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรมเพื่อเป็นการส่งเสริมสมรรถนะด้านช่างซ่อมไมโครคอมพิวเตอร์ของนักศึกษาครูช่างสาขาครุศาสตร์อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ ให้มีสมรรถนะที่สอดคล้องกับมาตรฐานอาชีพ สอดคล้องกับสมรรถนะของหลักสูตร สามารถนำความรู้ หลักการทางทฤษฎี ประสบการณ์ภาคปฏิบัติ ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์ชาติโดยกำหนดวิธีการเรียนรู้ การจัดเนื้อหาสาระการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับสมรรถนะและความต้องการของภาคอุตสาหกรรม อีกทั้งเป็นการตอบสนองนโยบายของกระทรวงแรงงาน ซึ่งให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้ตามสมรรถนะวิชาชีพที่พัฒนาขึ้นตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพบัณฑิตให้มีคุณภาพตามมาตรฐาน ด้วยวิธีการเรียนแบบผสมผสานที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับ Bernath Radames (2012) ที่กล่าวว่า การเรียนรู้แบบผสมผสานเป็นนวัตกรรมการศึกษาที่ผสมผสานโมดูล (Module) การเรียนการสอนหลายรูปแบบเข้าด้วยกัน เป็นลักษณะของการผสมผสานการเรียนทางไกล (Distance Learning) ผ่านระบบเครือข่าย Online ร่วมกับการเรียนแบบเผชิญหน้า (Face to Face) ทำให้เกิดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพมากกว่าการนั่งฟังการบรรยายในชั้นเรียนปกติ และควรเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมและถูกต้องตามจุดประสงค์การเรียนรู้ในลักษณะต่าง ๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพการเรียนการสอน โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นทำให้เกิดการเรียนรู้แบบมีปฏิสัมพันธ์ที่สมบูรณ์ เป็นการผสมผสานรูปแบบวิธีการทางเทคโนโลยีทางการสอนผ่านการฝึกอบรม โดยมีการเรียนแบบออนไลน์ด้วยตัวผู้เรียนเองโดยมีโปรแกรมเป็นตัวควบคุมหลัก เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และสารสนเทศจึงมีบทบาทค่อนข้างสูง ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนากระบวนการคิดวิเคราะห์ ความสามารถในการสื่อสาร การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ การทำงานเป็นทีม การเรียนรู้ร่วมกัน และการสร้างความรู้ใหม่ เป็นการจัดการเรียนรู้ที่ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์ของชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป อีกทั้งเป็นการพัฒนาทักษะทางปัญญาของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรมให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในวิชาชีพต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรม
2. เพื่อพัฒนาโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรม
3. เพื่อศึกษาผลของการใช้โปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรม
4. เพื่อติดตามผลในการนำความรู้และทักษะปฏิบัติที่ได้ไปใช้ในการฝึกปฏิบัติการสอนในสถานศึกษาของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรม

กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ กำหนดไว้ 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 เป็นกลุ่มที่ใช้ศึกษาหาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรมที่

เรียนเกี่ยวข้องกับช่างซ่อมคอมพิวเตอร์ ซึ่งเป็นนักศึกษาระดับชั้น ปวช. ชั้นปีที่ 1-3 ปวส. ชั้นปีที่ 1-2 จำนวน 222 คน ซึ่งได้มาจากวิทยาลัยเทคนิคและวิทยาลัยการอาชีพในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภายใต้วิทยาลัยเครือข่ายความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น จำนวน 10 แห่ง เช่น วิทยาลัยเทคนิคน้ำพอง วิทยาลัยการอาชีพกระนวน วิทยาลัยเทคนิคอุดรธานี วิทยาลัยเทคนิคร้อยเอ็ด วิทยาลัยเทคนิคชุมแพ วิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภู วิทยาลัยการอาชีพขอนแก่น เป็นต้น กลุ่มที่ 2 เป็นการประเมินหน่วยสมรรถนะการเรียนรู้ของโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพจากผู้เชี่ยวชาญ ท่าน 7 เพื่อประเมินความเหมาะสมด้านเนื้อหา ด้านการวัดและประเมินผล กลุ่มที่ 3 เป็นกลุ่มทดลองที่ใช้ในการหาประสิทธิภาพของโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพ โดยกำหนดให้เป็นนักศึกษาสาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ ชั้นปีที่ 2 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ที่เคยลงทะเบียนเรียนในรายวิชาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ชั้นปีที่ 2 (หลักสูตร 4 ปี) จำนวน 13 คน และ กลุ่มที่ 4 เป็นกลุ่มที่ใช้ในการประเมินผลของโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพ โดยกำหนดให้เป็นนักศึกษาครูช่าง (หลักสูตร 4 ปี และ 5 ปี) สาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น ที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาปฏิบัติการสอนในสถานศึกษา โดยวิธีเลือกแบบเจาะจง จำนวน 13 คน

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรต้น คือ โปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรม

ตัวแปรตาม คือ สมรรถนะวิชาชีพด้านความรู้และทักษะปฏิบัติ (ด้านช่างซ่อมคอมพิวเตอร์) ของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

การพัฒนาโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบประเมิน แบบทดสอบ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item Objective Congruence : IOC) การหาค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ การหาค่าความแปรปรวนและทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สูตร t-test แบบ Dependent การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การพัฒนาโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรม ใช้กระบวนการวิจัยและพัฒนา (R&D) แบ่งออกเป็น ระยะ 4 ดังนี้

ระยะที่ 1 เป็นการศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรม ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาสภาพปัจจุบันและความต้องการจำเป็น โดยใช้แบบสอบถามความต้องการจำเป็นกับนักศึกษาที่เรียนในสาขาที่เกี่ยวข้องกับช่างซ่อมคอมพิวเตอร์ ซึ่งได้มาจากวิทยาลัยเทคนิคและวิทยาลัยการอาชีพในภาคตะวันออกเฉียงเหนือภายใต้วิทยาลัยเครือข่ายความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น จำนวน 10 แห่ง เช่น วิทยาลัยเทคนิคน้ำพอง

วิทยาลัยการอาชีพกระนวน วิทยาลัยเทคนิคอุดรธานี วิทยาลัยเทคนิคร้อยเอ็ด วิทยาลัยเทคนิคชุมแพ วิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภู วิทยาลัยการอาชีพขอนแก่น เป็นนักศึกษาระดับชั้น ปวช. ชั้นปีที่ 1-3 ปวส. ชั้นปีที่ 1-2 จำนวน 222 คน โดยใช้สูตรของทาโร่ ยามาเน่ จากนั้นผู้วิจัยได้ศึกษาสมรรถนะวิชาชีพช่างซ่อมคอมพิวเตอร์ ระดับ 1 โดยเริ่มจาก 1) ศึกษาและวิเคราะห์เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสมรรถนะ มาตรฐานอาชีพ มาตรฐานฝีมือแรงงาน ช่างซ่อมคอมพิวเตอร์ ระดับ 1 2) สังเคราะห์เอกสารเพื่อจัดทำร่างโปรแกรมตามแนวคิดสมรรถนะวิชาชีพเป็นฐาน 3) จัดทำร่างโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรม 4) เขียนจุดประสงค์เชิงพฤติกรรมให้สอดคล้องกับหน่วยสมรรถนะ 5) จัดสัมมนาอิงผู้เชี่ยวชาญเพื่อพิจารณาความเหมาะสมของโปรแกรม ประกอบไปด้วยผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและการวัดประเมินผล โดยจัดเตรียมเอกสารและตรวจสอบเครื่องมือในการวิพากษ์ร่วมสนทนาเสนอข้อคิดเห็นที่ละเอียดถี่ถ้วน ที่ต้องใช้เพื่อประกอบการพิจารณาร่างสมรรถนะวิชาชีพช่างซ่อมไมโครคอมพิวเตอร์ ระดับ 1

ระยะที่ 2 เป็นการพัฒนาโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรม ระยะนี้ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็นสองส่วน คือ ส่วนที่ 1 พัฒนาโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรม โดยทำการศึกษาวิเคราะห์สังเคราะห์ แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพแบบผสมผสาน เพื่อสนับสนุนแนวคิดในการจัดทำร่างโปรแกรม จากนั้นนำร่างโปรแกรมให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและการวัดประเมินผล จำนวน 7 ท่านร่วมสนทนาเสนอข้อคิดเห็นที่ละเอียดถี่ถ้วนแล้วนำผลจากข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญปรับปรุงแก้ไข เพื่อพิจารณาความเหมาะสม ซึ่งโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพช่างซ่อมคอมพิวเตอร์ซึ่งประกอบไปด้วยจุดประสงค์เชิงพฤติกรรม โครงสร้างเนื้อหาแบ่งเป็นหน่วยสมรรถนะจำนวน 6 หน่วย สื่อวิดีโอ ใบเนื้อหาประกอบการเรียนการสอน ใบงาน และแบบทดสอบความรู้และทักษะ จากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินผลความคิดเห็นต่อโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรมโปรแกรมก่อนนำไปใช้ ส่วนที่ 2 หาประสิทธิภาพของโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรม ผู้วิจัยทำการเลือกกลุ่มทดลองที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับงานวิจัยโดยวิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นนักศึกษาสาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ ชั้นปีที่ 2 (หลักสูตร 4 ปี) คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมที่เคยมองทะเบียนเรียนในรายวิชาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ จำนวน 13 คน และผู้วิจัยทำการคัดเลือกวิทยากรที่มีความรู้และเชี่ยวชาญ จำนวน 2 ท่าน จัดการเรียนการสอนผ่านการเรียนรู้แบบผสมผสานแบบเผชิญหน้าและแบบออนไลน์ ร่วมกับรูปแบบเทคนิคกิจกรรมการสอน 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ขั้นการเรียนรู้ (Skills and Abilities) ขั้นตอนนี้ผู้สอนนำเสนอการใช้โปรแกรมบทเรียนให้ผู้เรียนเข้าใจทุกขั้นตอนแล้วดำเนินการสอนภาคทฤษฎีและปฏิบัติด้วยวิธีการเรียนรู้แบบผสมผสาน 2) ขั้นพยายาม (Manipulation) ขั้นตอนนี้เป็นกระบวนการที่ผู้สอนกำหนดให้ผู้เรียนพยายามฝึกหัดทำตาม ทำซ้ำ ๆ ใช้ จนเกิดการเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ 3) ขั้นประยุกต์ (Apply) ขั้นตอนนี้เป็นการนำประสบการณ์เรียนรู้ทั้งหมดมาประยุกต์ใช้เพื่อแก้ปัญหาในการปฏิบัติงานจากใบงานที่กำหนด 4) ขั้นผลลัพธ์ (Result) ขั้นตอนนี้เป็นกระบวนการที่ผู้สอนดำเนินการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ด้านความรู้และทักษะปฏิบัติ 5) ขั้นถ่ายทอด (Transfer) ขั้นตอนนี้

เป็นกระบวนการฝึกปฏิบัติการสอนเพื่อให้ผู้เรียนสามารถถ่ายทอดประสบการณ์เรียนรู้ทั้งหมดให้ผู้เรียนอย่างเป็นขั้นตอนตามเกณฑ์ฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูที่คุรุสภากำหนด ผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้ 1) แนะนำวิธีการเรียน การสอน เอกสารและสื่อที่เกี่ยวข้องกับโปรแกรมเสริมสมรรถนะที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น ใช้ระยะเวลาในการสอนภาคทฤษฎีและปฏิบัติ จำนวน 3 วัน ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ วันที่ 1 เป็นการสอนภาคทฤษฎี ใช้รูปแบบการบรรยายร่วมกับการใช้ห้องเรียนออนไลน์ โดยใช้ Google Classroom ในการเรียนรู้ด้วยตนเอง เพิ่มเติมเพื่อศึกษาและทบทวนเนื้อหา ผ่านสื่อวิดีโอ และทำแบบทดสอบก่อนและหลังเรียน รวมระยะเวลา 8 ชั่วโมง วันที่ 2 และ วันที่ 3 เป็นการสอนทักษะปฏิบัติให้แก่กลุ่มทดลองแบบเผชิญหน้า โดยวิทยากรจำนวน 2 ท่าน ใช้รูปแบบการสอนแบบสาธิต จากนั้นให้นักศึกษาครูช่างฝึกทักษะปฏิบัติตามใบงาน วิทยากรตรวจสอบผลการปฏิบัติงานและให้คะแนน รวมระยะเวลา 16 ชั่วโมง 2) ประเมินผลสัมฤทธิ์ด้วยแบบทดสอบก่อนและหลังการใช้โปรแกรมเสริมสมรรถนะ 3) ประเมินผลทักษะปฏิบัติ เกณฑ์การประเมินไม่ต่ำกว่าร้อยละ 70 ตามมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติ 4) ศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้โปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรม แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อดำเนินการสรุปผล จากนั้นผู้วิจัยหาประสิทธิภาพของโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครูช่าง จากกลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาครูช่าง (หลักสูตร 4 ปี และ 5 ปี) สาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น ที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาปฏิบัติการสอนในสถานศึกษาโดยวิธีเลือกแบบเจาะจง จำนวน 13 คน ตามขั้นตอนแล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อดำเนินการสรุปผลและอภิปราย

ระยะที่ 3 เป็นการศึกษาผลของการใช้โปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรม ผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้ 1) เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางด้านความรู้ก่อนและหลังการใช้โปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพช่างซ่อมคอมพิวเตอร์ ด้วยแบบทดสอบ 2) ความสามารถด้านทักษะปฏิบัติงานหลังการใช้โปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพช่างซ่อมคอมพิวเตอร์ นักศึกษาครูช่างมีคะแนนปฏิบัติงานผ่านเกณฑ์การประเมินไม่ต่ำกว่าร้อยละ 70 โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาครูช่าง (หลักสูตร 4 ปี และ 5 ปี) สาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น ที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาปฏิบัติการสอนในสถานศึกษาโดยวิธีเลือกแบบเจาะจง จำนวน 13 คน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ผลทางสถิติเพื่อหาประสิทธิภาพของโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพผู้วิจัยได้สร้างขึ้น

ระยะที่ 4 เป็นการติดตามผลในการนำความรู้และทักษะปฏิบัติที่ได้ไปใช้ในการฝึกปฏิบัติการสอนในสถานศึกษา หลังจากการใช้โปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพช่างซ่อมคอมพิวเตอร์ของนักศึกษาครูช่าง นักศึกษาครูช่าง (หลักสูตร 4 ปี และ 5 ปี) สาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น ที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาปฏิบัติการสอนในสถานศึกษาโดยวิธีเลือกแบบเจาะจง จำนวน 13 คน มีระดับความสามารถในการนำความรู้และสมรรถนะที่ได้ไปใช้ในการจัดการเรียนและพัฒนาผู้เรียน แล้วทำการวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรม สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลของการศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรม ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาสภาพปัจจุบันและความต้องการจำเป็น โดยใช้แบบสอบถามความต้องการจำเป็นกับนักศึกษาที่เรียนในสาขาที่เกี่ยวข้องกับช่างซ่อมคอมพิวเตอร์ ซึ่งได้มาจากวิทยาลัยเทคนิคและวิทยาลัยการอาชีพในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภายใต้วิทยาลัยเครือข่ายความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น เช่น วิทยาลัยเทคนิคน้ำพอง วิทยาลัยการอาชีพกระนวน วิทยาลัยเทคนิคอุดรธานี วิทยาลัยเทคนิคร้อยเอ็ด วิทยาลัยเทคนิคชุมแพ วิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภู วิทยาลัยการอาชีพขอนแก่น เป็นนักศึกษาระดับชั้น ปวช. ชั้นปีที่ 1-3 ปวส. ชั้นปีที่ 1-2 จำนวน 222 คน พบว่า มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.56 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.49

2. ผลการพัฒนาโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรม แบ่งออกเป็นสองส่วน ได้แก่ 1) การพัฒนาโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรม จากการศึกษาสมรรถนะวิชาชีพช่างซ่อมคอมพิวเตอร์ระดับ 1 พบว่า คะแนนมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 1.00 สรุปได้ว่าผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นต่อหน่วยสมรรถนะของโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรม ว่ามีความสอดคล้องกันสูงสามารถนำไปใช้ได้ โปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพช่างซ่อมคอมพิวเตอร์ที่พัฒนาขึ้นมีองค์ประกอบดังนี้ 1) จุดประสงค์ของการพัฒนาโปรแกรมสมรรถนะวิชาชีพ 2) กรอบแนวคิดการพัฒนาสมรรถนะวิชาชีพ 3) โครงสร้างเนื้อหาหน่วยสมรรถนะหลัก 4) สมรรถนะย่อย 5) เทคนิคกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสาน 6) การวัดและประเมินผลความรู้และทักษะ ผ่านการเรียนรู้แบบผสมผสานแบบเผชิญหน้าและแบบออนไลน์โดยใช้โปรแกรม Google Classroom สัปดาห์ละ 70:30 ผู้วิจัยกำหนดรูปแบบเทคนิคกิจกรรมการสอนไว้ 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ขั้นการเรียนรู้ (Skills and Abilities) ขั้นตอนนี้ผู้สอนนำเสนอการใช้โปรแกรมบทเรียนให้ผู้เรียนเข้าใจทุกขั้นตอนแล้วดำเนินการสอนภาคทฤษฎีและปฏิบัติด้วยวิธีการเรียนรู้แบบผสมผสาน 2) ขั้นพยายาม (Manipulation) ขั้นตอนนี้เป็นกระบวนการที่ผู้สอนกำหนดให้ผู้เรียนพยายามฝึกหัดทำตามทำซ้ำ ๆ ใช้ จนเกิดการเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ 3) ขั้นประยุกต์ (Apply) ขั้นตอนนี้เป็นการนำประสบการณ์เรียนรู้ทั้งหมดมาประยุกต์ใช้เพื่อแก้ปัญหาในการปฏิบัติงานจากใบงานที่กำหนด 4) ขั้นผลลัพธ์ (Result) ขั้นตอนนี้เป็นกระบวนการที่ผู้สอนดำเนินการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ ด้านความรู้และทักษะปฏิบัติ 5) ขั้นถ่ายทอด (Transfer) ขั้นตอนนี้เป็นกระบวนการฝึกปฏิบัติการสอนเพื่อให้ผู้เรียนสามารถถ่ายทอดประสบการณ์เรียนรู้ทั้งหมดให้ผู้เรียนอย่างเป็นขั้นตอนตามเกณฑ์ฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูที่คุรุสภากำหนด จากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินผลความคิดเห็นต่อโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรม โปรแกรมก่อนนำไปใช้ ผลจากการประเมินพบว่าโปรแกรมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.66 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.47 2) หาประสิทธิภาพของโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรม จากกลุ่มทดลองที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับงานวิจัยโดยวิธีเลือกแบบเจาะจง

ซึ่งเป็นนักศึกษาสาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ ชั้นปีที่ 2 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ที่เคยลงทะเบียนเรียนในรายวิชาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ชั้นปีที่ 2 (หลักสูตร 4 ปี) จำนวน 13 คน พบว่าคะแนนแบบทดสอบท้ายหน่วย ร้อยละ 79.61 และคะแนนแบบทดสอบหลังการใช้โปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครุช่างอุตสาหกรรม ร้อยละ 87.95 มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 47.77 และ 57.77 คะแนนตามลำดับ สรุปได้ว่าประสิทธิภาพของโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครุช่างอุตสาหกรรมที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพเท่ากับ 79.61/87.95 ผลการวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์พบว่ามีผลสัมฤทธิ์หลังการใช้โปรแกรมสูงขึ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านทักษะปฏิบัติตามใบงานผ่านเกณฑ์ร้อยละ 88.46 และพบว่านักศึกษาครุช่างมีความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของโปรแกรมที่พัฒนาขึ้นในภาพรวมระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.67 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.45

3. ผลของการใช้โปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครุช่างอุตสาหกรรม โดยกลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาครุช่าง (หลักสูตร 4 ปี และ 5 ปี) สาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตขอนแก่น ที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาปฏิบัติการสอนในสถานศึกษาโดยวิธีเลือกแบบเจาะจง จำนวน 13 คน พบว่าคะแนนแบบทดสอบท้ายหน่วย ร้อยละ 81.41 และคะแนนแบบทดสอบหลังการใช้โปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครุช่างอุตสาหกรรม ร้อยละ 90 มีคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 48.85 และ 54 คะแนน ตามลำดับ สรุปได้ว่าประสิทธิภาพของโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครุช่างอุตสาหกรรมที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพเท่ากับ 81.41/90 ผลการวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์พบว่ามีผลสัมฤทธิ์หลังการใช้โปรแกรมสูงขึ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านทักษะปฏิบัติตามใบงานผ่านเกณฑ์ร้อยละ 95.38 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 70 ที่ตั้งไว้ และพบว่านักศึกษาครุช่างมีความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของโปรแกรมที่พัฒนาขึ้นในภาพรวมระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.68 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.44

4. การศึกษาผลของความสามารถในการนำความรู้และสมรรถนะที่ได้ไปใช้ในการจัดการเรียนและพัฒนาผู้เรียน โดยกลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาครุช่าง (หลักสูตร 4 ปี และ 5 ปี) สาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตขอนแก่น ที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาปฏิบัติการสอนในสถานศึกษาโดยวิธีเลือกแบบเจาะจง จำนวน 13 คน พบว่า ความสามารถในการนำความรู้และสมรรถนะที่ได้ไปใช้ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.66 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.37

อภิปรายผล

การจัดการเรียนการสอนบนเว็บแบบผสมผสานตามแนวคิดของสมาคมสโลน (The Sloan Consortium) คือการใช้อินเทอร์เน็ตเข้ามานำเสนอเนื้อหา 30% สอดคล้องกับ (Graham, 2012) แห่งมหาวิทยาลัย Brigham Young University ประเทศสหรัฐอเมริกาได้สรุปการเรียนรู้แบบผสมผสานไว้ว่า เป็นระบบการเรียนการสอนที่ผสมผสานระหว่างการเรียนแบบเผชิญหน้ากับการสอนผ่านระบบเครือข่าย

คอมพิวเตอร์ ปณิตา วรรณพิรุณ และปรัชญนันท์ นิลสุข (2556) ได้กล่าวว่า การเรียนการสอนบนเว็บในลักษณะจัดการเรียนรู้แบบผสมผสาน (Blended Learning) เป็นการจัดการเรียนที่ผสมผสานระหว่างการเรียนแบบออนไลน์กับการเรียนแบบปกติ คือการสอนบนเว็บให้เป็นการสอนหลักหรือการสอนเสริมจากการเรียนปกติเป็นการสอนหลักแล้วนำการสอนออนไลน์เป็นการสอนเสริมหรือการเรียนออนไลน์เป็นการสอนหลักและการเรียนปกติเป็นการสอนเสริม โดยมีสัดส่วนระหว่างการเรียนแบบออนไลน์กับการเรียนแบบปกติที่เหมาะสมจากการพัฒนาโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรม โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบผสมผสานเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้นวัตกรรมสมัยใหม่ตลอดจนเป็นการส่งเสริมประสบการณ์ที่นักศึกษาครูช่างจะได้นำความรู้และทักษะไปถ่ายทอดให้ผู้อื่น ผู้วิจัยขออภิปรายผลประเด็นสำคัญดังนี้

1. การศึกษาความต้องการในการพัฒนาสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรม พบว่ามีระดับความคิดเห็นมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย 4.56 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.49 สอดคล้องกับ กรรณก วรหาญ นิรุต ถึงนาถ และชมพูช เมฆเมืองทอง (2565) ที่กล่าวว่า การหาความต้องการเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการพัฒนาสมรรถนะสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง สมรรถนะของครูในสถาบันอาชีวศึกษาตามกรอบมาตรฐานความรู้ และทักษะวิชาชีพ ของ สนั่น มีเพชร (2562) ได้สรุปไว้ว่า นักเรียน นักศึกษาสถาบันอาชีวศึกษา ที่ศึกษาอยู่ในสาขาวิชาที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อระดับสมรรถนะของครูในสถาบันอาชีวศึกษาตามกรอบมาตรฐานความรู้และทักษะวิชาชีพ

2. การพัฒนาโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรม เนื้อหาควรยึดตามแนวคิดสมรรถนะวิชาชีพเป็นฐาน จากการศึกษาสมรรถนะวิชาชีพช่างซ่อมคอมพิวเตอร์ระดับ 1 พบว่าผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นต่อหน่วยสมรรถนะของโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรม ว่ามีความสอดคล้องกันสูงสามารถนำไปใช้ได้ ซึ่งสอดคล้องกับ เฉลิมพล บุญทศ และกฤษมันต์ วัฒนาณรงค์ (2564) ได้สรุปว่า การพัฒนาสมรรถนะช่างวิชาชีพช่างจิ๊กฟิกส์เจอร์ ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ 1) ด้านความรู้เกี่ยวกับจุดมุ่งหมายของ การออกแบบของจิ๊กฟิกส์เจอร์ 2) ด้านความรู้เกี่ยวกับชนิดและหน้าที่ของจิ๊กฟิกส์เจอร์ 3) สมรรถนะด้านความรู้เกี่ยวกับการเลือกใช้วัสดุสำหรับสร้างจิ๊กฟิกส์เจอร์ 4) สมรรถนะด้านความรู้เกี่ยวกับหลักการสร้างจิ๊กและฟิกส์เจอร์ขั้นพื้นฐาน 5) สมรรถนะ ด้านความรู้เกี่ยวกับการเขียนแบบจิ๊กและฟิกส์เจอร์ ส่วนของโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพช่างซ่อมคอมพิวเตอร์ที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย 1) จุดประสงค์ของการพัฒนาโปรแกรมสมรรถนะวิชาชีพ 2) กรอบแนวคิดการพัฒนาสมรรถนะวิชาชีพ 3) โครงสร้างเนื้อหาหน่วยสมรรถนะหลัก 4) สมรรถนะย่อย 5) เทคนิคกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสาน 6) การวัดและประเมินผลความรู้และทักษะ ผ่านการเรียนรู้เผชิญหน้าและแบบออนไลน์ จากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินผลความคิดเห็นต่อโปรแกรมก่อนนำไปใช้ ผลจากการประเมินพบว่าโปรแกรมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.66 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.47 ประสิทธิภาพของโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรมที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพเท่ากับ 79.61/87.95 ผลการวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์พบว่ามีผลสัมฤทธิ์หลังการใช้โปรแกรมสูงขึ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านทักษะปฏิบัติตามใบงานผ่านเกณฑ์ร้อยละ 88.46 และพบว่านักศึกษาครูช่างมี

ความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของโปรแกรมที่พัฒนาขึ้นในภาพรวมระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.67 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.45 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษ สิ้นธนะกุล ไพโรจน์ สติรยากร จรรย์ แสงราช และพิสิฐ เมธากัทธ, (2554) ที่สรุปไว้ว่าการสอนมีหลายประเภทและหลายรูปแบบ แต่ที่เหมาะสมกับรายวิชาทางด้านคอมพิวเตอร์คือกระบวนการสอนด้านเทคนิคแบบผสมผสาน พบว่าหลักสูตรที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพ 87.62/82.16 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัชชา วชิรหัตถพงษ์ (2558) ที่กล่าวว่า การฝึกอบรมแบบผสมผสานเป็นการฝึกอบรมที่ผสมผสานวิธีการฝึกอบรมระหว่างการฝึกอบรมแบบเผชิญหน้า ที่ทำการฝึกอบรมในห้องฝึกอบรมกับการฝึกอบรมออนไลน์เป็นเครื่องมือในการนำเอาเนื้อหาและกิจกรรม ให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ทักษะ ความสามารถ หรือทัศนคติตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

3. ผลของการใช้โปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรม พบว่าคะแนนแบบทดสอบท้ายหน่วย ร้อยละ 81.41 และคะแนนแบบทดสอบหลังการใช้โปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรม ร้อยละ 90 สรุปได้ว่าประสิทธิภาพของโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรมที่พัฒนาขึ้น มีประสิทธิภาพเท่ากับ 81.41/90 ผลการวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ พบว่ามีผลสัมฤทธิ์หลังการใช้โปรแกรมสูงขึ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านทักษะปฏิบัติตามใบงานผ่านเกณฑ์ร้อยละ 95.38 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 70 ที่ตั้งไว้ และพบว่านักศึกษาครูช่างมีความเห็นต่อความเหมาะสมของโปรแกรมที่พัฒนาขึ้นในภาพรวมระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.68 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.44 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนานันต์ ดิยง และสุเทพ อ่วมเจริญ (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องโปรแกรมการพัฒนาสมรรถนะครูระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานด้านการวัดและประเมินในชั้นเรียน สรุปไว้ว่า ผลการใช้โปรแกรมพัฒนาสมรรถนะครู ผลการประเมินสมรรถนะด้านความรู้ เกี่ยวกับการวัดและประเมินผลครูที่เข้ารับการพัฒนาผ่านเกณฑ์การประเมินร้อยละ 60 ของคะแนนเต็มทั้ง 2 กลุ่ม คือกลุ่มทดลองนำร่อง มีผลการประเมินร้อยละ 68.16 กลุ่มทดลองใช้จริง มีผลการประเมินร้อยละ 70.60 และสอดคล้องกับ วิรัช ชินพลอย นิรุต ถึงนาค และชมพูนุช เมฆเมืองทอง (2565) สรุปไว้ว่า ผลการใช้หลักสูตรฝึกอบรมในการเสริมสร้างสมรรถนะการสอนมนต์สั่นของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรมด้านความรู้กับกลุ่มนักเรียนอาชีวศึกษาก่อนการอบรมและหลังการอบรมเพิ่มขึ้น เท่ากับ 85.73/91.40 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. จากการติดตามผลในการนำความรู้และสมรรถนะที่ได้ไปใช้ในการจัดการเรียนและพัฒนาผู้เรียน นักศึกษาครูช่าง (หลักสูตร 4 ปี และ 5 ปี) สาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น ที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาปฏิบัติการสอนในสถานศึกษา โดยวิธีเลือกแบบเจาะจง จำนวน 13 คน พบว่านักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรมสามารถนำความรู้และสมรรถนะที่ได้ไปใช้อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.66 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.37 สอดคล้องกับงานวิจัยของ บุษกร เขจรภักดิ์ (2558) เรื่องการพัฒนารูปแบบการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมการคิดเชิงระบบสำหรับนักศึกษาครู มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม สรุปไว้ว่าการติดตามผลการใช้รูปแบบการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการคิดเชิงระบบของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู พบว่ามีการคิดเชิงระบบติดตัว

และสามารถนำไปใช้ในการจัดการเรียนรู้ได้ดี ระดับคุณภาพดีเยี่ยม ร้อยละ 88.55 และจากการวิเคราะห์ข้อมูลของนักศึกษาครูช่างที่มีคะแนนสอบสูงสุด สามารถนำความรู้และสมรรถนะที่ได้ไปใช้อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.3 เมื่อนำมาเปรียบเทียบข้อมูลของนักศึกษาครูช่างที่มีคะแนนสอบต่ำที่สุด สามารถนำความรู้และสมรรถนะที่ได้ไปใช้อยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.7

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่องการพัฒนาโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพครูช่างอุตสาหกรรม ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการใช้โปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพครูช่างอุตสาหกรรม การกำหนดหน่วยสมรรถนะด้านช่างซ่อมไมโครคอมพิวเตอร์ ระดับ 1 ต้องให้สอดคล้องกับมาตรฐานฝีมือแรงงาน และควรปรับเนื้อหาให้ทันสมัยต่อเทคโนโลยีของคอมพิวเตอร์ในปัจจุบัน การจัดการเรียนการสอนแบบผสมผสานต้องมีความพร้อมวัสดุอุปกรณ์ต้องครบและตรงตามเนื้อหาคำนึงความปลอดภัยและสถานที่ต้องเอื้ออำนวยความสะดวกให้ผู้อบรมและควรเพิ่มรูปแบบการฝึกทักษะ เช่น การเรียนรู้ผ่านเกมแบบเป็นการจำลองสถานการณ์การติดตั้งและประกอบเครื่องคอมพิวเตอร์ซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียนสนุกกับการเรียนรู้

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรนำแนวทางในการพัฒนาโปรแกรมเสริมสมรรถนะวิชาชีพไปปรับใช้กับนักศึกษาครูช่างในสาขาอื่น เพื่อพัฒนาสมรรถนะด้านอื่น ๆ ของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรม สาขาครุศาสตร์อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ และสาขาอื่นที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์ เช่น ด้านซอฟต์แวร์ ด้านเครือข่าย เป็นต้น

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ให้ความกรุณาในการให้คำปรึกษาตลอดจนตรวจเครื่องมือการวิจัย นักศึกษาสาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตขอนแก่น ทุกคนที่ให้ความร่วมมือองงานวิจัยสำเร็จลุล่วง และขอขอบคุณบุคลากรทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการทำวิจัย “การวิจัยครั้งนี้ได้รับทุนการศึกษา และสนับสนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ปีงบประมาณ 2559” ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

- กรกนก วรหาญ นิรุต ถึงนาถ และชมพูนุช เมฆเมืองทอง. (2565). การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมแบบผสมผสานเพื่อเตรียมความพร้อมสู่อาชีพช่างเชื่อมสำหรับนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรม. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 11(1), 155-173.

- กฤช สีนธนะกุล ไพโรจน์ สติรยากร จรรย์ แสนราช และพิสิฐ เมธภัทร (2554). การพัฒนาหลักสูตร
ฝึกอบรมครูคอมพิวเตอร์เพื่อวางแผนการสอนแบบผสมผสาน. *วารสารวิชาการครูศาสตร์
อุตสาหกรรมพระจอมเกล้าพระนครเหนือ*, 4(1), 28-35.
- กฤษมันต์ วัฒนาณรงค์. (2553). *สมรรถนะวิชาชีพ*. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์ผลิตตำราเรียน
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- จะเด็ด เปาโสภา. (2547). *การเขียนมาตรฐานสมรรถนะ*. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์วิจัยและพัฒนา
อาชีวศึกษาระบบอาชีวศึกษา.
- จะเด็ด เปาโสภา และ มนต์รี พรหมเพ็ชร. (2548). *การพัฒนาสมรรถนะวิชาชีพ เล่ม 2 การพัฒนาโม
ดูลแบบฐานสมรรถนะ (Developing of Competency-based Modules)*. กรุงเทพฯ: สำนัก
มาตรฐานการอาชีวศึกษาและวิชาชีพสำนักงานคณะกรรมการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.
- เฉลิมพล บุญทศ และกฤษมันต์ วัฒนาณรงค์. (2564). การพัฒนารูปแบบการฝึกอบรมสมรรถนะวิชาชีพ
ช่างจิ๊กฟิกส์เจอร์ (Jig & Fixture). *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 11(2), 184-196.
- ณัชชา วชิรหัตถพงศ์. (2558). *การพัฒนารูปแบบการฝึกอบรมแบบผสมผสานโดยใช้ M-training และ
การฝึกอบรมแบบเผชิญหน้า เรื่องการใช้กระดานอัจฉริยะ สำหรับครูสังกัดโรงเรียนองค์การบริหาร
ส่วนจังหวัดชลบุรี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการฝึกอบรม
คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา).
- ธนานันต์ ดิยั้ง และสุเทพ อ่วมเจริญ. (2558). โปรแกรมการพัฒนาสมรรถนะครูระดับการศึกษาขั้น
พื้นฐานด้านการวัดและประเมินผลในชั้นเรียน. *วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย*, 7(1), 204-216.
- บุษกร เขจรภักดิ์. (2558). *การพัฒนารูปแบบการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมการคิดเชิงระบบสำหรับนักศึกษาครู
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตร
และการเรียนการสอน คณะครุศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม).
- ปรัชญนันท์ นิลสุข และปนิดา วรรณพิรุณ (2556). การจัดการเรียนรู้แบบผสมผสาน : สัดส่วน
การผสมผสาน. *วารสารพัฒนาเทคนิคศึกษา*, 25(85), 31-36.
- แฝงกมล เพชรเกลี้ยง. (2563). การเรียนรู้แบบผสมผสาน Blended Learning. *วารสารการจัดการทาง
การศึกษาระดับมัธยม*, 2(2), 67-79.
- วิรัช ชินพลอย นิรุต ถึงนาค และชมพูนุช เมฆเมืองทอง. (2565). การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมในการ
เสริมสร้างสมรรถนะการสอนมโนทัศน์ของนักศึกษาครูช่างอุตสาหกรรม. *วารสารวิชาการและ
วิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 12(4), 42-50.
- สนุ่น มีเพชร. (2562). สมรรถนะของครูในสถาบันอาชีวศึกษาตามกรอบมาตรฐานความรู้และทักษะ
วิชาชีพ. *วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 9(1), 52-60.

- สมใจ จันทร์เต็ม. (2553). Hybrid Learning กับนวัตกรรมการเรียน การสอนวิชาบัญชีในศตวรรษที่ 21: กรณีศึกษาของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*, 30(1), 134-150.
- Bar, M.J.& Keating,L.A. (1990). *Introduction: Elements of program development*, in M.J.Barr, L.A.Keating and Associates. *Developing effective student services program*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Bernath, R. (2012). *Effectives Approaches to Blended Learning for Independent Schools*. [Online]. Retrieved 16 December 2022 from: <https://www.testden.com/partner/blended%20learning%20for%20independent%20schools.PDF>.
- Graham, C.R. (2012). *Introduction to Blended Learning*. [Online].]. Retrieved 16 December 2022 from:<http://www.media.wiley.com/product data/excerpt/86/C.pdf>.
- Thorne, K. (2003). *Blended learning: How to integrate online and traditional learning*. London: Kogan.

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนการปลูกยาสูบ ของวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกยาสูบ
บ้านสวนจิก หมู่ที่ 1 อำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด

Analysis of the Tobacco Cultivation Break-even Point of Tobacco Farmers
of Baan Suan Chik Community Enterprise, Moo 1,
Srisomdej District, Roi Et Province

นฤมล อริยพิมพ์

Naruemol Ariyapim

หลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Bachelor of Accountancy Program Faculty of Business Administration Northeastern University

อีเมล: naruemol.ari@neu.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

26 พฤศจิกายน 2565

27 ธันวาคม 2565

26 มกราคม 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลและสภาพทั่วไป ต้นทุนและผลตอบแทน และวิเคราะห์จุดคุ้มทุนราคาขายต่อกิโลกรัม ของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นเกษตรกรผู้ปลูกยาสูบที่เป็นสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านสวนจิก หมู่ที่ 1 อำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด และได้ขึ้นทะเบียนการปลูกยาสูบกับโรงงานยาสูบกรมสรรพสามิต ในฤดูกาลเพาะปลูก 2564/2565 จำนวน 10 คน โดยใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูล และใช้สูตรทางบัญชีในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัย พบว่า มีต้นทุนการปลูกยาสูบทั้งหมดเฉลี่ยต่อไร่ เท่ากับ 11,352.89 บาท จำแนกเป็น ต้นทุนคงที่เฉลี่ยต่อไร่ เท่ากับ 4,674.67 บาท และต้นทุนผันแปรเฉลี่ยต่อไร่ เท่ากับ 6,678.22 บาท ผลผลิตเฉลี่ย เท่ากับ 190.63 กิโลกรัมต่อไร่ ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย เท่ากับ 59.55 บาทต่อกิโลกรัม จำแนกเป็นต้นทุนคงที่ เท่ากับ 24.52 บาทต่อกิโลกรัม และต้นทุนผันแปร เท่ากับ 35.03 บาทต่อกิโลกรัม ราคาขายเฉลี่ย เท่ากับ 88.52 บาทต่อกิโลกรัม ผลตอบแทนกำไรสุทธิต่อไร่ เท่ากับ 5,522.11 บาท ผลตอบแทนกำไรสุทธิต่อกิโลกรัม เท่ากับ 28.97 บาท ปริมาณการผลิตเฉลี่ยคุ้มทุน เท่ากับ 87.39 กิโลกรัมต่อไร่ ระดับราคาขายคุ้มทุน เท่ากับ 59.55 บาทต่อกิโลกรัม อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนการปลูกเฉลี่ยต่อไร่ เท่ากับ ร้อยละ 48.64 และอัตราผลตอบแทนต่อยอดขายเฉลี่ยต่อไร่ เท่ากับ ร้อยละ 32.72 ซึ่งจะเห็นได้ว่าการปลูกยาสูบสามารถสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรได้

คำสำคัญ: จุดคุ้มทุน, การปลูกยาสูบ, วิสาหกิจชุมชน, ต้นทุนและผลตอบแทน

ABSTRACT

The research objectives were: to study information and general conditions, costs, and returns and to analyze the break-even point selling price per kilogram of tobacco farmers who are members of Baan Suan Chik community enterprise, Moo 1, Srisomdej District, Roi Et Province. The community enterprise has registered to grow tobacco with the tobacco factory, Excise Department, in the cultivation season of 2021/2022, totaling ten people using a questionnaire to collect data and using accounting formulas to analyze data. The results showed that the average cost of cultivating tobacco per rai was 11,352.89 baht which could be classified as 4,674.67 baht for the average fixed cost per rai and 6,678.22 baht for the average variable cost per rai. The average yield was 190.63 kilograms per rai. The average production cost was 59.55 baht per kilogram which could be classified as 24.52 baht per kilogram for fixed costs and 35.03 baht per kilogram for variable expenses. The average selling price was 88.52 baht per kilogram. The return on net profit per rai was 5,522.11 baht. The return on net profit per kilogram was 28.97 baht. The average break-even production amount was 87.39 kilograms per rai. The break-even selling price level was 59.55 baht per kilogram. The return on investment on planting cost per rai was 48.64%. Additionally, the return on investment on sales per rai was 32.72%. This can be seen that growing tobacco can generate income for farmers.

Keywords: Break-even Point, Tobacco Cultivation, Community Enterprise, Costs and Returns

บทนำ

ยาสูบมีแหล่งกำเนิดจากตอนกลางของทวีปอเมริกา แม้มนุษย์จะรู้จักใบยาสูบมาประมาณสองพันปีแล้ว แต่ก็ยังมีได้สูบกกันอย่างแพร่หลาย จนกระทั่ง ชาวอินเดียนแดงที่เป็นชนพื้นเมืองในทวีปอเมริกา ได้เริ่มต้นการช้ยาสูบเป็นพวกแรก โดยปลูกยาสูบเพื่อใช้เป็นยาและนำมาสูบในพิธีกรรมต่างๆ ในเวลาต่อมาชาวอังกฤษประสบความสำเร็จในการปลูกยาสูบเชิงพาณิชย์เป็นครั้งแรก และได้ส่งออกผลผลิตไปยังประเทศที่เป็นอาณานิคมจำนวนมาก และในอีก 200 ปีต่อมา การทำไร่ยาสูบเชิงพาณิชย์ จึงเกิดขึ้นอย่างแพร่หลายทั่วโลก สำหรับในเอเชียประเทศแรกที่ปลูกยาสูบ คือ ประเทศฟิลิปปินส์ จากนั้นจึงมีการแพร่หลายไปยังประเทศอินเดีย ประเทศจีน และประเทศอินโดนีเซีย ตามลำดับ ในประเทศไทยมีการช้ยาสูบตั้งแต่สมัยอยุธยาแล้ว โดยได้ยาสูบมาจากเมืองมะนิลา ในหมู่เกาะฟิลิปปินส์ จากประเทศจีน และมีที่ปลูกในประเทศเอง ต่อมาในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว มีการเปิดบริษัทผลิตบุหรี่ปริ้นเป็นบริษัทแรก โดยมีชาวอังกฤษเป็นเจ้าของ ซึ่งเปิดดำเนินการใน พ.ศ.2460 การผลิตบุหรี่ปริ้นในระยะแรกจะมวนด้วยมือ จากนั้นในรัชสมัย

พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว มีการนำเข้าเครื่องจักรจากประเทศเยอรมนี มาใช้ในการผลิตบุหรีหลากหลายยี่ห้อออกมาจำหน่าย การสูบบุหรีจึงแพร่หลายมากขึ้น จนกระทั่งใน พ.ศ. 2482 รัฐบาลได้จัดตั้งโรงงานยาสูบขึ้น โดยซื้อกิจการมาจากห้างหุ้นส่วนบูรพา ยาสูบ จำกัด (สะพานเหลือง) ถนนพระราม 4 กรุงเทพฯ และดำเนินกิจการอุตสาหกรรมยาสูบ ภายใต้การควบคุมของกรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง หลังจากนั้น รัฐบาลได้ซื้อกิจการยาสูบของบริษัทกวางฮก บริษัทฮอฟฟีน และบริษัทบริติชอเมริกันโทแบกโค แล้วรวมกิจการเข้าด้วยกัน ภายใต้ชื่อ โรงงานยาสูบ กระทรวงการคลัง มาจนถึงปัจจุบัน (มูลนิธิโครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน โดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศรมหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร, 2565)

ปัจจุบันยาสูบถือเป็นพืชที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจและมีการปลูกกันอย่างแพร่หลายกว่า 120 ประเทศทั่วโลก เนื่องจากเป็นพืชที่สามารถเติบโตได้ดีภายใต้สภาพอากาศและสภาพดินที่หลากหลาย สำหรับประเทศไทยนับเป็นพืชเศรษฐกิจชนิดหนึ่งที่ทำเงินหล่อเลี้ยงชีวิตชาวไร่ยาสูบกว่า 1 แสนครอบครัวทั่วประเทศ โดยนิยมปลูกกันมากในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เช่น ชัยภูมิ ขอนแก่น กาฬสินธุ์ สกลนคร มหาสารคาม ร้อยเอ็ด และยโสธร มีรายงานว่า ในประเทศไทยสามารถเก็บใบยาส่งออกได้สูงถึงกว่า 60 ล้านกิโลกรัม มีมูลค่าการส่งออก สร้างรายได้ให้กับชาวไร่ยาสูบสูงถึง 2,523 ล้านบาท ยาสูบจึงนับเป็นพืชเศรษฐกิจที่สามารถสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรและประเทศชาติ (หนังสือพิมพ์เดลินิวส์, 2564) โดยยาสูบในประเทศที่ใช้ในการผลิตบุหรี แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ใบยาพันธุ์เวอร์จิเนียร์ ใบยาพันธุ์เบอร์เลย์ และใบยาพันธุ์เตอร์กิช ซึ่งทั้ง 3 ชนิดนี้เป็นใบยาสูบที่โรงงานยาสูบส่งเสริม (การยาสูบแห่งประเทศไทย, 2564) โดยยาสูบปลูกมากในพื้นที่ภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย และมีปลูกบ้างเล็กน้อยในพื้นที่ภาคกลาง จากข้อมูลของกรมพัฒนาที่ดิน พบว่ามีพื้นที่ปลูกยาสูบทั่วประเทศ 231,047 ไร่ (กลุ่มวิเคราะห์สภาพการใช้ที่ดิน, 2561) โดยพื้นที่ดังกล่าวอยู่ในเขตเกษตรกรรม 227,771 ไร่ หรือร้อยละ 98.58 ของพื้นที่ปลูกยาสูบทั่วประเทศ และอยู่ในเขตป่าตามกฎหมาย 3,276 ไร่ หรือร้อยละ 1.42 ของ พื้นที่ปลูกยาสูบทั่วประเทศ (กรมพัฒนาที่ดิน, 2561) สำหรับพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นิยมปลูกใบยาเตอร์กิช เพราะการปลูกใบยาชนิดนี้จะเหมาะสมมากกับบรรยากาศแบบพื้นที่แห้งแล้ง ดินทรายจัด ไม่อุ้มน้ำ เพราะใบยาจะสร้างแว็กซ์ขึ้นมาเพื่อป้องกันการระเหยของน้ำ ยิ่งแว็กซ์มากยิ่งทำให้ใบยาหอมมาก ซึ่งคุณสมบัตินี้เป็นที่ต้องการมาก หากน้ำเยอะทำให้ใบใหญ่สวยงามแต่แว็กซ์น้อยและไม่หอม ทำให้นิยมปลูกกันโดยเฉพาะในโซนจังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่น มหาสารคาม และนครพนม ที่พื้นที่ค่อนข้างแห้งแล้ง ซึ่งถือเป็นแหล่งปลูกที่ดีที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (การยาสูบแห่งประเทศไทย, 2564)

จากการที่ยาสูบมีความสำคัญต่อการสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกร อำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด โดยในปีการเพาะปลูก 2560/2561 มีจำนวนเพิ่มขึ้นร้อยละ 71.06 ซึ่งทั้งหมดอยู่ในอำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ดและในปีการเพาะปลูก 2561/2562 ปริมาณยาสูบพันธุ์พื้นเมือง และปริมาณยาเส้นที่เสียภาษีมีค่าประมาณ 4,108.00 กก. และ 19,200.00 บาท ตามลำดับ (จิรวัดน์ เจริญสถาพรกุล, 2563) ซึ่งเกษตรกรอำเภอศรีสมเด็จ นิยมปลูกใบยาสูบหลังฤดูเก็บเกี่ยวข้าวเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ครัวเรือน โดยการรวมกลุ่มกัน

เพื่อจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกยาสูบ ซึ่งการปลูกใบยาสูบของเกษตรกร มีค่าใช้จ่ายหลายประเภทมาเกี่ยวข้อง เช่น ค่าปุ๋ยเคมี ค่ายากำจัดวัชพืชและศัตรูพืช รวมไปถึงเกษตรกรบางรายต้องจ้างรถไถนาปรับสภาพดินหรือเช่าเครื่องจักรอื่นในการทำการเกษตร จึงส่งผลกระทบต่อต้นทุนการปลูกยาสูบที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งทำให้เกษตรกรผู้ปลูกยาสูบไม่ทราบถึงผลตอบแทนที่แท้จริงของการทำไร่ยาสูบ เนื่องจากมีขั้นตอนและค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เกษตรกรไม่ได้มีการจดบันทึกต้นทุน จึงเห็นได้ว่าปัญหาดังกล่าวส่งผลกระทบต่อ การสร้างรายได้ของเกษตรกรผู้ปลูกยาสูบทั้งสิ้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงให้ความสนใจที่จะศึกษาการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน การปลูกยาสูบ ของวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกยาสูบบ้านสวนจิก หมู่ที่ 1 อำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปในการปลูกยาสูบ ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนในการปลูกยาสูบ และวิเคราะห์จุดคุ้มทุนในการปลูกยาสูบ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลและสภาพทั่วไปในการปลูกยาสูบของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกยาสูบบ้านสวนจิก หมู่ที่ 1 อำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด
2. เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนในการปลูกยาสูบของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกยาสูบ บ้านสวนจิก หมู่ที่ 1 อำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด
3. เพื่อวิเคราะห์จุดคุ้มทุนราคาขายต่อกิโลกรัมในการปลูกยาสูบของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกยาสูบ บ้านสวนจิก หมู่ที่ 1 อำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการดำเนินงานวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ เกษตรกรผู้ปลูกยาสูบที่เป็นสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกยาสูบ บ้านสวนจิก หมู่ที่ 1 อำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งได้ขึ้นทะเบียนการปลูกยาสูบกับโรงงานยาสูบ กรมสรรพสามิต ในฤดูกาลเพาะปลูก 2564/2565 จำนวน 10 ราย โดยใช้ตารางเทียบหากกลุ่มตัวอย่างของเครซี่ และมอร์แกน (ละเอียด ศิลาณอย, 2562) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

เครื่องมือที่ใช้การวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นการสร้างแบบสอบถาม ซึ่งจัดทำโดยการศึกษาแนวคิดทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้ได้แบบสอบถามที่มีความครอบคลุมในประเด็นที่จะศึกษา โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ข้อมูลสภาพทั่วไปใน

การปลูกยาสูบ ตอนที่ 3 ข้อมูลต้นทุนและผลตอบแทนในการปลูกยาสูบ ตอนที่ 4 ปัญหาข้อเสนอแนะ มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด ให้เกษตรกรได้แสดงความคิดเห็นถึงปัญหาและอุปสรรคในการปลูกยาสูบ รวมทั้งข้อเสนอแนะ

วิธีรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม นำไปเก็บข้อมูลกับเกษตรกรผู้ปลูกยาสูบ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้รับไปตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และรวบรวมข้อมูลที่ได้ไปทำการวิเคราะห์ผล

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลจะนำเอาข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาดำเนินการวิเคราะห์โดยแบ่งเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เป็นการศึกษาถึงข้อมูลสภาพทั่วไป ตลอดจนขั้นตอน และกระบวนการการปลูกยาสูบ การเพาะกล้า การปลูก การดูแลบำรุงรักษา การเก็บเกี่ยว เสียบร้อย บ่มแดด และการบรรจุกล่อง โดยใช้ค่าเฉลี่ยทางสถิติ ได้แก่ จำนวน (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) เป็นการวิเคราะห์โดยใช้เครื่องมือทางการเงิน ซึ่งเป็นสูตรทางบัญชีในการวิเคราะห์ข้อมูล (ไพบูลย์ ผจงวงศ์, 2561) ประกอบด้วย สูตรที่ 1) ผลตอบแทนสุทธิต่อหน่วย หาได้จาก $\text{ขาย} - \text{ต้นทุนคงที่} - \text{ต้นทุนผันแปร} = \text{กำไรสุทธิ}$ สูตรที่ 2) จุดคุ้มทุน หาได้จาก $\text{ต้นทุนคงที่} / (\text{ขาย} - \text{ต้นทุนผันแปร})$ สูตรที่ 3) อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนการผลิตหาได้จาก $(\text{ผลตอบแทนสุทธิ} / \text{ต้นทุนการผลิตทั้งหมด}) \times 100$ สูตรที่ 4) อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย หาได้จาก $(\text{ผลตอบแทนสุทธิ} / \text{ยอดขายทั้งหมด}) \times 100$

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนการปลูกยาสูบของวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกยาสูบ บ้านสวนจิก หมู่ที่ 1 อำเภอสรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลและสภาพทั่วไปในการปลูกยาสูบ 2) เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนในการปลูกยาสูบ และ 3) เพื่อวิเคราะห์จุดคุ้มทุนราคาขายต่อกิโลกรัมในการปลูกยาสูบของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกยาสูบบ้านสวนจิก หมู่ที่ 1 อำเภอสรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด แบ่งการสรุปผลการวิจัยออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรผู้ปลูกยาสูบที่เป็นสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกยาสูบบ้านสวนจิก หมู่ที่ 1 อำเภอสรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรผู้ปลูกยาสูบ ที่เป็นสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกยาสูบบ้านสวนจิก หมู่ที่ 1 อำเภอสรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกยาสูบส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 80 มีอายุ 36 – 49 ปี คิดเป็นร้อยละ 40 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 70 มีสมาชิกในครอบครัว จำนวน 3-4 คน คิดเป็นร้อยละ 50 โดยมีสมาชิกในครอบครัวที่ช่วยงานปลูกยาสูบ จำนวน 1-2 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ซึ่งได้ปลูกยาสูบมาแล้วเป็นเวลามากกว่า 10 ปี คิดเป็น

ร้อยละ 80 แรงจูงใจในการปลูกยาสูบ คือ ต้องการเพิ่มรายได้ให้แก่ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 100 โดยมีเจ้าหน้าที่จากโรงงานยาสูบเป็นผู้ให้ความรู้ในการปลูกยาสูบ คิดเป็นร้อยละ 100 มีแหล่งเงินทุนมาจากการกู้ยืมจากธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 90 และส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ในพื้นที่ทางการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 70

ตอนที่ 2 ผลวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาสภาพทั่วไปในการปลูกยาสูบของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกยาสูบบ้านสวนจิก หมู่ที่ 1 อำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด โดยแยกเป็นขั้นตอนการปลูก ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผลวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพทั่วไปในการปลูกยาสูบ ด้านขั้นตอนการเพาะเมล็ดพันธุ์ต้นกล้ายาสูบของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกยาสูบบ้านสวนจิก หมู่ที่ 1 อำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า สภาพดินที่ใช้ในการเพาะเป็นดินเหนียวปนทราย คิดเป็นร้อยละ 70 โดยมีวิธีการเตรียมดินสำหรับแปลงเพาะ ด้วยการไถหน้าดิน/ไถคราด/เก็บหญ้าและวัชพืชออก/ยกแปลง คิดเป็นร้อยละ 80 ใช้ยาฆ่าหญ้า/ปุ๋ยเคมีเร่งสำหรับเร่งโต เป็นปุ๋ยและสารเคมีที่ใช้ก่อนการเพาะ คิดเป็นร้อยละ 70 ซึ่งสายพันธุ์ที่นำมาปลูก คือ พันธุ์เตอร์กิช คิดเป็นร้อยละ 100 มีแหล่งที่มาของเมล็ดพันธุ์ยาสูบที่ปลูก มาจากการเก็บไว้จากปีก่อน คิดเป็นร้อยละ 80 ระยะเวลาที่ใช้ในการแช่เมล็ดพันธุ์ก่อนการนำไปบ่ม ใช้เวลาภายใน 24 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 90 ใช้ระยะเวลาในการบ่มเมล็ดพันธุ์ก่อนการนำไปเพาะภายใน 72 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 80 มีวิธีการนำเมล็ดพันธุ์ลงแปลงเพาะ โดยใช้วิธีผสมน้ำในบัวรดน้ำ คิดเป็นร้อยละ 100 วัสดุที่นำมาคลุมปิดหน้าแปลงเพาะต้นกล้า คือ ฟาง คิดเป็นร้อยละ 100 ระยะเวลาการให้น้ำแปลงต้นกล้า คือ รดน้ำทุกวัน วันละ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 60 ระยะเวลาการให้น้ำแปลงต้นกล้าในช่วงหลังจากการต้นกล้าเริ่มงอกรดน้ำทุกวัน วันละ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 100

ขั้นตอนที่ 2 ผลวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพทั่วไปในการปลูกยาสูบ ด้านขั้นตอนการปลูกยาสูบของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกยาสูบบ้านสวนจิก หมู่ที่ 1 อำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า สภาพดินที่ใช้ปลูกยาสูบ เป็นดินเหนียวปนทราย คิดเป็นร้อยละ 70 มีวิธีการเตรียมดินสำหรับปลูกด้วยการไถหน้าดิน/ไถคราด/เก็บหญ้าและวัชพืชออก/ยกร่อง คิดเป็นร้อยละ 70 ส่วนแรงงานที่ใช้ในการปลูกยาสูบ เป็นการทำด้วยกันในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 80 ระยะเวลาการย้ายต้นกล้าลงแปลงปลูก ใช้เวลาภายใน 28 วันหลังการเพาะ คิดเป็นร้อยละ 70 โดยใช้วิธีการย้ายต้นกล้าลงแปลงปลูกด้วยการใช้นิ้วมือทำหลุมได้เลย คิดเป็นร้อยละ 100 และมีที่มาของแหล่งน้ำในการปลูกมาจากแหล่งน้ำจากธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 80

ขั้นตอนที่ 3 ผลวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพทั่วไปในการปลูกยาสูบ ด้านขั้นตอนการดูแลหลังการปลูกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกยาสูบบ้านสวนจิก หมู่ที่ 1 อำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ระยะเวลาการเริ่มต้นให้น้ำและยากำจัดวัชพืชหลังจากวันที่ปลูกภายใน 1 เดือนหลังการปลูก คิดเป็นร้อยละ 100 ความถี่ในการให้น้ำและยากำจัดวัชพืชหลังจากวันที่ปลูก คือ จำนวน 3 ครั้งต่อเดือนนับจากครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 80

ขั้นตอนที่ 4 ผลวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพทั่วไปในการปลูกยาสูบ ด้านขั้นตอนการเก็บเกี่ยวใบยาสูบ การเสียบร้อยละ การบ่มแดดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกยาสูบบ้านสวนจิก หมู่ที่ 1 อำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ผู้ปลูกยาสูบมีระยะเวลาการเก็บเกี่ยวใบยาสูบครั้งแรกหลังการปลูก เริ่มต้นในช่วงตั้งแต่

2 เดือน แต่ไม่เกิน 3 เดือนหลังการปลูก คิดเป็นร้อยละ 80 โดยเก็บเกี่ยวใบยาสูบด้วยมือ คิดเป็นร้อยละ 80 แรงงานที่ใช้ในการเก็บเกี่ยวและเสียบร้อย คือ ทำเองในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 70 การคัดเลือกใบยาสูบก่อนเสียบร้อย คือ 2 กลุ่ม ได้แก่ ใบยาแก่และหนุ่ม คิดเป็นร้อยละ 90 ระยะเวลาการนำยาสูบไปบ่มแดดใช้เวลาไม่เกิน 1 เดือน คิดเป็นร้อยละ 100

ขั้นตอนที่ 5 ผลวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพทั่วไปในการปลูกยาสูบ ด้านขั้นตอนการบรรจุใบยาสูบแห้งเพื่อนำไปขายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกยาสูบบ้านสวนจิก หมู่ที่ 1 อำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ผู้ปลูกยาสูบใช้กล่องกระดาษเป็นบรรจุภัณฑ์ที่นำมาใช้บรรจุใบยาสูบแห้งเพื่อนำไปขาย คิดเป็นร้อยละ 100 โดยได้กล่องกระดาษมาจากโรงงานยาสูบเป็นผู้จัดสรรให้ คิดเป็นร้อยละ 100 และมีระยะเวลาการนำใบยาสูบแห้งไปหมักก่อนลงกล่อง ใช้เวลาภายใน 1 เดือน ก่อนการขาย คิดเป็นร้อยละ 60

ตอนที่ 3 ผลวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทน และเพื่อวิเคราะห์จุดคุ้มทุนในการปลูกยาสูบของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกยาสูบบ้านสวนจิก หมู่ที่ 1 อำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด โดยใช้สูตรการคำนวณต้นทุนและผลตอบแทน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน และอัตราผลตอบแทน แสดงได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ตารางแสดงสินทรัพย์ในหมวดอุปกรณ์การเกษตร ที่ใช้คำนวณค่าเสื่อมราคา

รายการสินทรัพย์	มูลค่าต้นทุน การได้มาเฉลี่ย (บาท)	อายุการใช้ประโยชน์ เฉลี่ย (ปี)	ค่าเสื่อมราคา ต่อ 1 รอบการปลูก (บาท)
เครื่องสูบน้ำ	7,840.00	10	784.00
ท่อน้ำ	2,890.00	5	578.00
สายยางรดน้ำ	780.00	5	156.00
เครื่องพ่นยา	2,140.00	4	535.00
ผ้ายางบังแดด	1,890.00	3	630.00

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นถึงการคำนวณค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ทางการเกษตร เพื่อปันส่วนค่าใช้จ่ายของสินทรัพย์ทางการเกษตรที่ใช้ในการปลูกยาสูบ โดยปันส่วนค่าใช้จ่ายเป็นรายปี ตามจำนวนของอายุการใช้ประโยชน์ของเครื่องมือทางการเกษตร เพื่อนำไปใช้ในการคำนวณหาต้นทุนคงที่ และต้นทุนรวม

ตารางที่ 2 แสดงต้นทุนต่อไร่ในการปลูกยาสูบของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกยาสูบบ้านสวนจิก หมู่ที่ 1

อำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด ต่อ 1 รอบการปลูก

รายการ	ต้นทุนการปลูกต่อไร่ (บาท : ต่อรอบการปลูก)	สัดส่วน (ร้อยละ)
ต้นทุนคงที่ต่อ 1 รอบการผลิต ประกอบด้วย		
ไม้สำหรับตากใบยาสูบ	430.00	9.19
ราวไม้สำหรับตากใบยาสูบ	371.00	7.93
เช็มเสียบร้อยใบยาสูบ	48.00	1.02
ตาข่าย	360.00	7.70
บัวรดน้ำ	152.00	3.25
จอบ	147.00	3.14
คราด	99.00	2.18
เคียว	86.00	1.83
ค่าเสื่อมราคาเครื่องสูบน้ำ	784.00	16.77
ค่าเสื่อมราคาท่อน้ำ	578.00	12.36
ค่าเสื่อมราคาสายยางรดน้ำ	156.00	3.33
ค่าเสื่อมราคาเครื่องพ่นยา	535.00	11.44
ค่าเสื่อมราคาฝ้ายางบังแดด	630.00	13.47
ดอกเบี้ยเงินกู้ยืม	298.67	6.39
รวมต้นทุนคงที่ต่อ 1 รอบการผลิต	4,674.67	100
ต้นทุนผันแปรต่อไร่ ประกอบด้วย		
ค่าน้ำมันเครื่องมือทางการเกษตร	742.50	11.12
ค่าปุ๋ยเคมี	1,842.59	27.59
ค่ายาและสารเคมีกำจัดวัชพืชและศัตรูพืช	609.37	9.12
ค่าขนใบยาสูบไปโรงรับซื้อ	128.17	1.92
ค่าตัดยา	64.10	0.96
ค่าแรงงานไถเพาะต้นกล้า	86.30	1.29
ค่าแรงงานไถปลูกต้นยาสูบ	355.19	5.32
ค่าแรงงานเสียบร้อยใบยาสูบ	2,850.00	42.68
รวมต้นทุนผันแปรต่อ 1 ไร่	6,678.22	100
ต้นทุนการผลิตทั้งหมดต่อไร่ (บาท)	11,352.89	
ปริมาณผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ (กิโลกรัม)	190.63	
ต้นทุนการผลิตทั้งหมดต่อกิโลกรัม (บาท)	59.55	
ต้นทุนคงที่ต่อกิโลกรัม (บาท)	24.52	
ต้นทุนผันแปรต่อกิโลกรัม (บาท)	35.03	

จากตารางที่ 2 แสดงต้นทุนต่อไร่ในการปลูกยาสูบของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้ปลูกยาสูบ บ้านสวนจิก หมู่ที่ 1 อำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ต้นทุนจากการปลูกยาสูบ คิดเป็นต้นทุนการผลิตทั้งหมด เท่ากับ 11,352.89 บาทต่อไร่/ปี จำแนกเป็น ต้นทุนคงที่ เท่ากับ 4,674.67 บาทต่อรอบการปลูกต่อไร่/ปี และ ต้นทุนผันแปร เท่ากับ 6,678.22 บาทต่อไร่/ปี ปริมาณผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ เท่ากับ 190.63 กิโลกรัมต่อไร่/ปี ต้นทุนการผลิตทั้งหมดต่อกิโลกรัม เท่ากับ 59.55 บาทต่อกิโลกรัม แบ่งเป็นต้นทุนคงที่ต่อกิโลกรัม เท่ากับ 24.52 บาทต่อกิโลกรัม และต้นทุนผันแปรต่อกิโลกรัม เท่ากับ 35.03 บาทต่อกิโลกรัม

ตารางที่ 3 แสดงผลตอบแทน และจุดคุ้มทุนในการปลูกยาสูบของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกยาสูบบ้านสวนจิก หมู่ที่ 1 อำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด

ผลตอบแทนสุทธิต่อไร่ (กำไรต่อไร่) :-		
รายได้จากการปลูกยาสูบต่อไร่		16,875.00
หัก ต้นทุนการผลิตทั้งหมดเฉลี่ยต่อไร่ (บาท)		<u>11,352.89</u>
		<u>5,522.11</u>
ผลตอบแทนสุทธิต่อกิโลกรัม (กำไรต่อกิโลกรัม) :-		
ราคาขายยาสูบเฉลี่ยต่อกิโลกรัม		88.52
หัก ต้นทุนการผลิตทั้งหมดต่อกิโลกรัม		<u>59.55</u>
		<u>28.97</u>
ปริมาณการผลิตเฉลี่ยต่อไร่คุ้มทุน (จุดคุ้มทุนกิโลกรัมต่อไร่) :-		
ต้นทุนการผลิตคงที่เฉลี่ยต่อรอบการผลิต		4,674.67
หาร ราคาขายยาสูบเฉลี่ยต่อกิโลกรัม - ต้นทุนการผลิตผันแปรเฉลี่ยต่อกิโลกรัม		<u>53.49</u>
		<u>87.39</u>
ระดับราคาขายคุ้มทุน (บาทต่อกิโลกรัม) :-		
ต้นทุนการผลิตทั้งหมดเฉลี่ยต่อไร่		11,352.89
หาร ปริมาณผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ (กก.)		<u>190.63</u>
		<u>59.55</u>
อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนการปลูกเฉลี่ยต่อไร่	$\frac{5,522.11 \times 100}{11,352.89}$	= 48.64%
อัตราผลตอบแทนต่อยอดขายเฉลี่ยต่อไร่	$\frac{5,522.11 \times 100}{16,875.00}$	= 32.72%

จากตารางที่ 3 แสดงผลตอบแทน และจุดคุ้มทุนในการปลูกยาสูบของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกยาสูบบ้านสวนจิก หมู่ที่ 1 อำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด ต่อ 1 รอบการปลูก พบว่า ผลตอบแทนสุทธิต่อไร่ (กำไรต่อไร่) เท่ากับ 5,522.11 บาทต่อไร่ ผลตอบแทนสุทธิต่อกิโลกรัม (กำไรต่อกิโลกรัม) เท่ากับ 28.97 บาทต่อกิโลกรัม ปริมาณการผลิตเฉลี่ยต่อไร่คุ้มทุน (จุดคุ้มทุนกิโลกรัมต่อไร่) เท่ากับ 87.39 กิโลกรัมต่อไร่ ระบายราคาขายคุ้มทุน (บาทต่อกิโลกรัม) เท่ากับ 59.55 บาทต่อกิโลกรัม อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนการปลูกเฉลี่ยต่อไร่ เท่ากับ ร้อยละ 48.64 และ อัตราผลตอบแทนต่อยอดขายเฉลี่ยต่อไร่ เท่ากับ ร้อยละ 32.72

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนเพื่อวิเคราะห์หาจุดคุ้มทุนในการปลูกยาสูบของวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกยาสูบ บ้านสวนจิก หมู่ที่ 1 อำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกยาสูบของวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกยาสูบบ้านสวนจิกส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 36 – 49 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา มีสมาชิกในครอบครัว จำนวน 3-4 คน โดยมีสมาชิกในครอบครัวที่ช่วยงานปลูกยาสูบ จำนวน 1-2 คน ซึ่งได้ปลูกยาสูบมาแล้วเป็นเวลามากกว่า 10 ปี โดยมีเจ้าหน้าที่จากโรงงานยาสูบเป็นผู้ให้ความรู้ในการปลูกยาสูบ และมีแรงจูงใจในการปลูกยาสูบ คือต้องการเพิ่มรายได้ให้แก่ครัวเรือน จากการศึกษาด้านต้นทุนจะเห็นว่า ต้นทุนการผลิตทั้งหมดต่อไร่ เท่ากับ 11,352.87 บาท จำแนกเป็นต้นทุนผันแปร เท่ากับ 6,678.20 บาท และต้นทุนคงที่ เท่ากับ 4,674.67 บาท ซึ่งมีผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ เท่ากับ 190.63 กิโลกรัมต่อไร่ โดยต้นทุนผันแปรของการปลูกยาสูบ มีสัดส่วนที่ค่อนข้างสูง ไม่ว่าจะเป็นค่าแรงงานในการเสียบร้อยใบยาสูบ ค่าปุ๋ยเคมี และค่าน้ำมันสำหรับเครื่องมือทางการเกษตร มีสัดส่วนที่สูงที่สุดตามลำดับ เนื่องจากการปลูกยาสูบใช้การพึ่งพาสารเคมีเป็นหลัก ทำให้ค่าปุ๋ยเคมี และค่ายาสารเคมีกำจัดวัชพืช มีสัดส่วนที่สูง อีกทั้งยังเป็นการปลูกในฤดูแล้ง ซึ่งต้องสูบน้ำจากแหล่งน้ำธรรมชาติที่ไม่ได้มีจำนวนมาก และต้องสูบน้ำบ่อยครั้งก่อนการเก็บเกี่ยว ส่งผลให้ค่าน้ำมันเพิ่มมากขึ้น และการปลูกยาสูบจะต้องเร่งเก็บเกี่ยวให้ทันเพื่อไม่ให้ใบแห้งเน่าคาต้น และเร่งให้ทันรอบการขาย เกษตรกรจึงจำเป็นที่จะต้องมีการจ้างแรงงานเสียบร้อยใบยาสูบ โดยค่าแรงงานจะไม่คงที่ แต่จะเปลี่ยนแปลงไปตามที่ผู้ปลูกยาสูบกำหนดโดยอ้างอิงจากราคาที่เกษตรกรรายอื่นจ้างกัน ส่งผลให้ค่าแรงงานในการเสียบร้อยใบยาสูบมีสัดส่วนที่สูง ซึ่งสอดคล้องกับ ลลิตา ปาลันทม (2562) ที่ได้ศึกษาเรื่องต้นทุนและผลตอบแทนการปลูกยาสูบของเกษตรกรตำบลพระธาตุบังพวน อำเภอเมืองจังหวัดหนองคาย พบว่า ต้นทุนการปลูกยาสูบแบ่งเป็นต้นทุนคงที่ 6,864.26 บาทต่อไร่ต่อปี ต้นทุนผันแปร 14,026.21 บาทต่อไร่ต่อปี รวมต้นทุนทั้งหมด 20,890.47 บาทต่อไร่ต่อปี มีปริมาณผลผลิตเฉลี่ย 192.77 กิโลกรัมต่อไร่ต่อปี โดยต้นทุนการปลูกยาสูบที่สูงที่สุด คือค่าแรงงานในการเก็บใบยา/หั่นใบยา/ตากใบยา และค่าปุ๋ยและค่าปราบศัตรูพืชที่ใช้ในการปลูกยาสูบ ซึ่งส่งผลต่อต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้นของเกษตรกร และกระทบต่อต้นทุนการผลิตของเกษตรกรอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งสอดคล้องกับ นุชสรีย์ ทองใส (2559) ที่ได้ศึกษาเรื่องต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตยาสูบในอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ต้นทุนผันแปรการผลิตยาสูบที่มีสัดส่วนสูงที่สุด คือ ค่าแรงงาน และรองลงมาเป็นค่าปุ๋ยเคมี ซึ่งจากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า

ต้นทุนการปลูกยาสูบที่เป็นต้นทุนผันแปร คือ ค่าแรงงาน และค่าปุ๋ยเคมี มีสัดส่วนที่สูงเช่นเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ณัชนันท์ อัครเดชาพนิช และ ทดมัล แสงสว่าง (2564) พบว่า ต้นทุนผันแปรที่มากที่สุด คือ ค่าแรงงาน ค่าวัสดุและอุปกรณ์การเกษตร และ ค่าขนส่ง ตามลำดับ และสอดคล้องกับ เจนณรงค์ ละอองศรี และเกษราวัลย์ นิลวรารุง (2561) ได้กล่าวไว้ว่า เกษตรกรปลูกยาสูบส่วนใหญ่ยังคงให้ความสำคัญกับเรื่องของการหารายได้ มากกว่าการดูแลสุขภาพของตนเอง เกษตรกรปลูกยาสูบส่วนมากจึงมีการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชอย่างเข้มข้น ส่วนด้านผลตอบแทน ราคาขายเฉลี่ย เท่ากับ 88.52 บาทต่อกิโลกรัม มีรายได้เฉลี่ยจากการปลูกยาสูบ เท่ากับ 16,875 บาทต่อไร่ต่อปี คิดเป็นผลตอบแทนกำไรสุทธิต่อไร่ เท่ากับ 5,522.11 บาทต่อไร่ต่อปี และผลตอบแทนกำไรสุทธิต่อกิโลกรัม เท่ากับ 28.96 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งสอดคล้องกับ ลลิตา ปาลันทม (2562) พบว่า มีราคาขายเฉลี่ย 87.20 บาทต่อกิโลกรัม มีผลตอบแทนสุทธิ 5,634.21 บาทต่อไร่ต่อปี ซึ่งมีระดับราคาขายและผลตอบแทนสุทธิที่ใกล้เคียงกัน และด้านจุดคุ้มทุนและอัตราผลตอบแทนมีปริมาณ การผลิตเฉลี่ยต่อไร่คุ้มทุน เท่ากับ 87.39 กิโลกรัมต่อไร่ ระดับราคาขายคุ้มทุน เท่ากับ 59.55 บาทต่อกิโลกรัม อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน เท่ากับ ร้อยละ 48.64 และอัตราผลตอบแทนต่อยอดขายเฉลี่ย เท่ากับ ร้อยละ 32.72 ซึ่งจะเห็นได้ว่าเกษตรกรสามารถสร้างรายได้แก่ครัวเรือนโดยมีกำไรจากการปลูกยาสูบ ซึ่งสอดคล้องกับ นุชสรีย์ ทองใส (2559) ; ลลิตา ปาลันทม (2562) พบว่า การปลูกยาสูบสามารถทำกำไรให้กับเกษตรกรได้ แม้ว่างานวิจัยของ จิรวัดน์ เจริญสถาพรกุล (2553) ที่ได้ศึกษาเรื่องผลตอบแทนและต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์การปลูกยาสูบพันธุ์เบอร์เลย์ ในตำบลทับผึ้ง อำเภอศรีสำโรง จังหวัดสุโขทัย จะบอกว่าเกษตรกรขาดทุนจากการปลูกยาสูบพันธุ์เบอร์เลย์ แต่อย่างไรก็ตามผลดังกล่าวอาจเนื่องมาจากปัจจัยในการพิจารณาที่มีความแตกต่างกัน เช่น พิจารณาเฉพาะค่าใช้จ่ายที่เป็นเงินสด ความแตกต่างของขนาดพื้นที่ปลูกยาสูบ หรือความเหมาะสมของพื้นที่ที่ปลูกกับพันธุ์ของใบยาสูบ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

เกษตรกรควรศึกษาเรื่องต้นทุนผันแปรในการปลูกยาสูบ เนื่องจากการวิจัยพบว่าต้นทุนผันแปรของการปลูกยาสูบมีสัดส่วนค่อนข้างสูง เช่น ค่าแรงงานในการเสียบร้อยใบยาสูบ ค่าปุ๋ยเคมี และค่าน้ำมันสำหรับเครื่องมือทางการเกษตร ดังนั้นเกษตรกรควรมีการวางแผน และหาแนวทางการลดต้นทุน หรือหาต้นทุนทดแทน ซึ่งจะส่งผลทำให้เกษตรกรได้รับผลตอบแทนเพิ่มขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้สนใจควรศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนจากการปลูกพืชชนิดอื่น ที่สามารถปลูกได้ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน เพื่อนำมาเปรียบเทียบผลตอบแทนจากการปลูก ซึ่งจะสามารถช่วยเกษตรกรในการกำหนดแผนการทำการเกษตรเพื่อสร้างรายได้แก่ครัวเรือนในอนาคตได้

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาที่ดิน. (2561). *เขตการใช้ที่ดินพืชเศรษฐกิจยาสูบ เอกสารวิชาการกลุ่มวางแผนบริหารจัดการพื้นที่ชุ่มน้ำกอนนโยบายและแผนการใช้ที่ดิน 11*. กรุงเทพฯ: กรมพัฒนาที่ดิน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- กลุ่มวิเคราะห์สภาพการใช้ที่ดิน. (2561). ข้อมูลสภาพการใช้ที่ดิน. กรุงเทพฯ: กอนนโยบายและแผนการใช้ที่ดิน กรมพัฒนาที่ดิน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- การยาสูบแห่งประเทศไทย. (2564). *ข้อมูลใบยาเตอร์กิช*. สืบค้นเมื่อ 18 ธันวาคม 2564, จาก <https://www.thaitobacco.or.th/th>.
- จิรวัดน์ เจริญสถาพรกุล. (2553). ผลตอบแทนและต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์การปลูกยาสูบพันธุ์เบอร์เลย์ ในตำบลทับผึ้ง อำเภอสรีสำโรง จังหวัดสุโขทัย. *วารสารมหาวิทยาลัยนเรศวร*, 18(2), 37-49.
- จิรวัดน์ เจริญสถาพรกุล. (2563). *ผลกระทบเชิงเศรษฐกิจของภาษีสรรพสามิตต่อการปลูกยาสูบ: มุมมองทางมหภาคและจุลภาค*. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อการควบคุมยาสูบ (ศจย.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.).
- เจนณรงค์ ละอองศรี และ เกษราวัลณ์ นิลวรางกูร. (2561). การวิเคราะห์กลวิธีพัฒนาศักยภาพเกษตรกรปลูกยาสูบ ในการป้องกันพิษจากการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช. *วารสารการพยาบาลและการดูแลสุขภาพ*, 36(2), 87-95
- ณชนันท์ อัครเดชาพนิช และ ทดมัล แสงสว่าง. (2564). การวิเคราะห์หาต้นทุนและผลตอบแทนจากการลงทุนปลูกอ้อยของชาวไร่อ้อย ในอำเภอบ้านไร่ จังหวัดขอนแก่น ปีการเพาะปลูก 2562/2563. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 11(2), 1-14.
- นุชสรีย์ ทองใส. (2559). *ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตยาสูบในอำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช*. (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์).
- ไพบูลย์ ผจงวงศ์. (2561). *การบัญชีเพื่อการจัดการ*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- ลลิตา ปาลันทม. (2562). ต้นทุนและผลตอบแทนการปลูกยาสูบของเกษตรกรตำบลพระธาตุบังพวน อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 1(5), 71-80.
- ละเอียด คิลาน้อย. (2562). *วิธีวิทยาการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัยเชิงปริมาณ เชิงสำรวจและเชิงทดลอง*. กรุงเทพมหานคร: บางกอกบลูพริ้นต์.
- มูลนิธิโครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน โดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร (2565). *สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน*. สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2565, จาก <https://www.saranukromthai.or.th>.
- หนังสือพิมพ์เดลินิวส์. (2564). *ส่งเสริมเศรษฐกิจพอเพียง แก่เกษตรกรไร่ยาสูบ – เกษตรทั่วไทย*. สืบค้นเมื่อ 18 ธันวาคม 2564, จาก <https://d.dailynews.co.th>.

ส่วนประสมทางการตลาด 4Es ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค ของผู้บริโภคผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

The Affecting of 4Es Marketing Mix to Consumer Buying Decision on Consumer Products via Online Social Network

อุมารวรรณ วาทกิจ

Umarwan Watakit

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Lecturer, Doctor of Business Administration, North Eastern University

อีเมล: Umarwan.wat@neu.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

8 ธันวาคม 2565

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

18 มกราคม 2566

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

26 มกราคม 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ชาวไทย 2) ศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาด 4Es ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างการวิจัย ได้แก่ ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค จำนวน 284 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ วิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีความสำคัญในระดับมาก โดยการประเมินทางเลือก มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ค้นหาข้อมูลตัดสินใจซื้อ การประเมินหลังการซื้อ และการรับรู้ความต้องการ ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 4Es ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่าส่วนประสมทางการตลาด 4Es ด้านการสร้างประสบการณ์ (Experience) การสร้างสาวก (Evangelism) และ การเข้าถึงผู้บริโภค (Everywhere) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไปในทิศทางเดียวกัน ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสามารถอธิบายความผันแปรได้ร้อยละ 53.2

คำสำคัญ: กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 4Es, การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค, เครือข่ายสังคมออนไลน์

ABSTRACT

The purposes of the research were 1) to study consumer buying decision on consumer products via social network behavior, 2) to study the effects of the mixed 4Es marketing on consumer buying behavior via social networks. The research is a quantitative

research. The sample groups consisted of 284 people who using social network for purchasing consumer products. The instruments were the online questionnaires. The statistics used were frequency, percentage, mean, standard deviation and multiple regression analysis.

The results shown that consumer buying decision behaviors through online social networks were importantly at a high level, followed by information search, purchase decision, post-purchase evaluation, and needs recognition, respectively. The analysis of mixed 4Es marketing strategies that affected on consumer buying decisions through online social networking revealed that mixed 4Es of marketing in terms of experience, evangelism, and everywhere affected to the buying decisions significantly at .05, which could explain the variation at 53.2%.

Keywords: Mixed 4Es Marketing, Consumer Buying Decision, Social Network

บทนำ

กลยุทธ์การตลาดมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาเพื่อให้สามารถสนองต่อพฤติกรรมการณ์การซื้อสินค้าของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลง การก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลทำให้รูปแบบการดำเนินธุรกิจเปลี่ยนแปลง ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภค จึงเป็นความท้าทายสำหรับนักการตลาด ในการเสนอกกลยุทธ์ทางการตลาดให้สามารถเข้าถึงและสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่เป็นที่รู้จักและใช้กันมาเป็นเวลานาน คือ 4Ps (Product, Price, Place, Promotion) ที่ถูกนำเสนอ โดย E. Jerome McCarthy ในปี 1960 (Poulou, 2018) เป็นยุคการตลาดที่เน้นผลิตภัณฑ์ (Product Oriented) เป็นกำหนดกระบวนการทางการตลาดเพื่อให้สินค้าหรือบริการถึงลูกค้าเป้าหมาย ต่อมาในปี 2010 Prof. Philip Kotler ได้นำเสนอแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 4Cs (Consumer, Cost, Convenience, Communication) โดยเสนอมุมมองด้านการตลาดจากมุมมองของลูกค้า (Customer Oriented) (Kotler, Kartajaya, and Setiawan, 2010) มีแนวคิดการตลาดมุ่งเน้นการส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้าด้วยสินค้าหรือบริการที่สามารถแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้ (Customer Solution) พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึง ทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความคุ้มค่าในการตัดสินใจซื้อ และในปัจจุบันเป็นยุคที่ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัลได้สร้างความเปลี่ยนแปลงในรูปแบบการดำเนินชีวิต ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมการใช้ชีวิต การติดต่อสื่อสาร การทำงาน การเรียน และโดยเฉพาะอย่างยิ่งการซื้อสินค้าที่มีความต้องการ และรูปแบบการซื้อสินค้าที่หลากหลาย โลกดิจิทัลเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลได้อย่างมากมาย ส่งผลให้พฤติกรรมการณ์การซื้อสินค้าเปลี่ยนไป ดังนั้น นักการตลาดจึงต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย ในปี 2018 Brian Fetherstonhaugh ได้นำเสนอส่วนประสมทางการตลาดแนวใหม่ทดแทน 4Ps และ 4Cs ด้วยหลักการตลาดในยุคดิจิทัล ได้แก่

“4Es” ประกอบไปด้วย Experience, Exchange, Everywhere และ Evangelism (Fetherstonhaugh, 2018) เป็นการปรับมุมมองทางการตลาดในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดจากฝั่งผลิตภัณฑ์ไปเน้นที่การสื่อสารจากฝั่งลูกค้า ให้ความสำคัญกับการส่งมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า เพื่อให้สามารถสนองพฤติกรรม การซื้อสินค้าในยุคดิจิทัลได้อย่างแท้จริง

แพลตฟอร์มเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network Platform) เช่น Facebook, Twitter, Instagram, Line และ Tiktok มีจำนวนของผู้ใช้เพิ่มมากขึ้นและถูกใช้เป็นช่องทางสำคัญในการติดต่อสื่อสาร Thailand Digital Stat 2021 (We Are Social, 2021) ได้สำรวจพฤติกรรม การซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ของคนไทย พบว่า คนไทยซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้น 42.8% เมื่อเทียบกับปีก่อน และในปี 2021 **คนไทยขอปิ้งออนไลน์เป็นอันดับ 4 ของโลก** ของใช้ในบ้านเป็นสินค้าที่ซื้อทางออนไลน์มากเป็นอันดับ 1 ของโลก นอกจากนี้ ในปี 2021 จำนวนผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย มีจำนวน 55 ล้านแอดเดสส์ เพิ่มขึ้นจากปี 2020 ถึง 5.8% และมีการซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพิ่มขึ้น 56% (Ms.นกยูง, 2021) จะเห็นได้ว่า ผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในประเทศไทยเริ่มมีความคุ้นเคยกับการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ จากการสำรวจพบว่าการซื้อสินค้าออนไลน์ของคนไทยนั้นสูงมากสำหรับคนทุกวัยแทบไม่มีข้อแตกต่าง (We Are Social, 2021) จึงทำให้เกิดแนวคิดการตลาดผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media Marketing) (Phuchong, 2019)

จากความคุ้นเคยในการซื้อสินค้าผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของคนไทยจนกลายเป็นความปกติใหม่ในการซื้อสินค้า ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ และศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาด 4Es ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภคซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าที่ได้รับความนิยมในการซื้อมากที่สุด เพื่อนำเสนอแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้าโดยเน้นการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าการตลาดผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรม การซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ชาวไทย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาด 4Es ที่มีผลต่อพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง

กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ผู้ประกอบการต่างเผชิญกับความท้าทายในการทำความเข้าใจกระบวนการในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากความคุ้นเคยในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ดังนั้น การศึกษา

พฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้า จึงมีความสำคัญในการกำหนดกิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสม Kotler & Keller (2012) ได้สรุปกระบวนการในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคไว้ 5 ขั้นตอน คือ

- 1) การรับรู้ความต้องการ (Need Recognition) หรือ รับรู้ถึงปัญหา (Problem Recognition) เป็นกระบวนการแรกเมื่อผู้บริโภครับรู้ความต้องการที่เกิดจากสิ่งกระตุ้นเองภายในหรือเกิดจากสิ่งเร้าภายนอก หรือ รับรู้ถึงปัญหาที่เกิดขึ้นทำความเข้าใจเหตุแห่งปัญหาแล้วระบุความต้องการในการแก้ไขปัญหา
- 2) ค้นหาข้อมูล (Information Search) เมื่อผู้บริโภคระบุความต้องการได้แล้ว จะเริ่มต้นค้นหาข้อมูลของสินค้าหรือบริการที่ตรงกับความต้องการหรือที่สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ หากความรู้และประสบการณ์ที่ผ่านมาไม่เพียงพอ ผู้บริโภคจะค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม
- 3) ประเมินทางเลือก (Alternative Evaluation) จะเป็นขั้นตอนในการพิจารณาคุณสมบัติ จุดเด่น หรือข้อจำกัด ของตัวเลือกต่าง ๆ โดยอาจพิจารณาร่วมกับประสบการณ์ที่ผ่านมาเพื่อเลือกตัวเลือกที่เหมาะสมในการแก้ปัญหาหรือที่สนองความต้องการได้อย่างเหมาะสมที่สุด
- 4) การตัดสินใจซื้อ (Decision Purchase) หลังจากพิจารณาทางเลือกที่เหมาะสมได้แล้วผู้บริโภคจะสามารถเลือกสินค้าหรือบริการที่ตรงกับความต้องการมากที่สุดก่อนตัดสินใจซื้อ
- 5) การประเมินหลังการซื้อ (Post-Purchase Evaluation) เมื่อได้สินค้าตรงตามความต้องการ หรือปัญหาได้รับแก้ไข ผู้บริโภคอาจจะไม่ให้ความสำคัญกับการประเมินหลังการซื้อมากนัก และถ้าผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจจากการซื้อสินค้าหรือบริการจะมีโอกาสที่จะแนะนำต่อผู้บริโภครายอื่นที่ประสงค์จะซื้อสินค้าประเภทเดียวกัน การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป็นเป้าหมายหลักของทุกธุรกิจ

จากความนิยมซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคในแพลตฟอร์มต่าง ๆ ผู้ประกอบการจึงควรทำความเข้าใจพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าในแต่ละขั้นตอนที่อาจเปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยีที่สนับสนุนกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค เพื่อให้สามารถจัดเตรียมกิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสมเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคในการขายสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้อย่างแท้จริง

ส่วนประสมทางการตลาด 4Es

แนวคิดการตลาดในยุคดิจิทัล ผู้บริโภคมีอิสระในการเข้าถึงข้อมูลได้หลากหลายช่องทาง มีความต้องการ การตอบสนองส่วนบุคคล และมองว่าการซื้อสินค้าเป็นประสบการณ์อย่างหนึ่ง จะเห็นได้ว่า ผู้บริโภคกลายเป็นผู้ควบคุมกิจกรรมทางการตลาด Brian Fetherstonhaugh ซีอีโอของ Ogilvy One Worldwide เอเจนซีระดับโลกภายใต้เครือ WPP ได้นำเสนอกรอบการทำงานทางการตลาดใหม่ทดแทน 4Ps ด้วยหลักการตลาดออนไลน์ยุคใหม่ “4Es” เพื่อให้สามารถสนองพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลได้ (Fetherstonhaugh, 2018)

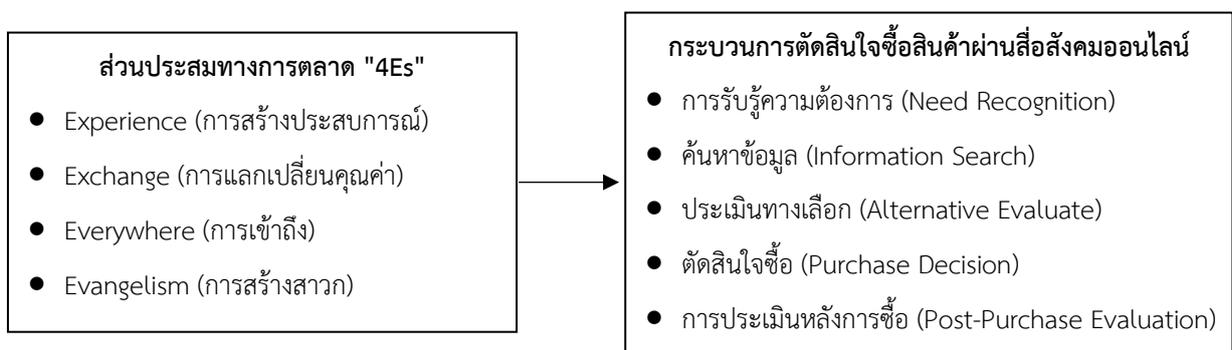
ส่วนประสมการตลาด "4Es" ของ Brian Fetherstonhaugh ปรับมุมมองทางการตลาดจากฝั่งผลิตภัณฑ์ไปเน้นที่การสื่อสารจากฝั่งผู้บริโภค ซึ่งแนวคิดนี้เกิดจากการศึกษาประสบการณ์ของผู้บริโภคในการซื้อสินค้า ส่วนประสมทางการตลาด "4Es" ประกอบด้วย 1) สร้างประสบการณ์ (Experience) ปัจจุบัน ผู้บริโภคไม่ได้มองหาเฉพาะตัวสินค้าหรือบริการเพื่อสนองความต้องการเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับ

ประสบการณ์ที่จะได้รับจากการซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ประสบการณ์ที่ตีออกมาในรูปแบบของความสะดวกในการเข้าถึงสินค้า รูปแบบการนำเสนอข้อมูล กระบวนการในการซื้อสินค้าและบริการ การให้บริการของพนักงาน การจัดสถานที่ ไปจนถึง สิ่งที่ได้รับหลังการตัดสินใจซื้อ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นการสร้างประสบการณ์

2) สร้างคุณค่า (Exchange) การตลาดในปัจจุบันที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลสินค้าได้อย่างสะดวกรวดเร็ว “ราคา” ไม่ใช่สิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสนใจในอันดับแรก แต่เป็นการเปรียบเทียบคุณค่าของสินค้าและข้อเสนอที่จะได้รับ ผู้บริโภคให้ความสนใจกับความคุ้มค่าที่จะได้รับตามความคาดหวัง ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสนใจกับการเสนอคุณค่าของสินค้าและบริการ เพื่อให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกคุ้มค่าเมื่อตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการนั้น

3) การเข้าถึง (Everywhere) อินเทอร์เน็ตช่วยให้ผู้บริโภคสามารถสร้างเส้นทางในการเข้าถึงสินค้าและบริการได้ทุกที่ทุกเวลา ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคซื้อสินค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตทุกแพลตฟอร์ม และทำความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อใหม่และช่องทางทางการตลาดบนอินเทอร์เน็ต เพื่อจัดเตรียมช่องทางให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา นอกจากนี้เป็นการเพิ่มช่องทางในการขายสินค้าแล้ว ยังเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภค 4) การสร้างสาวก (Evangelism) แนวคิด “Evangelism” เป็นการสร้างความหลงใหลในตัวผลิตภัณฑ์หรือแบรนด์ ด้วยการสร้างประสบการณ์ที่ตื่นเต้น ประทับใจ สร้างแรงบันดาลใจ และสร้างการมีส่วนร่วมให้กับผู้บริโภค เกิดความผูกพันกับแบรนด์ เปลี่ยนจากลูกค้าขาจรไปเป็นลูกค้าประจำและกลายเป็น “สาวก” ในที่สุด ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคยินดีที่จะแบ่งปันประสบการณ์และความประทับใจที่มีต่อแบรนด์ผ่านช่องทางต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น แบบปาก-ต่อ-ปาก และสื่อสังคมออนไลน์

ส่วนประสมทางการตลาด “4Es” เป็นมุมมองการตลาดที่ให้ความสำคัญกับการสร้างประสบการณ์ผ่านกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ในสถานการณ์ปัจจุบันที่ผู้บริโภคมีความคุ้นเคยในการซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ในแพลตฟอร์มต่าง ๆ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 4Es ที่จะส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เพื่อให้สามารถกำหนดโปรแกรมทางการตลาดที่สามารถสนองต่อความต้องการและสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจในการซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัย ได้แก่ ผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงคำนวณกลุ่มตัวอย่างจากสูตรไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2551) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 384 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ ระหว่างเดือน สิงหาคม-ตุลาคม 2564 คัดเฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยได้แบบสอบถามตอบกลับจำนวน 284 ตัวอย่าง คิดเป็น 73.96% ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามทางเว็บไซต์หรืออินเทอร์เน็ต (Web Based Questionnaire) ที่ค่าเฉลี่ยขั้นต่ำ ร้อยละ 50 เป็นค่าที่ยอมรับได้ (นิศาชล รัตนมณี และ ประสพชัย พสุนนท์, 2562) และเมื่อพิจารณาความเหมาะสมของกลุ่มตัวอย่างกับวิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ควรมีอย่างน้อย 15-20 ตัวอย่างต่อ 1 ตัวแปร (Sidiqui, 2013) ซึ่งการวิจัยนี้มีตัวแปรสังเกตได้ในการวิจัยนี้จำนวน 9 ตัวแปร พิจารณาจากค่าที่มากที่สุดของการวิเคราะห์ คือ 20 เท่า เป็น $20 \times 9 = 180$ กลุ่มตัวอย่าง ดังนั้น แบบสอบถามตอบกลับจำนวน 284 ตัวอย่าง จึงมีความเหมาะสมสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ และพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ แพลตฟอร์มเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บริการ ความถี่ในการซื้อสินค้าต่อเดือน ราคาสินค้าโดยเฉลี่ยและประเภทสินค้า ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบตัวเลือก (Checklist)

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ประกอบด้วย การรับรู้ความต้องการ (Need Recognition) ค้นหาข้อมูล (Information Search) ประเมินทางเลือก (Alternative Evaluate) ตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) และการประเมินหลังการซื้อ (Post-Purchase Evaluation) ลักษณะของเครื่องมือเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ลักษณะของเครื่องมือเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญส่วนประสมทางการตลาด 4Es ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ประกอบด้วย การสร้างประสบการณ์ (Experience) การแลกเปลี่ยนคุณค่า (Exchange) การเข้าถึงผู้บริโภค (Everywhere) และ การสร้างสาวก (Evangelism) ลักษณะของเครื่องมือเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของเนื้อหาภาษา ความหมาย โครงสร้าง รวมถึงความสอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการศึกษาโดยผู้เชี่ยวชาญ และหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability)

ใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (a-Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) จากการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงตรงทั้งฉบับเป็น 0.95

สรุปผลการวิจัย

สภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.5 มีช่วงอายุระหว่าง 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.8 ประกอบอาชีพพนักงานเรียน-นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 35.6 รองลงมาคือข้าราชการ-พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 31.0 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสินค้าผ่าน Facebook คิดเป็นร้อยละ 72.5 ซื้อสินค้า 1-2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 42.6 มูลค่าสินค้าต่อครั้งโดยเฉลี่ย 300-500 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.7 สินค้าที่ซื้อผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ มากที่สุด คือ เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ คิดเป็นร้อยละ 47.9 รองลงมาคือ ของใช้ในบ้านหรือตกแต่งบ้าน คิดเป็นร้อยละ 15.1 และอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 8.5 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ชาวไทย แสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (n = 284)

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การรับรู้ความต้องการ (Need Recognition)	3.62	.804	มาก
1. ท่านสนใจเฉพาะสินค้าที่ท่านมีความต้องการใช้เท่านั้น	4.26	.819	มากที่สุด
2. ท่านชอบค้นหาข้อมูลสินค้าที่ท่านสนใจบนเครือข่ายสังคมออนไลน์แม้จะยังไม่มีความต้องการใช้สินค้านั้นๆ	3.51	1.225	มาก
3. ท่านมักจะคลิกเพื่อชมโฆษณาที่ปรากฏบนเครือข่ายสังคมออนไลน์	3.25	1.249	ปานกลาง
4. ท่านมักจะคลิกปุ่มบนโพสต์ที่ท่านสนใจ เช่น “รายละเอียดเพิ่มเติม” “ซื้อเลย” หรือ “ติดต่อผู้ขาย”	3.44	1.099	มาก
ค้นหาข้อมูล (Information Search)	3.99	.677	มาก
5. ท่านค้นหาสินค้าที่ต้องการซื้อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เสมอ	3.92	.984	มาก
6. ท่านค้นหาข้อมูลสินค้าจากหลายๆ ช่องทาง (แพลตฟอร์ม) ก่อนตัดสินใจซื้อ	4.14	.847	มาก
7. ท่านค้นหาข้อมูลสินค้าที่ต้องการจากผู้ขายหลาย ๆ รายก่อนตัดสินใจซื้อ	4.18	.8598	มาก
8. ข้อความอัตโนมัติที่ร้านค้ากำหนดไว้ ช่วยให้อำนวยความสะดวกให้ท่าน	3.75	.992	มาก
ประเมินทางเลือก (Evaluate Alternative)	4.23	.643	มากที่สุด
9. ท่านให้ความสำคัญกับรีวิวสินค้า/ร้านค้าจากผู้ที่เคยซื้อ	4.17	.826	มาก
10. ท่านให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูลและการตอบคำถามของผู้ขาย	4.21	.819	มากที่สุด
11. ท่านเปรียบเทียบข้อมูลสินค้า ด้านคุณสมบัติ ความน่าเชื่อถือ ราคา และโปรโมชั่น เพื่อเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด	4.31	.748	มากที่สุด

ตารางที่ 1 (ต่อ)

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
12. ท่านให้ความสำคัญกับช่องทางและระยะเวลาการจัดส่งสินค้า	4.26	.744	มากที่สุด
ตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision)	3.92	.683	มาก
13. ท่านพิจารณาสินค้าจากเนื้อหาที่น่าเสนอ	3.99	.919	มาก
14. ท่านตัดสินใจซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์มเดิมเสมอ	3.91	.928	มาก
15. ท่านตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น เมื่อชมการถ่ายทอดสด (Live)	3.58	1.163	มาก
16. ท่านตัดสินใจซื้อจากผู้ขายที่ติดต่อได้ง่ายหรือตอบคำถามท่านรวดเร็ว	4.18	.800	มาก
การประเมินหลังการซื้อ (Post-Purchase Evaluation)	3.91	.744	มาก
17. ท่านเปรียบเทียบคุณภาพสินค้ากับเนื้อหาที่ผู้ขายนำเสนอ	4.20	.783	มาก
18. ท่านชอบที่ผู้ขายแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในข้อความส่วนตัวเสมอ ๆ หลังการซื้อสินค้า	3.91	.956	มาก
19. ท่านมักจะแบ่งปันประสบการณ์ที่ได้รับหลังจากการซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์	3.61	1.185	มาก
รวม	3.91	.745	มาก

จากตารางที่ 1 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ 3.91 และเมื่อมีการพิจารณาเป็นรายข้อจากปัจจัยอิสระพบว่า พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่มีความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ประเมินทางเลือก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ 4.23 โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการเปรียบเทียบข้อมูลสินค้า และการตอบคำถามของผู้ขายมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ค้นหาข้อมูล มีค่าเฉลี่ย 3.99 อยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการค้นหาข้อมูลสินค้าจากผู้ขายหลาย ๆ ราย และค้นหาในหลาย ๆ แพลตฟอร์ม ลำดับที่ 3 ได้แก่ ตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.92 อยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจซื้อโดยพิจารณาจากผู้ขายที่ติดต่อได้ง่ายหรือตอบคำถามรวดเร็ว รวมถึงการให้ข้อมูลสินค้าที่ครบถ้วน ลำดับที่ 4 ได้แก่ การประเมินหลังการซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.92 อยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามจะเปรียบเทียบคุณภาพสินค้ากับเนื้อหาที่ผู้ขายนำเสนอ รวมถึงการติดต่อจากผู้ขายหลังจากซื้อสินค้า ลำดับสุดท้าย ได้แก่ การรับรู้ความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 3.92 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามจะเลือกซื้อเฉพาะสินค้าที่มีความต้องการ รวมถึงค้นหาข้อมูลสินค้าที่น่าสนใจบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ถึงแม้จะยังไม่มีความต้องการก็ตาม

ตารางที่ 2 ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด 4Es ที่มีผลต่อการพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้า
อุปโภคบริโภคผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของชาวไทย (n = 284)

ส่วนประสมการตลาด 4Es	Mean	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
การสร้างประสบการณ์ (Experience)	4.17	.565	มาก
1. รูปแบบการนำเสนอสินค้าที่แตกต่าง มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถกระตุ้นความสนใจของท่าน	4.09	.799	มาก
2. ท่านมองหาสินค้าแปลกใหม่ มีให้เลือกหลากหลาย	4.04	.862	มาก
3. คุณภาพสินค้าและการบริการที่ได้รับมีผลต่อการซื้อครั้งต่อไป	4.49	.710	มากที่สุด
4. ท่านได้รับความบันเทิงจากประสบการณ์แปลกใหม่จากการซื้อสินค้าผ่านโซเชียลมีเดีย	3.94	.861	มาก
5. ท่านรู้สึกภาคภูมิใจเมื่อสินค้าตรงตามความคาดหวัง	4.31	.825	มากที่สุด
การแลกเปลี่ยนคุณค่า (Exchange)	4.24	.590	มากที่สุด
6. ท่านเลือกซื้อสินค้าที่ท่านรู้สึกว่าคุ้มค่างับราคาที่จ่าย	4.33	.799	มากที่สุด
7. ท่านมักจะซื้อสินค้าที่มีโปรโมชั่น แม้ว่าท่านจะไม่ต้องการใช้ในขณะนั้น	3.35	1.338	มากที่สุด
8. ท่านพิจารณาความคุ้มค่าจากคุณค่าของสินค้าตามความคาดหวังและสามารถแก้ปัญหาได้ตามต้องการ	4.12	.805	มาก
เข้าถึงผู้บริโภค (Everywhere)	3.93	.690	มาก
9. ท่านได้รับความสะดวกสบายในการค้นหาสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์	4.33	.730	มากที่สุด
10. ท่านเลือกซื้อจากผู้ขายที่มีกระบวนการสั่งซื้อสินค้าที่ไม่ซับซ้อน	4.36	.737	มากที่สุด
11. ท่านชอบผู้ขายที่มีช่องทางเข้าถึงได้หลายแพลตฟอร์ม (เช่น Facebook, Twitter, IG, Line เป็นต้น)	4.21	.839	มากที่สุด
12. ท่านสามารถติดต่อกับผู้ขายได้สะดวก รวดเร็ว และเป็นส่วนตัว	4.07	.823	มาก
การสร้างสาวก (Evangelism)	3.85	.709	มาก
13. ท่านจะประทับใจและบอกต่อโดยพิจารณาจากคุณภาพการบรรจุหีบห่อ การส่งสินค้า การบริการหลังการขาย	4.21	.731	มากที่สุด
14. ท่านมักจะซื้อสินค้าจากผู้ขายที่ส่งโปรโมชั่นถึงท่านเป็นประจำในช่องทางส่วนตัว	3.54	1.122	มาก
15. ท่านรู้สึกดี เมื่อผู้ขายส่งข้อความถึงท่านเป็นส่วนตัว	3.79	1.004	มาก
รวม	4.05	.504	มาก

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ส่วนประสมทางการตลาด 4Es มีผลต่อการพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และเมื่อมีการพิจารณาเป็นรายข้อจากปัจจัยอิสระ พบว่า ปัจจัยที่มีระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ การแลกเปลี่ยนคุณค่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ 4.24 โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความคุ้มค่างับราคาที่จ่าย และ

ความคุ้มค่าจากคุณค่าของสินค้าตามความคาดหวังและสามารถแก้ปัญหาได้ตามต้องการ รองลงมาได้แก่ การสร้างประสบการณ์ มีค่าเฉลี่ย 4.17 อยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญคุณภาพสินค้า และการบริการ และรูปแบบการนำเสนอสินค้าที่แตกต่าง มีความคิดสร้างสรรค์ กระตุ้นให้เกิดความสนใจ ลำดับที่ 3 ได้แก่ เข้าถึงผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ย 3.93 อยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจซื้อโดยพิจารณาจากผู้ขายที่มีกระบวนการสั่งซื้อสินค้าไม่ซับซ้อน สามารถค้นหาสินค้าและเข้าถึงผู้ขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้หลายแพลตฟอร์ม และลำดับสุดท้าย ได้แก่ การสร้างสาวก มีค่าเฉลี่ย 3.85 อยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามจะประทับใจและบอกต่อโดยพิจารณาจากคุณภาพการบรรจุหีบห่อ การส่งสินค้า การบริการหลังการขาย รวมถึง การติดต่อโดยตรงจากผู้ขายในช่องทางส่วนตัว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาด 4Es ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบเพิ่มตัวแปรเป็นขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ของส่วนประสมทางการตลาด 4Es ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์	Beta	SE	t	p-value
ถดถอย B					
ค่าคงที่ (Constant)	.567		.194	2.921	.004
การสร้างประสบการณ์ (Experience)	.382	.377	.057	6.744	.000
การสร้างสาวก (Evangelism)	.266	.330	.037	7.140	.000
การเข้าถึงผู้บริโภค (Everywhere)	.176	.182	.054	3.252	.001

$R = .729$, $R^2 = .532$, $Adj R^2 = .527$, $SE = .394$, $F = 10.574$

ตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ส่วนประสมทางการตลาด 4Es ด้านการสร้างประสบการณ์ (Experience) การสร้างสาวก (Evangelism) และการเข้าถึงผู้บริโภค (Everywhere) สามารถทำนายพฤติกรรมตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสามารถอธิบายความผันแปรได้ร้อยละ 53.2 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่า ตัวแปรพยากรณ์ที่สามารถทำนายพฤติกรรมตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้ดีที่สุด คือ การสร้างประสบการณ์ (Beta = .377) รองลงมา ได้แก่ การสร้างสาวก (Beta = .330) และการเข้าถึงผู้บริโภค (Beta = .182) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบเพิ่มตัวแปรเป็นขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ของ การสร้างประสบการณ์ (Experience) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภค-บริโภคผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย B	Beta	SE	t	p-value
ค่าคงที่ (Constant)	1.283		.206	6.216	.000
1. รูปแบบการนำเสนอสินค้าที่แตกต่าง มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถกระตุ้นความสนใจของท่าน	.111	.155	.039	2.840	.000
2. ท่านมองหาสินค้าแปลกใหม่ มีให้เลือกหลากหลาย	.105	.159	.036	2.920	.004
3. คุณภาพสินค้าและการบริการที่ได้รับมีผลต่อการซื้อต่อไป	.138	.171	.041	3.394	.001
4. ท่านได้รับความบันเทิงจากประสบการณ์แปลกใหม่จากการซื้อสินค้าผ่านโซเชียลมีเดีย	.209	.314	.038	5.454	.000
5. ท่านรู้สึกภาคภูมิใจเมื่อสินค้าตรงตามความคาดหวัง	.076	.110	.036	2.112	.036

R = .647, R² = .419, Adj R² = .408, SE = .441, F = 4.462

ตารางที่ 4 แสดงส่วนประสมทางการตลาด 4Es ด้านการสร้างประสบการณ์ สามารถทำนายพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสามารถอธิบายความผันแปรได้ร้อยละ 41.9 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่า ตัวแปรพยากรณ์ด้านการสร้างประสบการณ์ที่สามารถทำนายพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้ดีที่สุด คือ การซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์สร้างความบันเทิงและประสบการณ์แปลกใหม่ (Beta = .314) รองลงมา ได้แก่ คุณภาพสินค้าและการบริการที่ได้รับมีผลต่อการซื้อครั้งต่อไป (Beta = .171) การนำเสนอสินค้าที่แตกต่าง มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถกระตุ้นความสนใจ (Beta = .155) สินค้าแปลกใหม่ มีให้เลือกหลากหลาย (Beta = .159) และ ภาคภูมิใจเมื่อสินค้าตรงตามความคาดหวัง (Beta = .110) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Stepwise Multiple Regression Analysis) ของการสร้างสาวก (Evangelism) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย B	Beta	SE	t	p-value
ค่าคงที่ (Constant)	1.829		.179	10.246	.000
1. ท่านประทับใจและบอกต่อโดยพิจารณาจากคุณภาพการบรรจุหีบห่อ การส่งสินค้า การบริการหลังการขาย	.262	.334	.038	6.840	.000
2. ท่านมักจะซื้อสินค้าจากผู้ขายที่ส่งโปรโมชั่นถึงท่านเป็นประจำในช่องทางส่วนตัว	.059	.116	.029	2.070	.039
3. ท่านรู้สึกดีเมื่อผู้ขายส่งข้อความถึงท่านเป็นส่วนตัว	.206	.367	.032	6.584	.000

R = .601, R² = .362, Adj R² = .355, SE = .460, F = 4.286

ตารางที่ 5 แสดงส่วนประสมทางการตลาด 4Es ด้านการสร้างสาวก สามารถทำนายพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสามารถอธิบายความผันแปรได้ร้อยละ 36.2 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่า ตัวแปรพยากรณ์ด้านการสร้างสาวก ที่สามารถทำนายพฤติกรรมตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้ดีที่สุด คือ การที่ผู้ขายส่งข้อความถึงท่านเป็นส่วนตัวจะรู้สึกดี (Beta = .367) รองลงมา ได้แก่ คุณภาพ การบรรจุหีบห่อ การส่งสินค้า การบริการหลังการขาย สร้างความประทับใจและบอกต่อ (Beta = .334) และ ผู้ขายที่ส่งโปรโมชั่นถึงท่านเป็นประจำในช่องทางส่วนตัวกระตุ้นการซื้อสินค้า (Beta = .116) ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบเพิ่มตัวแปรเป็นขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ของ การเข้าถึงผู้บริโภค (Everywhere) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย B	Beta	SE	t	p-value
ค่าคงที่ (Constant)	1.578		.207	7.617	.000
1. ท่านได้รับความสะดวกสบายในการค้นหาสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์	.111	.142	.048	2.292	.023
2. ท่านเลือกซื้อจากกระบวนการสั่งซื้อสินค้าที่ไม่ซับซ้อน	.162	.209	.045	3.610	.000
3. ท่านชอบผู้ขายที่มีช่องทางเข้าถึงได้หลายแพลตฟอร์ม	.144	.212	.040	3.632	.000
4. ท่านสามารถติดต่อกับผู้ขายได้สะดวก รวดเร็ว และเป็นส่วนตัว	.137	.197	.040	3.413	.001

$R = .572, R^2 = .328, \text{Adj } R^2 = .318, SE = .473, F = 5.255$

ตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า ส่วนประสมทางการตลาด 4Es ด้านการเข้าถึงผู้บริโภค (Everywhere) สามารถทำนายพฤติกรรมตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสามารถอธิบายความผันแปรได้ร้อยละ 32.8 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่า ตัวแปรพยากรณ์ด้านการเข้าถึงของผู้บริโภค ที่สามารถทำนายพฤติกรรมตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้ดีที่สุด คือ การที่ผู้ขายที่มีช่องทางเข้าถึงได้หลายแพลตฟอร์ม (Beta = .212) รองลงมา ได้แก่ ผู้ขายที่มีกระบวนการสั่งซื้อสินค้าที่ไม่ซับซ้อน (Beta = .209) สามารถติดต่อกับผู้ขายได้สะดวก รวดเร็ว และเป็นส่วนตัว (Beta = .197) และ ความสะดวกสบายในการค้นหาสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Beta = .142) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาด 4Es ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า ด้านการสร้างประสบการณ์, การสร้างสาวก และ การเข้าถึงผู้บริโภค

ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยการสร้างประสบการณ์ ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้ดีที่สุด ผู้บริโภคมีความเห็นว่าการซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์สร้างความบันเทิงและประสบการณ์แปลกใหม่ รูปแบบการนำเสนอที่แตกต่างและมีความคิดสร้างสรรค์สามารถกระตุ้นความสนใจได้ คุณภาพของสินค้าและการบริการที่ตรงตามความคาดหวัง จะทำให้รู้สึกภูมิใจและส่งผลต่อการซื้อครั้งต่อไป สอดคล้องกับ ภาศิริ เขตปิยรัตน์, อีราวัฒน์ ชมระกา และ ชัชชัย สุจริต (2565) พบว่า การตลาดเชิงประสบการณ์มีอิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ สอดคล้องกับ แนวคิดส่วนประสมการตลาด 4Es ของ Fetherstonhaugh (2018) ที่กล่าวว่า การตลาดในยุคปัจจุบันผลิตภัณฑ์มีอายุสั้น จึงควรเน้นการสร้างประสบการณ์ให้กับผู้บริโภค และสอดคล้องกับ Duangta Saranrom, Wisanan Ouparamai and Aphiradee Saranrom (2021) ที่ศึกษากลยุทธ์การตลาดยุค New Normal สำหรับธุรกิจ พบว่า การตลาดเชิงประสบการณ์ คือ การสร้างสรรค์ประสบการณ์สุดพิเศษให้กับลูกค้า นอกจากนั้น การสร้างสาวก ส่งผลต่อพฤติกรรมหลังการซื้อสินค้าของผู้บริโภค เป็นการเปลี่ยนจากลูกค้าชาจร เป็นลูกค้าประจำ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีผ่านการที่ส่งข้อความหรือเสนอโปรโมชั่นพิเศษถึงผู้บริโภคในช่องทางส่วนตัว รวมถึงการบริการหลังการขาย จะสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภค และยินดีที่จะแนะนำบอกต่อไปยังคนรู้จัก สอดคล้องกับแนวคิดของ Duangta Saranrom, Wisanan Ouparamai and Aphiradee Saranrom (2021) ที่กล่าวว่า ในยุคการตลาด 4Es การบอกต่อแบบ-ปาก-ต่อ-ปาก เป็นการเพิ่มพลังผลักดันที่ดีเยี่ยม สอดคล้องกับแนวคิดของ Ghazie and Dolah (2018) ที่กล่าวว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นช่องทางที่ดีในการสร้างความสัมพันธ์และสร้างปฏิสัมพันธ์ผ่านการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับสมาชิกในเครือข่ายสังคมออนไลน์ และสอดคล้องกับแนวคิดของ Bhardwaj and Bordoloi (2020) ที่กล่าวว่า ลูกค้า คือ ราชา คำติชมและความคิดเห็นของผู้บริโภคมีอิทธิพลอย่างมากต่อผู้อื่น ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค การที่ผู้ขายที่มีช่องทางเข้าถึงได้หลายแพลตฟอร์มรวมถึงความสะดวกในการค้นหาสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์จะช่วยอำนวยความสะดวกในการประเมินทางเลือก สอดคล้องกับแนวคิดของ Fetherstonhaugh (2018) ที่กล่าวว่า ปัจจุบันนี้ผู้บริโภคสามารถสร้างเส้นทางในการเข้าถึงสินค้าด้วยตัวเอง นักการตลาดจึงจำเป็นต้องเข้าใจความเป็นไปได้ทั้งหมดที่จะสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ รวมถึงจัดเตรียมกระบวนการส่งซื้อสินค้าที่ไม่ซับซ้อน และช่องทางในการติดต่อกับผู้ขายได้สะดวกและเป็นส่วนตัว สอดคล้องกับแนวคิดของ Omar and Atteya (2020) ที่กล่าวไว้ว่า การตลาดผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์จะช่วยให้ผู้บริโภคค้นหาข้อมูลสินค้าได้โดยตรงและประเมินทางเลือกอื่น ๆ ก่อนการตัดสินใจซื้อ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ผู้ประกอบการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นช่องทางทางการตลาด ควรทำความเข้าใจกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภค เพื่อให้สามารถกำหนดกิจกรรมทางการตลาดที่สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้อย่างแท้จริง

2. การดำเนินธุรกิจโดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า ด้วยการนำเสนอข้อมูลสินค้าหรือบริการที่ครบถ้วน มีรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกในกระบวนการสั่งซื้อสินค้า รวมถึงมีช่องทางในการติดต่อกับลูกค้าเพื่อตอบคำถามหรือเสนอโปรโมชั่นพิเศษเป็นการส่วนตัวผ่านแพลตฟอร์มเครือข่ายสังคมออนไลน์

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยครั้งนี้ ศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในภาพรวมโดยไม่ได้เจาะจงแพลตฟอร์มใด ดังนั้น งานวิจัยครั้งต่อไปจึงควรศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ เพื่อให้สามารถกำหนดกิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสมตามคุณสมบัติของแต่ละแพลตฟอร์มได้

2. ผลการวิจัยในครั้งนี้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้า ดังนั้น งานวิจัยครั้งต่อไปจึงควรศึกษาการตลาดเชิงประสบการณ์

เอกสารอ้างอิง

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2551). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพมหานคร:

บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.

นิตาชล รัตนมณี และ ประสพชัย พสุนนท์. (2019). อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามในงานวิจัย

เชิงปริมาณ. *Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University,*

13(3). สืบค้นเมื่อ 4 กันยายน 2564, จาก [http://www.thonburi-u.ac.th/journal/](http://www.thonburi-u.ac.th/journal/Document/13-3/Journal_13_3_16.pdf)

Document/13-3/Journal_13_3_16.pdf.

ภาศิริ เขตปิยรัตน์, อีราวัฒน์ ชมระกา และ ชัชชัย สุจริต. (2565). การตลาดเชิงประสบการณ์และส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อ การกลับมาใช้บริการซ้ำของสถานบันเทิงในเขตภาคเหนือ.

วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 11(1). [อิเล็กทรอนิกส์]. สืบค้น

เมื่อ 5 ธันวาคม 2565, จาก [https://so04.tci-thaijo.org/index.php/neuarj/article](https://so04.tci-thaijo.org/index.php/neuarj/article/view/260783/176790)

/view/260783/176790

Ms.นงกช. (2021). *เปิดทุกสถิติแบบม้วนเดียวจบ เช็ครเทรนด์ Social-Live Commerce กับการชอปป การซื้อ*

ของคนไทย. สืบค้นเมื่อ 4 กันยายน 2564, จาก [https://www.marketing](https://www.marketingoops.com/news/biz-news/social-and-live-commerce-trend-by-shopline-thailand)

[oops.com/news/biz-news/social-and-live-commerce-trend-by-shopline-thailand](https://www.marketingoops.com/news/biz-news/social-and-live-commerce-trend-by-shopline-thailand)

Bhardwaj, S.N. and Bordoloi, A. (2020). Digital Marketing—Its Impact on Consumer Buying Behaviour. *Journal of Critical Reviews, 7(10).* Retrieved from

[https://www.bibliomed.org/mnsfulltext/197/197-1606268464.pdf?1638590170.](https://www.bibliomed.org/mnsfulltext/197/197-1606268464.pdf?1638590170)

Duangta Saranrom, Wisanan Ouparamai and Aphiradee Saranrom. (2021). Business

Management Strategies in the COVID-19 Situation. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร, 9(4).* สืบค้น

จาก, <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/journal-peace/article/view/248497>

- Fetherstonhaugh B. (2018). *THE 4PS ARE OUT, THE 4ES ARE IN*. Retrieved from <https://davidpaulcarter.com/wp-content/uploads/2018/08/four-es-of-marketing.pdf>
- Ghazie, D. and Dolah, J. (2018). How Digital Marketing Affects Consumer Behavior. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 207. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/334801708_How_Digital_Marketing_Affects_Consumer_Behavior
- Kotler, P. and Keller, K.L. (2012) *Marketing Management* (14th Edition). London.England: Pearson Education.
- Kotler P., Kartajaya H., and Setiawan I. (2010). *Marketing 3.0 From Products to Customers to the Human Spirit*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.,
- Omar, A.M. and Atteya, N. (2020). The Impact of Digital Marketing on Consumer Buying Decision Process in the Egyptian Market. *International Journal of Business and Management*, 15(7). Retrieved from <https://ccsenet.org/journal/index.php/ijbm/article/view/0/42982>.
- Phuchong N. (2019). *The Influence of Digital Marketing on Consumer Buying Decision of Industrial Machinery*. (Independent Study, Master of Business Administration, Siam University). Retrieved May 22, 2020 from <https://e-research.siam.edu/wp-content/uploads/2019/06/IMBA-2018-IS-The-influence-of-digital-marketing-on-consumer-buying-decision-of-industrial-machinery-compressed.pdf>
- Poulou, P. (2018). *FROM 4 P TO 4 E: RETHINKING THE MARKETING MIX*. Retrieved from <https://baybridgedigital.com/from-4-ps-to-4-es-rethinking-the-marketing-mix/>.
- Siddiqui, K. (2013). Heuristics for Sample Size Determination in Multivariate Statistical Techniques. *World Applied Sciences Journal*, 27(2). Retrieved from [https://www.idosi.org/wasj/wasj27\(2\)13/20.pdf](https://www.idosi.org/wasj/wasj27(2)13/20.pdf)
- We Are Social. (2021). Thailand Digital Stat 2021. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2021-july-global-statshot>.

การส่งเสริมการคิดสร้างสรรค์ภาษาไทยในยุคโควิด-19 โดยใช้แพลตฟอร์ม EDULEARN
Thai Creative Thinking in the COVID-19 Era by Using the EDULEARN Web
Application

ประกายฝน บรรดาศักดิ์ไพศาล

Prakaifon Bundasukpaisan

โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยขอนแก่น ฝ่ายประถมศึกษา (ศึกษาศาสตร์)

Demonstration School Khon Kaen University, Elementary Division (Suksasat)

อีเมล: bpraka@kku.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

13 ธันวาคม 2565

21 กุมภาพันธ์ 2566

14 มีนาคม 2566

บทคัดย่อ

บทความวิชาการฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดสร้างสรรค์ของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษา ปีที่ 2 ในการจัดเรียนรู้วิชาภาษาไทยที่ส่งเสริมการคิดสร้างสรรค์ในช่วงที่มีสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดต่อไวรัสโคโรนา 2019 โดยมีการออกแบบตามแนวของทฤษฎีคอนสตรัคติวิสต์ ภายใต้รูปแบบแพลตฟอร์ม “EDULEARN” ซึ่งมีองค์ประกอบ คือ ปัญหา/ภารกิจ แหล่งการเรียนรู้ ฐานความช่วยเหลือ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งผลการจัดการเรียนรู้พบว่า นักเรียนมีความคิดสร้างสรรค์ 4 ลักษณะ คือ ความคิดคล่อง (Fluency) หากคำตอบได้เร็วมีปริมาณมาก คิดแต่งประโยคอย่างรวดเร็ว คิดหาถ้อยคำที่คล้ายกัน มาใช้แทนกันได้ ความคิดยืดหยุ่น (Flexibility) คิดหาคำตอบได้หลายวิธี หลายแนวทางปฏิบัติและสามารถดัดแปลงแนวปฏิบัติไปแก้ปัญหาใหม่ได้ ความคิดริเริ่ม (Originality) มีความคิดที่แปลกใหม่ สามารถจินตนาการและนำรูปจากจินตนาการมาใช้เขียนประโยคได้แตกต่างไปจากเดิม ความคิดละเอียดลออ (Elaboration) มีความใส่ใจในรายละเอียด รู้จักใช้คำที่สละสลวยมาเพิ่มเติมในประโยคให้สมบูรณ์และชัดเจนยิ่งขึ้น การเขียนข้อความ เรื่องราวต่าง ๆ จะคิดและเขียนโดยอยู่บนพื้นฐานของการกระทำในทางที่ดีซึ่งแสดงถึงการมีจิตใจที่ดีด้วย

คำสำคัญ: การคิดสร้างสรรค์ภาษาไทย, การจัดการเรียนการสอนโดยใช้แพลตฟอร์ม EDULEARN, ยุคโควิด-19

ABSTRACT

This academic journal aimed to investigate the creative thinking of second graders in Thai language learning arrangement for the promotion of creative thinking. Based on the Constructivist Theory, a learning management system that promoted creativity during the Corona virus epidemic in 2019 was designed. Under the platform model "EDULEARN," which includes components such as problems and tasks, the designed learning resources help to facilitate the exchange of knowledge in consultation with an expert. The findings established that the students possessed four types of creative thinking comprising fluency, flexibility, originality, and elaboration. First, fluency (thinking fluently) was demonstrated by the ability to find answers quickly and in large quantities. It was also observed that the students introduced similar words that could be used interchangeably. Second, flexibility (flexible thinking) was demonstrated by considering answers in a variety of ways. Furthermore, many practices can be adapted to address new challenges. Following that, originality (having a new idea) was demonstrated by using fictional images to write sentences differently. Finally, elaboration (thoughtfulness) was demonstrated by paying close attention to details and understanding how to use more euphemistic words in sentences to make them more complete and evident, as well as creating messages and stories that were inspired by good deeds and written with good intentions.

Keywords: Creativity in Thai language, Online learning management using EDULEARN Web Application, COVID-19 Era

บทนำ

การคิดสร้างสรรค์

ในยุคศตวรรษที่ 21 หลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐานต้องการให้ผู้เรียนมีสมรรถนะทางด้านการคิด นักเรียนจะต้องรู้จักคิดวิเคราะห์ คิดสังเคราะห์ คิดอย่างสร้างสรรค์ คิดอย่างมีวิจารณญาณ และคิดเป็นระบบ เพื่อนำไปสู่การสร้างองค์ความรู้หรือสารสนเทศ เพื่อการตัดสินใจเกี่ยวกับตนเองและสังคมได้อย่างเหมาะสม (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานกระทรวงศึกษาธิการ, 2560) การคิดสร้างสรรค์เป็นกระบวนการคิดระดับสูงซึ่งจะเกิดขึ้นได้จากการนำกระบวนการคิดพื้นฐานหลากหลายวิธีมาใช้เพื่อการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้น การจัดการเรียนรู้ที่ครูเชื่อว่า เด็กทุกคนมีพลังแห่งความคิดสร้างสรรค์อยู่ในตัวหากได้รับการส่งเสริมให้เป็นผู้ที่กล้าคิด กล้าตัดสินใจ กระตุ้นให้เกิดการคิดนอกเหนือจากที่เคยพบเจอ เคยอ่าน เคยเขียน มีจินตนาการ

อย่างอิสระ จะก่อให้เกิดการสะสมประสบการณ์ทางความคิด เมื่อถึงเวลานำออกมาใช้สมรรถนะทางด้านการคิดสร้างสรรค์ที่มีอยู่จะเร่งให้ความคิดสร้างสรรค์ออกมา เพื่อใช้ในการสร้างผลงานต่าง ๆ

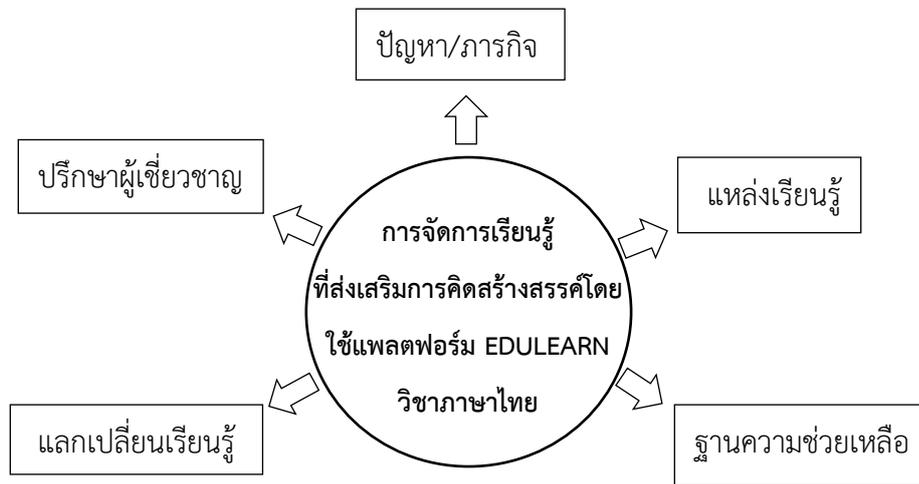
ในการเรียนภาษานั้นนักเรียนจะฝึกทักษะการอ่าน การเขียน การฟัง และการดู ถ้าครูจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีประสบการณ์ที่แปลกใหม่ มีมุมมองที่กว้างและลึก มีการคิดสร้างสรรค์อยู่ตลอดเวลาจะช่วยให้ผู้เรียนเกิดความคิดสร้างสรรค์ในการใช้ภาษาไทยได้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะทักษะการเขียนที่เป็นสาระสื่อสารเพื่อให้รู้ถึงความรู้ ความคิดเห็น ความรู้สึกและอารมณ์ของผู้เขียน ซึ่งผู้เขียนจะเขียนได้มากน้อยเพียงใดนั้นย่อมขึ้นอยู่กับประสบการณ์และการรับรู้พื้นฐานจากการฟัง การดู และการอ่านด้วย การจัดการเรียนรู้ภาษาไทยในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 จะมุ่งเน้นเกี่ยวกับการเขียน ทั้งการนำคำศัพท์มาเขียนเป็นเรื่องราว การเขียนเกี่ยวกับประสบการณ์ของตนเองและการเขียนเรื่องตามจินตนาการ โดยผู้เขียนจะสังเกตจากผู้เรียนมีความคิดคล่องแคล่ว (Fluency) สามารถคิดได้ตรงประเด็นที่เรียน ได้คำตอบปริมาณมากในระยะเวลาเท่ากัน มีความคิดยืดหยุ่น (Flexibility) เป็นการปรับสภาพความคิดให้เข้ากับสถานการณ์ โดยดูจากปริมาณที่ได้ มีความคิดริเริ่ม (Originality) เป็นความคิดที่แปลกไปจากเดิม แม้เป็นการคิดต่อยอดจากข้อมูลเดิมก็ได้ มีความคิดละเอียดลออ (Elaboration) เป็นการคิดที่ครอบคลุมเห็นภาพชัดเจนรวมถึงการตั้งชื่อเรื่องได้สอดคล้องกับเนื้อเรื่องด้วย

จากที่กล่าวมาแสดงให้เห็นว่า การที่จะทำให้นักเรียนเกิดความคิดสร้างสรรค์ได้นั้นจะต้องมีการฝึกฝนให้มีทั้งความคิดคล่องแคล่ว (Fluency) ความคิดยืดหยุ่น (Flexibility) ความคิดริเริ่ม (Originality) และความคิดละเอียดลออ (Elaboration) เพื่อจะได้นำประสบการณ์ที่เคยฝึกมานั้นไปใช้ในการคิดต่อยอดต่อไป

การจัดการเรียนการสอนด้วยแพลตฟอร์ม EDULEARN

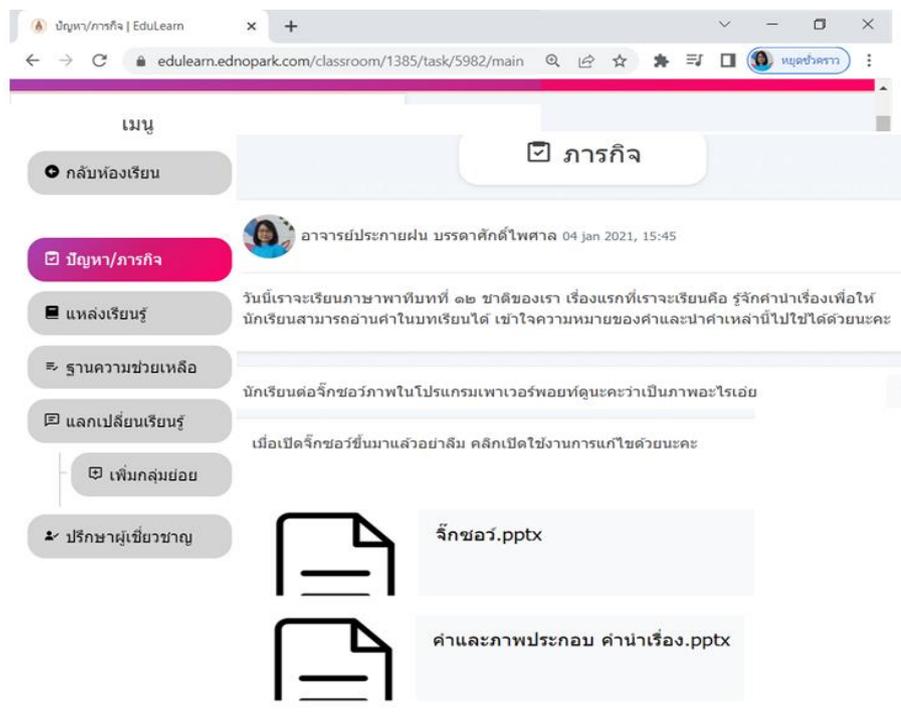
เมื่อปลายปี พ.ศ.2563 เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดต่อไวรัสโคโรนา 2019 เพื่อเป็นการปรับตัวให้เข้ากับบริบทสถานการณ์ปัญหา โรงเรียนจึงปรับการจัดการเรียนการสอนเป็นรูปแบบออนไลน์ (Online) ดังนั้น ผู้เขียนจึงได้จัดการเรียนรู้ด้วยแพลตฟอร์มที่เรียกว่า EDULEARN เพื่อจะช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง มีความเข้าใจในสิ่งที่เรียน หาประสบการณ์ที่แปลกใหม่ได้จากสื่อแหล่งเรียนรู้ที่ครูจัดให้เรียนรู้ ซึ่งการออกแบบสื่อการเรียนรู้ให้มีความน่าสนใจ จะสามารถกระตุ้นให้ผู้ที่มีสนใจนั้นเกิดความเข้าใจอย่างถ่องแท้มากขึ้น (มนชญา สระบัว, 2562) ผู้เขียนได้จัดการจัดการเรียนการสอนวิชาภาษาไทยที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความคิดสร้างสรรค์ ในขณะที่นักเรียนต้องเรียนออนไลน์ (Online) โดยทางคณะศึกษาศาสตร์ได้สร้างแพลตฟอร์มที่เรียกว่า EDULEARN ตามแนวทฤษฎีคอนสตรัคติวิสต์ (Constructivist Theory) (สุมาลี ชัยเจริญ, 2557) เป็นทฤษฎีที่ว่าด้วยการสร้างความรู้ มีหลักการคือ การใช้ปัญหา/ภารกิจที่ใกล้เคียงกับสภาพจริงที่นักเรียนกำลังเรียนรู้ ทำให้ผู้เรียนรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของปัญหาที่จะต้องหาทางแก้ไข จึงพยายามหาวิธีแก้ไขโดยใช้ข้อมูลจากแหล่งสารสนเทศต่าง ๆ และมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างเพื่อนหรือครูผู้สอนทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ขยายมุมมองเกิดแนวคิดที่หลากหลายมากขึ้น เมื่อผนวกกับการส่งเสริมให้นักเรียนได้สร้างแนวคิด สร้างความรู้ ผลงาน ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ ตลอดจนนวัตกรรมต่าง ๆ

เมื่อนักเรียนเป็นผู้ลงมือกระทำ (Active Process) จึงมีการใช้ข้อมูลความรู้และประสบการณ์เดิมมาร่วมกับความรู้ที่ได้รับมาใหม่แล้วสร้างความรู้ขึ้น ทั้งนี้ความรู้และความเชื่อที่แตกต่างกันรวมถึงสิ่งแวดล้อม ขนบธรรมเนียมประเพณี และประสบการณ์ของผู้เรียนจะมีผลต่อการสร้างความรู้ใหม่ของผู้เรียน ดังนั้นเพื่อให้ การเรียนรู้ของผู้เรียนได้รับประสบการณ์ตรงเกี่ยวกับการคิดสร้างสรรค์ ผู้เขียนจึงได้จัดการเรียนรู้ภาษาไทยที่ ส่งเสริมการคิดสร้างสรรค์ของผู้เรียน มีองค์ประกอบซึ่งแสดงเป็นภาพ ดังนี้

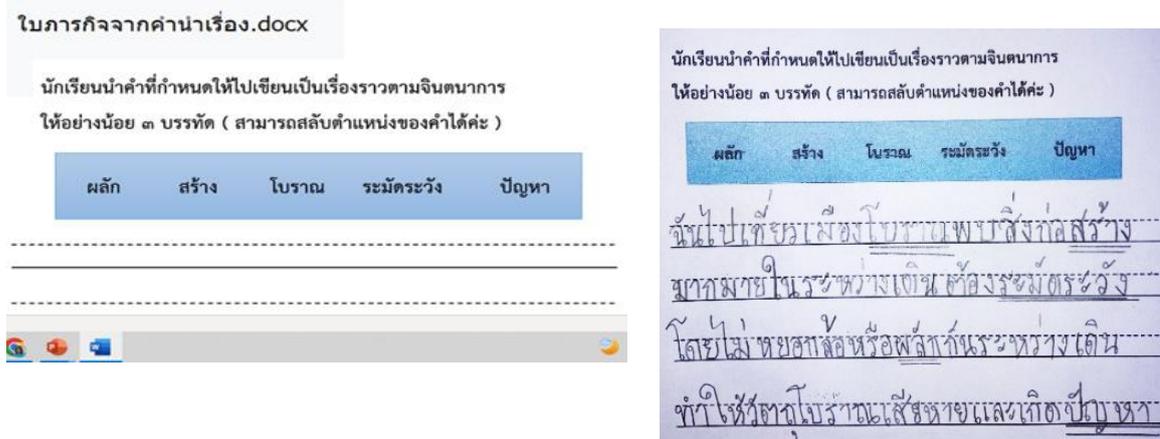


ภาพที่ 1 แสดงองค์ประกอบของแพลตฟอร์มที่เรียกว่า EDULEARN ที่ส่งเสริมการคิดสร้างสรรค์ภาษาไทย

1. ปัญหา/ภารกิจ ในแต่ละชั่วโมงเรียนนักเรียนจะได้รับการกิจที่จะต้องศึกษาข้อมูลที่ครูกำหนด แล้วจึงทำการกิจ โดยภารกิจที่ทำนี้จะช่วยส่งเสริมการคิดสร้างสรรค์ให้กับผู้เรียน ดังตัวอย่าง



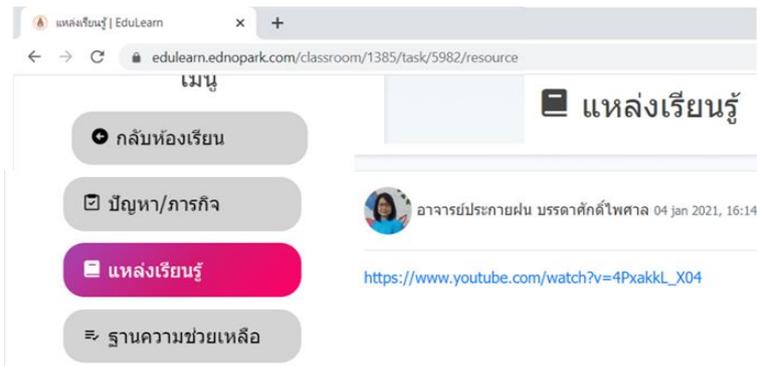
ภาพที่ 2 แสดงภารกิจที่ส่งเสริมการคิดสร้างสรรค์ภาษาไทย



ภาพที่ 3 แสดงภารกิจที่ส่งเสริมการคิดสร้างสรรค์ภาษาไทยและตัวอย่างผลงานของนักเรียน

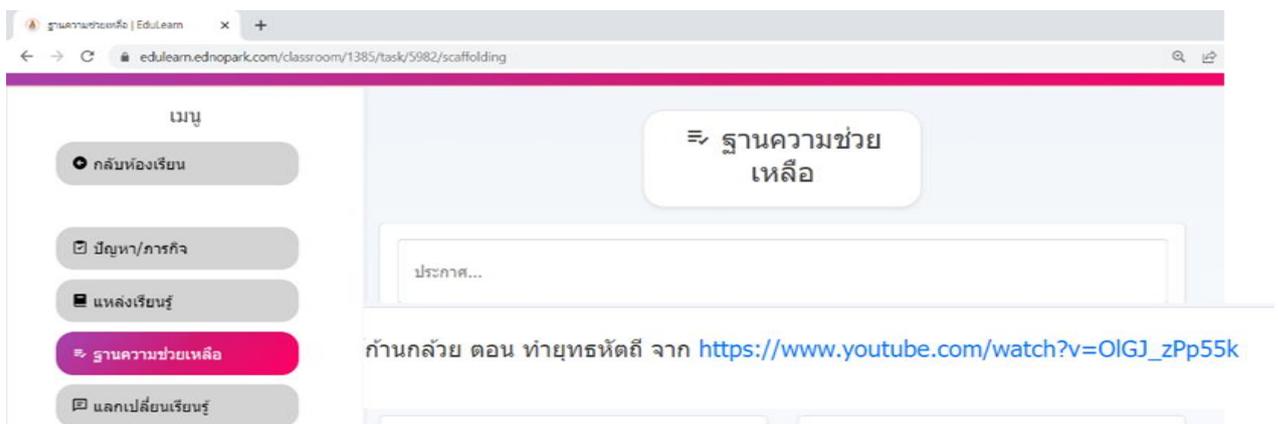
จากตัวอย่าง การเรียนในชั่วโมงนี้นักเรียนได้รับการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ดังนี้ ความคิดคล่องแคล่ว (Fluency) โดยเป็นการคิดหาคำศัพท์จากเรื่องที่อ่าน ความคิดยืดหยุ่น (Flexibility) คือการนำคำที่กำหนดให้มาแต่งประโยคที่หลากหลาย ความคิดริเริ่ม (Originality) ซึ่งเมื่อนักเรียนดูภาพและอ่านคำศัพท์แล้วนำคำศัพท์มาแต่งประโยคให้สอดคล้องกับภาพได้ ส่วนความคิดละเอียดลออ (Elaboration) เป็นการเขียนเรื่องโดยการนำคำที่กำหนดให้มาผูกเป็นเรื่องราวตามจินตนาการของตนเอง ผู้เรียนได้แสดงความคิดที่แปลกใหม่โดยการสร้างสรรค์คำ นำมาร้อยเรียงเป็นประโยค ผูกเป็นเรื่องราวของตนออกมาทำให้ได้เนื้อเรื่องที่นำอ่านหลากหลายไม่ซ้ำกัน นักเรียนมีความคิดที่บรรเจิด มีจินตนาการที่เหนือความคาดหมาย แต่งเรื่องให้ได้ตามที่ตนเองคิดจินตนาการไว้

2. แหล่งเรียนรู้เป็นแหล่งข้อมูลที่ผู้เรียนจะใช้ค้นหาเพิ่มเติมแล้วนำข้อมูลมาใช้เพื่อนำไปใช้แก้ปัญหาตามภารกิจโดยแหล่งเรียนรู้จะมาจาก ข้อมูลที่ครูจัดเตรียมไว้ให้ เช่น สื่อจากโปรแกรมพาวเวอร์พอยต์ สื่อวีดิทัศน์ และสื่อสารสนเทศต่าง ๆ ในการออกแบบแหล่งข้อมูลมาให้ผู้เรียนใช้นั้น ผู้เขียนได้ออกแบบโดยการจัดหาลิงค์ที่เป็นความรู้ในอินเทอร์เน็ตและการสร้างขึ้นเพื่อให้เหมาะกับการนำไปใช้งานของนักเรียนทั้งนี้ยังจัดให้มีเสียงบรรยาย เสียงอ่านประกอบกับตัวอักษรเพื่อให้เหมาะสมกับเด็กเล็กที่ยังอ่านไม่คล่อง ผู้เรียนจะมีความมั่นใจในการอ่านหนังสือ กล้าที่จะเปิดอ่านด้วยตนเองไม่ต้องรอผู้ใหญ่ช่วยอ่าน นอกจากนี้ยังมีภาพที่สวยงาม ตัวอักษรมีขนาดใหญ่ชัดเจน



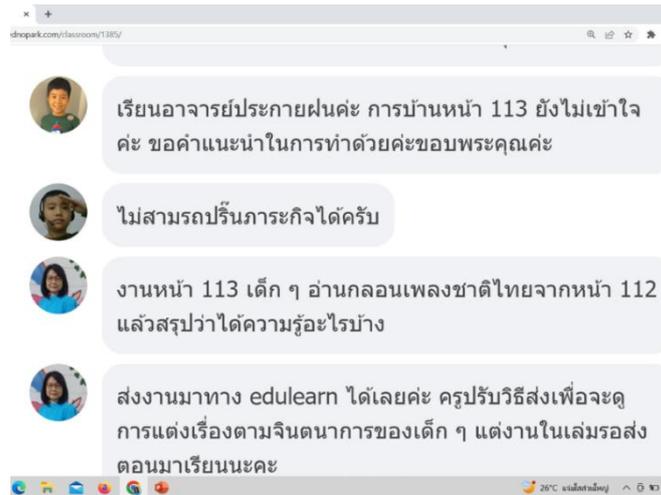
ภาพที่ 4 แสดงวิดีโอที่คัดสรรจากแหล่งเรียนรู้ที่ส่งเสริมการคิดสร้างสรรค์ภาษาไทย

3. ฐานความช่วยเหลือ จะเป็นแหล่งข้อมูลความคิดรวบยอดหรือรูปภาพข้อมูลเนื้อหาให้ผู้เรียนค้นคว้าเพิ่มเติมลิงค์ที่เกี่ยวข้องให้กับผู้เรียนเพื่อเป็นแหล่งในการค้นคว้าเพิ่มเติมเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา ทั้งช่วยให้ผู้เรียนรู้สึกมีความเพลิดเพลิน สนุก ตื่นเต้นกับในการค้นหาข้อมูลจากลิงค์ที่เกี่ยวข้องแล้วนำข้อมูลที่มีในลิงค์มาเป็นใช้คำตอบและช่วยสร้างข้อความรู้ใหม่ ๆ เพิ่มเติมจากเดิม



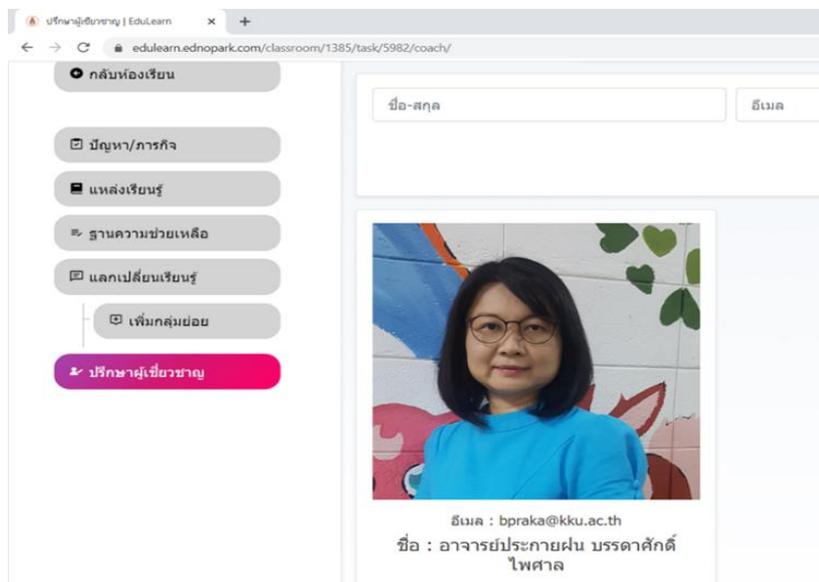
ภาพที่ 5 แสดงฐานความช่วยเหลือเพื่อเป็นแหล่งในการค้นคว้าหาจินตนาการที่ช่วยส่งเสริมการคิดสร้างสรรค์

4. แลกเปลี่ยนเรียนรู้ เป็นการออกแบบเพื่อให้ผู้เรียนมีการติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลกับเพื่อน ๆ หรือ กับครูผู้สอนซึ่งเป็นช่องทางที่ผู้เรียนได้แสดงความคิดเห็นของตนเองได้เป็นอย่างดีพร้อมทั้งได้เรียนรู้การรับฟังความคิดเห็นของเพื่อน ๆ ด้วย

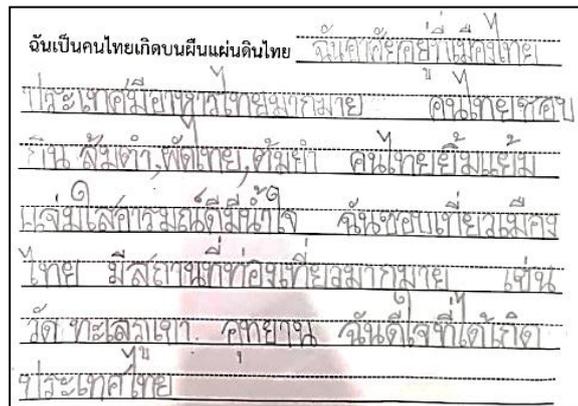


ภาพที่ 6 แสดงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างครู ผู้ปกครองและนักเรียน

5. ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ เป็นแหล่งที่ผู้เรียนจะสามารถขอคำชี้แนะหรือขอคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญได้แล้วนำข้อมูลมาใช้ในการแก้ปัญหาจากภารกิจ นอกจากนี้หากนักเรียนมีข้อคำถามก็สามารถคุยโต้ตอบกับผู้สอนได้และผู้สอนก็สามารถตรวจสอบการส่งงานและตรวจผลงานของนักเรียนได้ด้วย



ภาพที่ 7 แสดงช่องทางปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ



นักเรียนเขียนเรื่องราวตามจินตนาการของตนเองต่อจากข้อความที่ครูกำหนดให้

ถ้าฉันเป็นผู้นำประเทศไทย ฉันจะช่วยเหลือทุกคนโดยการที่ฉันจะให้เงินคนที่ยากจน และสอนเค้าทำงาน ให้มีเงิน เช่นสอนทำนา จับปลาสร้างบ้าน และจะให้เงินเด็กได้เรียนหนังสือในที่ดี ๆ และได้กินอาหารให้ครบห้าหมู่ และถ้ารวยอยู่แล้วก็จะให้เค้าแบ่งปัน ไม่เอาแต่ใจตัวเอง ไม่โลภมาก

ภาพที่ 8 แสดงผลงานการเขียนสร้างสรรค์ของนักเรียนในแต่ละชั่วโมง

จากการจัดการเรียนการสอนด้วยแพลตฟอร์ม EDULEARN ในครั้งนี้ผู้เขียนได้เห็นถึงความคิดสร้างสรรค์ของผู้เรียนที่ส่งออกมาทางผลงานการเขียนสร้างสรรค์ในแต่ละภารกิจปัญหาที่ได้รับมอบหมาย ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักเรียนมีความคิดสร้างสรรค์ครบทั้ง 4 ด้าน ตามหลักการคิดสร้างสรรค์ของ Guilford (อ้างถึงใน สุวิทย์ มูลคำ, 2551) ประกอบด้วย ความคิดคล่อง (Fluency) ความคิดยืดหยุ่น (Flexibility) ความคิดริเริ่ม (Originality) ความคิดละเอียดลออ (Elaboration) ทั้งนี้แพลตฟอร์ม EDULEARN นอกจากจะช่วยให้ นักเรียนได้ทำภารกิจการเรียนรู้ที่เป็นการกระตุ้นให้ผู้เรียนได้เกิดการคิดสร้างสรรค์แล้วยังเป็นวิธีเรียนออนไลน์ที่ง่ายสะดวกต่อการใช้งานทำให้การเรียนมีความสนุก น่าสนใจและท้าทาย ช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ในช่วงที่มีสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดต่อไวรัสโคโรนา 2019 ได้เป็นอย่างดี

บทสรุป

ในการจัดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในยุคโควิด-19 ใช้หลักการของ ทฤษฎีคอน-สตรัคติวิสต์เป็นพื้นฐานในการออกแบบ โดยวางภายใต้รูปแบบแพลตฟอร์ม“EDULEARN” ซึ่ง การเรียนรู้ออนไลน์ (Online) ออกแบบมาให้ง่ายต่อการใช้งานเพื่อให้นักเรียนสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง มีองค์ประกอบ คือ ปัญหา/ภารกิจ เมื่อผู้เรียนถูกกระตุ้นด้วยปัญหา/ภารกิจ แล้วผู้เรียนจะพยายามหาข้อมูล

การเพื่อการแก้ไข โดยมีข้อมูลจากแหล่งสารสนเทศต่าง ๆ **แหล่งการเรียนรู้** เป็นแหล่งข้อมูลที่ผู้เรียนจะได้ค้นหาเพิ่มเติมจากประสบการณ์เดิมของตนเองและนำข้อมูลมาใช้ในการนำไปแก้ปัญหาตามภารกิจได้ **ฐานความช่วยเหลือ** ผู้เขียนได้ทำลิงค์ที่เกี่ยวข้องให้ผู้เรียนศึกษาเพื่อเป็นแหล่งในการค้นคว้าเพิ่มเติมเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา รวมทั้งการ**แลกเปลี่ยนเรียนรู้** และ**ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ** เมื่อเกิดปัญหาจากการจัดการเรียนรู้ พบว่า นักเรียนมีความคิดสร้างสรรค์ 4 ลักษณะ คือ ความคิดคล่อง (Fluency) หาคำตอบได้เร็วในปริมาณมาก คิดแต่งประโยคอย่างรวดเร็ว คิดหาถ้อยคำที่คล้ายกันมาใช้แทนกันได้ ความคิดยืดหยุ่น (Flexibility) คิดหาคำตอบได้หลายวิธี หลายแนวทางปฏิบัติ และยังสามารถดัดแปลงแนวปฏิบัติไปแก้ปัญหาใหม่ได้ ความคิดริเริ่ม (Originality) มีความคิดที่แปลกใหม่ สามารถจินตนาการและนำรูปจากจินตนาการมาใช้เขียนประโยคได้แตกต่างไปจากเดิม ความคิดละเอียดลออ (Elaboration) มีความใส่ใจในรายละเอียด รู้จักใช้คำที่สละสลวยมาเพิ่มเติมในประโยคให้สมบูรณ์และชัดเจนยิ่งขึ้น การเขียนข้อความเรื่องราวต่าง ๆ จะคิดและเขียนโดยอยู่บนพื้นฐานของการกระทำในทางที่ดีซึ่งแสดงถึงการมีจิตใจที่ดีด้วย

เอกสารอ้างอิง

มนชญา สระบัว. (2562). การออกแบบสื่อการเรียนรู้เพื่อการอนุรักษ์สถาปัตยกรรม : เรือนอีสาน.

วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 9(3), 103-110.

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานกระทรวงศึกษาธิการ. (2560). *ตัวชี้วัดและสาระการเรียนรู้*

แกนกลาง กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2560) หลักสูตรแกนกลางการศึกษา

ขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551. สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานกระทรวงศึกษาธิการ.

กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทยจำกัด.

สุมาลี ชัยเจริญ. (2557). *การออกแบบการสอน หลักการ ทฤษฎีสู่การปฏิบัติ*. ขอนแก่น: แอนนาออฟเซต.

สุวิทย์ มูลคำ. (2551). *ครบเครื่องเรื่องความคิด*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์

ผลกระทบของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม
ของกลุ่มธุรกิจชุมชน

The Effect of Innovative Leadership on Innovative Behavior of
Community Business Groups

ธิตาภรณ์ ภูโอบ¹ และกาญจนา หินเฮอร์²

Titaphorn phoo-aob¹, and Kanjana hinthaw²

¹นิสิตปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจและนวัตกรรมดิจิทัล คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

²อาจารย์สาขาการจัดการ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

¹Student of Master of Business Administration, Mahasarakham Business School,
Mahasarakham University

²Professor in Management, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

อีเมล: Emmy_kung2533@hotmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

27 สิงหาคม 2565

18 มกราคม 2566

14 มีนาคม 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของธุรกิจชุมชนที่มีต่อภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชน 2) เพื่อศึกษาผลกระทบของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่มีต่อการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่าง คือ วิสาหกิจชุมชนผู้ประกอบการประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายที่ได้รับเกณฑ์การประเมินในระดับ 5 ดาว จำนวน 352 ราย ซึ่งขนาดของกลุ่มตัวอย่างคำนวณจากสูตรของ Yamane (1973) ในกรณีที่ทราบขนาดของประชากร โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้เท่ากับ 0.05 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ผลการศึกษาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้นำวิสาหกิจชุมชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้นำธุรกิจชุมชน ด้านการสร้างหลักประกัน ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$) รองลงมา คือ ด้านการกำหนดความเสี่ยง ($\bar{X} = 4.48$) และด้านการปรับตัวเพื่อการเรียนรู้ ($\bar{X} = 4.45$) อยู่ในระดับมากตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ด้านการปรับตัวเพื่อการเรียนรู้ ด้านความสามารถในการพึ่งพาตนเองอย่างสร้างสรรค์ ด้านการหาประโยชน์จากโอกาส และด้านการจัดการความเสี่ยง มีผลกระทบเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของกลุ่มธุรกิจชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการศึกษานี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจชุมชน จากการเลือกผู้นำที่สามารถ

ขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมในชุมชน รวมถึงเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการนำไปพัฒนา และยกระดับขีดความสามารถของตนเอง เพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจชุมชน

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม, ความคิดสร้างสรรค์, ธุรกิจชุมชน

ABSTRACT

This research aims to study the innovation leadership of community enterprises and the relationship between innovative leadership and employee creativity development. The study was conducted on a sample group of 352 community enterprises and cloth and apparel entrepreneurs who received the 5-star rating criteria calculated from the formula of Yamane (1973). The allowable error was set at 0.05, and data was collected using a questionnaire.

The result of the study showed the opinions of the sample group about the innovation leadership of community business leaders. Collateral was at the highest level ($\bar{X} = 4.56$), followed by risk determination ($\bar{X} = 4.56$) and learning adaptation ($\bar{X} = 4.45$), which were at high levels, respectively. The results of the hypothesis testing revealed that the innovation leadership adaptation for learning the ability to be creatively self-reliant on taking advantage of opportunities and risk management has a statistically significant positive impact on the innovation behavior of the community business group. Moreover, the results of this study can be used as guidelines for developing the competitiveness of community businesses by selecting leaders who can drive innovation development as serve as being a guideline for entrepreneurs to develop and elevate their own capabilities for the competitiveness of community businesses.

Keywords: Innovation Leadership, Creativity, Community Enterprise.

บทนำ

ภาวะผู้นำไม่ใช่เรื่องของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง แต่เป็นเรื่องของทุกคนเพื่อประสิทธิผลขององค์กรโดยรวม การสร้างประสิทธิผลขององค์กรที่ยั่งยืนต้องมีทั้งผู้นำที่เก่งและผู้ตามที่ดีไปพร้อม ๆ กัน เพื่อยกระดับผลการดำเนินงานกลุ่มและองค์กร (อาทิตยานันท์ ยุระยาตร์ และอุษณา แจ้งคล้าย, 2565) การเปลี่ยนแปลงเป็นเรื่องที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาพการณ์ปัจจุบันที่มี

การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีผลกระทบอย่างรุนแรงต่อองค์กรต่าง ๆ ไม่เว้นแม้กระทั่งองค์กรที่เคยประสบความสำเร็จมาแล้ว ในขณะที่เดียวกันหากมองในมุมกลับการเปลี่ยนแปลงนี้ก็สร้างโอกาสใหม่ ๆ ทั้งในระดับองค์กรและระดับบุคคล ดังนั้น การสร้างการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นในองค์กรจึงเป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารจะต้องใช้ทั้งเทคนิคในการบริหารจัดการ (Management) และความเป็นผู้นำ (Leadership) เพื่อนำพาองค์กรสู่ความสำเร็จในการเปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้นการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมจึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในยุคดิจิทัลนั้นจำเป็นอย่างยิ่งต้องมีการพัฒนานวัตกรรมในองค์กร นวัตกรรมเป็นสิ่งที่ทุกส่วนยอมรับว่าสามารถสร้างความสามารถในการแข่งขันอย่างแท้จริง นวัตกรรมเป็นเรื่องสำคัญมากในปัจจุบัน (Edison et al., 2013) ซึ่งในทางตรงกันข้าม หากองค์กรไม่ได้สร้างสรรค์สิ่งใหม่ จะเผชิญกับความเสี่ยงที่จะล้มเหลว เพราะนวัตกรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่จะเปลี่ยนแปลงวิธีการแบบเดิมของการทำธุรกิจและนวัตกรรมยังเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจอีกด้วย (Tidd, 2001) นอกจากนี้ งานวิจัยที่ผ่านมาของ Tidd (2001) ยังแสดงให้เห็นว่า นวัตกรรมเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งต่อผลการดำเนินงานขององค์กร องค์กรที่มุ่งการพัฒนาจะใช้นวัตกรรมในการปรับปรุงกระบวนการทางธุรกิจ สร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และบริการให้เหนือกว่าคู่แข่งเพื่อทำให้เกิดกำไรมูลค่าการตลาด หรือส่วนแบ่งทางการตลาดที่ดีกว่า

วิสาหกิจชุมชนเป็นเศรษฐกิจฐานรากที่สำคัญของประเทศไทย ดังนั้นความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนต้องอาศัยความเป็นผู้นำเชิงนวัตกรรมที่จะสร้างความเข้มแข็งให้กับวิสาหกิจชุมชน เป็นการมุ่งเน้นที่ส่งเสริมให้เกิดการพึ่งพาตนเองของคนในชุมชน โดยการใช้ต้นทุนหรือทรัพยากรในท้องถิ่นของตนให้เกิดประโยชน์สูงสุดอย่างเต็มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน และเกิดการบริหารจัดการโดยคนในชุมชน เพื่อสร้างศักยภาพของชุมชนและก่อให้เกิดผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ

แต่การพัฒนานวัตกรรมนั้นจะมีประสิทธิภาพต้องเกิดจากประสิทธิภาพในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ให้ดีกว่าเดิมหรือสามารถต่อยอดจากสิ่งเดิมที่มีอยู่มีงานวิจัยสนับสนุนว่าการพัฒนานวัตกรรมย่อมต้องเกิดจากทุกภาคส่วนขององค์กร อย่างไรก็ตามการพัฒนานวัตกรรมในองค์กรนั้นหรือผลการดำเนินงานจากการจัดการนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพจะประสบความสำเร็จหรือไม่ ปัจจัยสำคัญคือทีมงานที่รับนโยบาย กลยุทธ์ขององค์กรนั้น ๆ มาปฏิบัติให้เป็นรูปธรรมทีมงานในองค์กรต้องใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์เป็นอย่างมาก แต่กลับพบว่างานวิจัยส่วนใหญ่มุ่งเน้นศึกษาด้านพฤติกรรมกรรมการสร้างนวัตกรรมของพนักงานเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่มีรากฐานมาจากการบริหารจัดการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการสร้างนวัตกรรม อาทิเช่น ศึกษาตัวแปรด้านวัฒนธรรมองค์กร บรรยากาศในการสร้างนวัตกรรม ระบบสนับสนุนขององค์กร มีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณลักษณะของพนักงานที่สร้างสรรค์นวัตกรรมเป็นต้น หรืองานวิจัยบางกลุ่มที่มุ่งเน้น

ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าในองค์กรในการสร้างนวัตกรรมทำให้ผลการดำเนินงานมีประสิทธิภาพเพิ่มสูงขึ้นทั้งในด้านตัวแปรการเงินและตัวแปรมิใช่การเงิน

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาผลกระทบของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค่นวัตกรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ วิสาหกิจชุมชนผู้ประกอบการประเพณีผ้าและเครื่องแต่งกายที่ได้รับเกณฑ์การประเมินในระดับ 5 ดาว เหตุผลที่ผู้วิจัยเลือกกลุ่มเป้าหมายประเพณีผ้าและเครื่องแต่งกาย เพราะเป็นประเภทที่มีกลุ่มผลิตอยู่ในทุกพื้นที่ของจังหวัดในประเทศไทย และเป็นประเภทที่ทำยอดขายสูงสุด และเป็นประเภทสินค้าโอท็อปของไทย ที่ได้รับความนิยมจากชาวต่างชาติ อีกทั้งได้รับข้อตกลงเขตการค้าเสรีของไทยกับประเทศต่าง ๆ ผลลัพธ์ที่ได้จากการศึกษาจะเป็นแนวทางสำหรับผู้ผลิตผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชน ให้ตระหนักถึงความสำคัญของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม เพื่อการพัฒนาและนำไปปรับใช้กับธุรกิจ ให้มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น และเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้มีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จบรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ และเติบโตได้อย่างมั่นคงต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของธุรกิจชุมชนที่มีต่อภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชน
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่มีต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค่นวัตกรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ทบทวนวรรณกรรม

ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership)

เป็นภาวะผู้นำที่มีความสามารถในการเข้าถึงปัญหาหรือโอกาสที่สลับซับซ้อน และค้นพบแนวทางในการดำเนินการใหม่ ๆ หรือไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน โดยผู้นำจะต้องมีความฉลาดทางนวัตกรรม (Innovative Intelligence) เพื่อช่วยให้สามารถตอบสนองและแก้ไขปัญหาในสถานการณ์จริงได้ดีขึ้น และช่วยให้เกิดนวัตกรรมในองค์กรมากขึ้นด้วย Bagheri & Harrison (2020) ได้แบ่งมิติภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมออกเป็น 8 ด้าน ประกอบด้วย การสร้างความท้าทาย (Framing Challenges) การรับรู้ถึงความไม่แน่นอน (Absorbing Uncertainty) การสร้างหลักประกัน (Underwriting) การสร้างความมุ่งมั่น (Building Commitment) การจัดการความเสี่ยง (Defining Gravity) การหาประโยชน์จากโอกาส (Opportunity Identification and Exploitation) การปรับตัวเพื่อการเรียนรู้ (Orientation Towards Learning) และความสามารถในการพึ่งพาตนเองอย่างสร้างสรรค์ (Creative Collective Self-Efficacy) เป็นการพัฒนาให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ตื่นตัวอยู่ตลอดเวลา อยากรู้อยากเห็น มีความใฝ่รู้ เรียนรู้สิ่งใหม่ตลอดเวลาที่มีจินตนาการที่

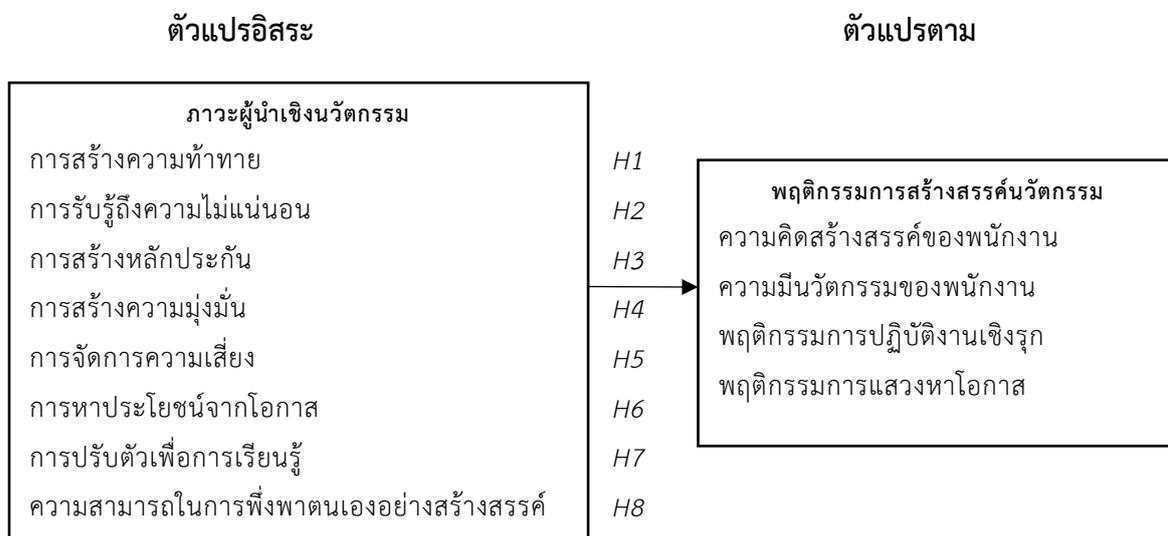
สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง ดังนั้น ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership) เป็นกุญแจสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร ทำให้ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (อภิสิทธิ์ ธรรมวิมุติ และธีระวัฒน์ จันทิก, 2560) องค์กรประกอบภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารได้จากการสังเคราะห์เอกสารทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ประกอบด้วย การมีวิสัยทัศน์ การเปลี่ยนแปลง ความคิดสร้างสรรค์ การทำงานเป็นทีมและมีส่วนร่วม การมีจริยธรรมและตรวจสอบได้ การบริหารความเสี่ยงและบรรยากาศแห่งองค์กรนวัตกรรม มาตราวัดของ De Jong & Hartog (2010) ผู้วิจัยได้ใช้เป็นแนวทางในการศึกษา เพื่อกำหนดเป็นตัวแปรตามในกรอบแนวคิดการวิจัย และใช้เป็นแนวทางในการประยุกต์ เพื่อสร้างเครื่องมือ ตลอดจนแนวทางในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

พฤติกรรมการสร้างสรรค่นวัตกรรมของกลุ่ม

หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่มีจุดมุ่งหมายสำคัญ คือ การคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ และผลักดันความคิดเหล่านั้นให้กับหน่วยงานหรือองค์กรได้ใช้ประโยชน์ต่อไป โดยสามารถวัดพฤติกรรมการสร้างสรรค่นวัตกรรมของกลุ่มได้จากองค์ประกอบ 4 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) การสำรวจโอกาส คือ การตระหนักถึงสิ่งที่เกิดขึ้นใหม่ โดยการมองหาโอกาสที่เกิดจากปัญหาหรือสถานการณ์ที่ต้องได้รับการแก้ไข 2) การสร้างความคิด คือลักษณะของการเกิดแนวความคิดที่ผสมผสานกันระหว่างแนวความคิดใหม่และแนวความคิดที่มีอยู่เดิมต่อการแก้ไขปัญหาหรือการปรับปรุงการดำเนินงาน 3) การทำให้ความคิดถูกยอมรับ คือ เมื่อแนวความคิดได้เกิดขึ้นแล้วบุคคลก็จะพยายามโน้มน้าว หรือขายความคิดของตนให้แก่บุคคลอื่น เพื่อให้ได้รับการสนับสนุน และ 4) การนำไปประยุกต์ใช้ คือ แนวคิดที่ได้รับการสนับสนุนจำเป็นที่จะต้องถูกนำไปใช้และปฏิบัติอย่างเป็นทางการนั้น หมายถึง การพัฒนาสิ่งใหม่ ๆ และการปรับปรุงสิ่งที่มีอยู่ให้ดีขึ้นกว่าเดิมด้วย ต่อมา De Jong & Hartog (2010) ได้แบ่งพฤติกรรมการสร้างสรรค่นวัตกรรมของกลุ่มออกเป็น 4 มิติ ได้แก่ 1) ความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน คือ การมองเห็นโอกาสในการพัฒนาสินค้าหรือบริการใหม่ หรือการใช้เครื่องมือที่มีอยู่สร้างความคิดที่เกี่ยวกับการทำงานใหม่และสามารถนำไปปฏิบัติได้และยังสนับสนุนและถ่ายทอดให้ผู้อื่นใช้และพัฒนาต่อ 2) ความมีนวัตกรรมของพนักงาน คือพฤติกรรมรวบรวมการกระทำที่ริเริ่มการผสมผสานสิ่งใหม่เกี่ยวกับการเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ การบริการหรือกระบวนการทำงานใหม่ขององค์กร 3) พฤติกรรมปฏิบัติงานเชิงรุก คือ การเป็นพนักงานที่มีความพยายามในการแสวงหาโอกาสและสร้างการเจริญเติบโตเพื่อความสำเร็จขององค์กร ซึ่งริเริ่มทดลองทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งก่อนองค์กรอื่นการพยายามเป็นผู้นำเมื่อเทียบกับคู่แข่งและ 4) พฤติกรรมแสวงหาโอกาสคือการหาวิธีการเพื่อปรับปรุงสินค้าหรือบริการที่มีอยู่โดยอาศัยวิธีการทางเลือกต่าง ๆ

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ของ Bagheri & Harrison (2020) และทฤษฎีพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของกลุ่ม ของ De Jong & Hartog (2010) ซึ่งนำมา กำหนดเป็นกรอบแนวคิด และสมมติฐานการวิจัยได้ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ วิศวกรกลุ่มช่างผู้ประกอบเครื่องจักรหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายที่ได้รับเกณฑ์การประเมินในระดับ 5 ดาว พ.ศ. 2562 ในประเทศไทย จำนวน 1,643 ราย (สำนักงานส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน, 2562)

ตารางที่ 1 แสดงการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling)

ขั้นที่ 1 เลือกกลุ่มและประเภทสินค้า	ขั้นที่ 2 เลือกผู้ประกอบการที่ได้รับเกณฑ์ประเมินอยู่ในระดับ 5 ดาว	ขั้นที่ 3 คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Yamane (1973)
อาหาร	1,264 ราย	-
เครื่องดื่ม	183 ราย	-
ผ้า เครื่องแต่งกาย	1,643 ราย	322 ตัวอย่าง
ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก	267 ราย	-
สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร	385 ราย	-

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) คือ ตัวแทนวิสาหกิจ ผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทผ้า และเครื่องแต่งกายที่ได้รับเกณฑ์การประเมินในระดับ 5 ดาว ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง โดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ด้วยใช้แผนการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ขั้นที่ 1 ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ผลิตสินค้าประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ซึ่งอาศัยอยู่ในประเทศไทย ขั้นที่ 2 เลือกผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับเกณฑ์ประเมินอยู่ในระดับ 5 ดาว ได้จำนวน 1,643 ราย ขั้นที่ 3 เมื่อทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน จึงคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Yamane (1973) สำหรับการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม และสามารถเขียนเป็นสมการได้ คือ $n = \frac{N}{1+Ne^2}$ โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้เท่ากับ 0.05 โดยกำหนดให้

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N คือ ขนาดประชากร

e คือ ค่าความคลาดเคลื่อนที่ใช้ในงานวิจัย

$$\text{แทนค่า } n = 1,643 \div (1 + 1,643(0.05)^2)$$

$$n = 321.68 \approx 322 \text{ ตัวอย่าง}$$

เมื่อคำนวณแล้ว พบว่า จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากสมการของ Yamane (1973) เท่ากับ 322 ตัวอย่าง ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 19.60 ของจำนวนผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ผลิตสินค้าประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายทั้งหมด

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือและคุณภาพของเครื่องมือวิจัยที่ผู้วิจัยนำมาใช้ในการวิจัย มีดังนี้

1. แบบสอบถามถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน โดยเนื้อหาครอบคลุม เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ลักษณะทั่วไปของการบริหารจัดการ จำนวนสมาชิกกลุ่ม อายุ การดำเนินงานกลุ่มและรายได้เฉลี่ยของกลุ่มต่อเดือน มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ส่วนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม โดยเนื้อหาครอบคลุมองค์ประกอบทั้ง 8 ด้าน และส่วนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรคนวัตกรรม โดยเนื้อหาครอบคลุมองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน มีลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scale) ระดับ 1 ถึง 5 (1 คือ น้อยที่สุด และ 5 คือ มากที่สุด)

2. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือแบบสอบถาม พัฒนาโดยเริ่มจากการตรวจสอบหาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมด 3 ท่าน ซึ่ง พิสนุ พงศ์ศรี (2553) ได้เสนอว่า ค่าอำนาจจำแนกรายข้อควรมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป จึงถือข้อคำถามนั้นมีความสอดคล้องของเนื้อหาอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ซึ่งผู้วิจัย

เลือกเฉพาะข้อคำถามที่ค่าอำนาจจำแนกมากกว่า 0.50 ขึ้นไป และการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของแต่ละตัวแปรแฝงตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ไปทดลองใช้ (Try-Out) กับกลุ่มผู้ประกอบการการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด และตรวจสอบ พบว่า แต่ละตัวแปรแฝงของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม และพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีค่าความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตั้งแต่ 0.820 ถึง 0.840 ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแต่ละตัวแปรมีค่าตั้งแต่ 0.70 จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบ และผ่านการแก้ไขปรับปรุงให้สมบูรณ์แล้วนำไปเก็บข้อมูลกับประชากรกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย จำนวน 322 ตัวอย่าง

วิธีรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยได้ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลจากคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อขออนุมัติการผ่านจริยธรรมวิจัยในมนุษย์ก่อนนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง หลังจากนั้นจึงดำเนินการจัดทำแบบสอบถาม เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 322 ตัวอย่าง พร้อมกับตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน และความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

2. เนื่องจากเกิดการระบาดของโควิด-19 จึงมีข้อจำกัดในการให้ข้อมูลทางตรงของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงดำเนินการส่งแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ (Google Form) ผ่านทางอีเมลและช่องทางสื่อสารออนไลน์ต่าง ๆ เก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 23 กุมภาพันธ์ – 23 มีนาคม 2565 รวมทั้งสิ้น 29 วัน ทั้งนี้ มีผู้ตอบแบบสอบถามกลับมาทั้งหมด 352 ชุด โดยคิดเป็นร้อยละ 21.42 ของจำนวน 1,643 มากกว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณไว้ที่ 322 ชุด ซึ่ง Leedy, Newby and Ertmer (1997) ได้เสนอแนวคิดว่าเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เพียงพอ (Sufficient Sample) ด้วยกฎพื้นฐานจำนวนตัวอย่างยิ่งมากยิ่งดี (The Larger the Sample, the Better) งานวิจัยครั้งนี้จึงใช้แบบสอบถามที่ได้กลับมาทั้งหมดในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยตรวจสอบแบบสอบถามที่มีการตอบอย่างถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์และเป็นไปตามเกณฑ์ที่ผู้วิจัยกำหนด จึงดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมด เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ส่วนที่หนึ่งสถิติเชิงพรรณนาและส่วนที่สองสถิติทดสอบสมมติฐาน สำหรับในส่วนที่หนึ่งใช้สถิติที่ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ร้อยละ (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และในส่วนที่สองทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบโดยใช้การวิเคราะห์

สหสัมพันธ์ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ สามารถสรุปผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง (ร้อยละ 85.51) รองลงมาคือ เพศชาย (ร้อยละ 14.49) มีอายุมากกว่า 50 ปี (ร้อยละ 39.49) มีสถานภาพสมรส (ร้อยละ 63.07) มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 63.35) มีรายได้ต่อเดือนอยู่ ระหว่าง 20,000-30,000 บาท (ร้อยละ 48.01) กลุ่มอาชีพมีจำนวนสมาชิกกลุ่ม 8-15 คน (ร้อยละ 49.72) มีทุนในการดำเนินงานต่ำกว่า 3,000,000 บาท (ร้อยละ 93.18) มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5-10 ปี (ร้อยละ 50.85) และมีรายได้เฉลี่ยต่อปีของกลุ่มอยู่ระหว่าง 500,000-1,000,000 บาท (ร้อยละ 41.19) ตามลำดับ

1.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นกลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีต่อภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมและพฤติกรรม การสร้างสรรค์นวัตกรรม ปรากฏตามตารางที่ 2 และตารางที่ 3

ตารางที่ 2 ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชน

ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของ วิสาหกิจชุมชน	\bar{X}	SD.	ระดับความคิดเห็น
1. การสร้างความท้าทาย (Fra)	4.10	0.56	ระดับมาก
2. การรับรู้ถึงความไม่แน่นอน (Abs)	4.23	0.57	ระดับมาก
3. การสร้างหลักประกัน (Und)	4.56	0.38	ระดับมากที่สุด
4. การสร้างความมุ่งมั่น (Bui)	4.41	0.44	ระดับมาก
5. การกำหนดความเสี่ยง (Def)	4.48	0.43	ระดับมาก
6. การหาประโยชน์จากโอกาส (Opp)	4.45	0.35	ระดับมาก
7. การปรับตัวเพื่อการเรียนรู้ (Ori)	4.45	0.42	ระดับมาก
8. ความสามารถในการพึ่งพาตนเองอย่างสร้างสรรค์ (Cre)	4.42	0.43	ระดับมาก
โดยรวม	4.39	0.41	ระดับมาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมโดยรวมอยู่ใน ระดับมาก ($\bar{X} = 4.39$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้าน และระดับมาก 7 ด้าน โดยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 3 อันดับแรกได้ ดังนี้ การสร้างหลักประกัน ($\bar{X} = 4.56$) รองลงมา คือ การจัดการความเสี่ยง ($\bar{X} = 4.48$) และการปรับตัวเพื่อการเรียนรู้ ($\bar{X} = 4.45$) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ผลการศึกษาพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

พฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม (IWB)	\bar{X}	SD.	ระดับความคิดเห็น
1. ความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน	4.48	0.38	ระดับมาก
2. ความมีนวัตกรรมของพนักงาน	4.49	0.41	ระดับมาก
3. พฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงรุก	4.45	0.38	ระดับมาก
4. พฤติกรรมการแสวงหาโอกาส	4.41	0.39	ระดับมาก
โดยรวม	4.46	0.38	ระดับมาก

จากตารางที่ 3 ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.46$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 3 อันดับแรกได้ ดังนี้ ความมีนวัตกรรมของพนักงาน ($\bar{X} = 4.49$) รองลงมา คือ ความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน ($\bar{X} = 4.48$) และพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงรุก ($\bar{X} = 4.45$) ตามลำดับ

2. ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ การสร้างสมการพยากรณ์ และการทดสอบสมมติฐาน โดยวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ ดังนี้

H1: การสร้างความท้าทายมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม

H2: การรับรู้ถึงความไม่แน่นอนมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม

H3: การสร้างหลักประกันมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม

H4: การสร้างความมุ่งมั่นมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม

H5: การจัดการความเสี่ยงมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม

H6: การหาประโยชน์จากโอกาสมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม

H7: การปรับตัวเพื่อการเรียนรู้มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม

H8: ความสามารถในการพึ่งพาตนเองอย่างสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม

การสร้างสรรค์นวัตกรรม

ผู้วิจัยทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่าค่า VIFs ของตัวแปรอิสระภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ทั้ง 8 ด้าน ได้แก่ การสร้างความท้าทาย (Fra) การรับรู้ถึงความไม่แน่นอน (Abs) การสร้างหลักประกัน (Und) การสร้างความมุ่งมั่น (Bui) การจัดการความเสี่ยง (Def) การหาประโยชน์จากโอกาส (Opp) การปรับตัวเพื่อการเรียนรู้ (Ori) และความสามารถในการพึ่งพาตนเองอย่างสร้างสรรค์ (Cre) มีค่าตั้งแต่ 1.538 – 3.174 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006) ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Correlations) ระหว่างภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม และพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม

ตัวแปร	IWB	Fra	Abs	Und	Bui	Def	Opp	Ori	Cre	VIFs
พฤติกรรมกรรมการสร้าง สรรค์นวัตกรรม (IWB)	-									-
การสร้างความท้าทาย (Fra)	0.291*	-								1.556
การรับรู้ถึงความไม่แน่นอน (Abs)	0.358*	0.578*	-							1.722
การสร้างหลักประกัน (Und)	0.437*	0.108*	0.166*	-						1.538
การสร้างความมุ่งมั่น (Bui)	0.521*	0.318*	0.372*	0.424*	-					1.763
การจัดการความเสี่ยง (Def)	0.506*	0.319*	0.374*	0.416*	0.412*	-				1.604
การหาประโยชน์จากโอกาส (Opp)	0.730*	0.309*	0.434*	0.541*	0.631*	0.537*	-			3.174
การปรับตัวเพื่อการเรียนรู้ (Ori)	0.693*	0.261*	0.330*	0.399*	0.478*	0.498*	0.676*	-		1.987
ความสามารถในการพึ่งพา ตนเองอย่างสร้างสรรค์ (Cre)	0.660*	0.217*	0.275*	0.420*	0.422*	0.357*	0.619*	0.508*	-	1.688

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ทั้ง 8 ด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม (IWB) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าความสัมพันธ์ไม่เกิน 0.800 ดังนั้น ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่ใช่ตัวแปรเดียวกัน ซึ่งสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์ค่าพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม (IWB) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=85.353$: $p=0.000$) และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง ($AdjR^2$) เท่ากับ 0.658

ตารางที่ 5 การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยแบบพหุคูณระหว่างภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม และพฤติกรรม
การสร้างสรรค่นวัตกรรม

ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม	พฤติกรรมการสร้างสรรค่นวัตกรรม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การ	ความคลาดเคลื่อน		
	ถดถอย	มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (<i>a</i>)	-	0.149	6.497	0.000
การสร้างความท้าทาย (Fra)	0.027	0.022	0.683	0.495
การรับรู้ถึงความไม่แน่นอน (Abs)	0.000	0.023	-0.002	0.998
การสร้างหลักประกัน (Und)	-0.007	0.032	-0.180	0.857
การสร้างความมุ่งมั่น (Bui)	0.046	0.030	1.111	0.268
การจัดการความเสี่ยง (Def)	0.086	0.029	2.174	0.030*
การหาประโยชน์จากโอกาส (Opp)	0.275	0.050	4.940	0.000*
การปรับตัวเพื่อการเรียนรู้ (Ori)	0.292	0.033	6.625	0.000*
ความสามารถในการพึ่งพาตนเองอย่าง สร้างสรรค์ (Cre)	0.289	0.030	7.121	0.000*
F = 85.353 p = 0.000 AdjR ² = 0.658				

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, β หมายถึง ค่าอิทธิพลเส้นทางรวม

จากตารางที่ 5 เมื่อทดสอบค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยแบบพหุคูณระหว่างตัวแปรอิสระภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมแต่ละด้านกับตัวแปรตามพฤติกรรมการสร้างสรรค่นวัตกรรม พบว่า ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมด้านการจัดการความเสี่ยง ($\beta=0.086$; p-value > 0.05) ด้านการหาประโยชน์จากโอกาส ($\beta=0.275$; p-value > 0.05) ด้านการปรับตัวเพื่อการเรียนรู้ ($\beta=0.292$; p-value > 0.05) และด้านความสามารถในการพึ่งพาตนเองอย่างสร้างสรรค์ ($\beta=0.289$; p-value > 0.05) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค่นวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ยอมรับสมมุติฐานที่ H5, H6, H7 และ H8 ดังผลปรากฏในตารางที่ 5 และสร้างสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\text{พฤติกรรมการสร้างสรรค่นวัตกรรม} = 0.086\text{Def} + 0.275\text{Opp} + 0.292\text{Ori} + 0.289\text{Cre}$$

อภิปรายผลการวิจัย

1. ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ด้านการสร้างหลักประกัน อยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากผู้ประกอบการแสดงความเห็นอกเห็นใจในสมาชิกกลุ่ม มีการส่งเสริมให้สมาชิกแสดงความคิดเห็น เพื่อการพัฒนาตนเอง และ

กลุ่มสร้างแรงบันดาลใจ อารมณ์ ความเชื่อ ค่านิยม และพฤติกรรมของสมาชิกกลุ่ม และส่งเสริมให้สมาชิกเกิดความคิดริเริ่มใหม่เสมอ

2. ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมด้านการจัดการความเสี่ยงมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อพฤติกรรม การสร้างสรรค์นวัตกรรม สอดคล้องกับ Bagheri & Harrison (2020) ที่แสดงให้เห็นว่าการจัดการ ความเสี่ยงเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญสำหรับผู้มีความเป็นผู้นำ โดยต้องมีการกำหนดขอบเขตขององค์กร เพื่อแนะนำสิ่งที่สามารถทำได้หรือไม่สามารถทำได้ พร้อมทั้งสามารถตัดสินใจได้อย่างเด็ดขาดและ รวดเร็ว สอดคล้องกับ แพรลฎา พจนารถ และ กฤษดา เขียววัฒนสุข (2563) ที่ชี้ว่าการปรับตัวและ ยอมรับแนวคิดใหม่ ๆ เป็นองค์ประกอบที่ทำให้เกิดศักยภาพของการพัฒนานวัตกรรมขององค์กร

3. ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมด้านการหาประโยชน์จากโอกาสมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อ พฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรม สอดคล้องกับ Bagheri & Harrison (2020) ที่ชี้ว่าผู้ประกอบการ ควรตระหนักถึงโอกาสทางการตลาดที่มีอยู่ รวมถึงปรับแนวทางการจัดการขององค์กร เมื่อมีโอกาส ใหม่ ๆ เกิดขึ้นเสมอ สอดคล้องกับ สมเกียรติ สุทธินิรากร และคนอื่น ๆ (2563) ที่ชี้ว่าสิ่งที่ทำให้ ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จคือคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และการมีประสบการณ์ ทางการตลาดของสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สอดคล้องกับ แพรลฎา พจนารถ และ กฤษดา เขียววัฒนสุข (2563) ที่ชี้ว่าการประเมินโอกาสทางการค้าเป็นองค์ประกอบของภาวะผู้นำ เชิงนวัตกรรมในการขับเคลื่อนองค์กร

4. ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมด้านการปรับตัวเพื่อการเรียนรู้มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อ พฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรม สอดคล้องกับ Bagheri & Harrison (2020) ชี้ว่าผู้นำ เชิงนวัตกรรมต้องตระหนักถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของตนเอง และแสวงหาการพัฒนาตนเองอย่าง ต่อเนื่อง รวมถึงนำเสนอให้องค์กรทราบเกี่ยวกับแนวโน้ม และวิธีการทางการศึกษาใหม่ ๆ เพื่อ ปรับปรุงการเรียนรู้ของสมาชิกให้ประสบผลสำเร็จในการดำเนินงานมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ สอดคล้องกับ แพรลฎา พจนารถ และกฤษดา เขียววัฒนสุข (2563) ที่ชี้ว่าการจัดการความรู้ หรือ การชี้แนะและเพิ่มขีดความสามารถของพนักงานเป็นองค์ประกอบที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพ การทำงานขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับ สมเกียรติ สุทธินิรากร และคนอื่น ๆ (2563) ที่ชี้ว่าการจัดการความรู้มีผลให้บุคลากรได้มีส่วนร่วม และทำให้บุคลากรได้ทำงานร่วมกันเป็นทีม ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการจัดการปรับตัวเพื่อการเรียนรู้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยนวัตกรรม เชิงกระบวนการ

5. ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมด้านความสามารถในการพึ่งพาตนเองอย่างสร้างสรรค์มี ความสัมพันธ์เชิงบวกต่อพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรม สอดคล้องกับ Bagheri & Harrison (2020) ที่ชี้ว่าผู้ประกอบการต้องมีความมั่นใจในความสามารถของทีมในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ รวมถึงมั่นใจในความสามารถของทีมในการสร้างสรรค์ไอเดียใหม่ ๆ และยอมรับความสามารถของทีม ในการพัฒนาองค์กร สอดคล้องกับ แพรลฎา พจนารถ และกฤษดา เขียววัฒนสุข (2563) และ

อภิรักษ์ชัย ธรรมวิมุติ และ ชีระวัฒน์ จันทิก (2560) ที่ชี้ว่าในองค์กรควรสร้างการโน้มน้าวให้พนักงานผลิตความคิดสร้างสรรค์ เพื่อค้นหาผลิตภัณฑ์ บริการ หรือทางออกสู่ความสำเร็จ โดยไม่พึ่งพาประสบการณ์ในอดีตหรือข้อเท็จจริงเพียงอย่างเดียว ซึ่งจะต้องมีวิสัยทัศน์ และเปิดกว้างสำหรับความเป็นไปได้ในการจัดการ ตลอดจนการหาวิธีที่ดีกว่าสำหรับความเป็นไปได้ที่หลากหลาย

ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของกลุ่มของผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายที่ได้รับเกณฑ์การประเมินในระดับ 5 ดาว คือ การจัดการความเสี่ยง การหาประโยชน์จากโอกาส การปรับตัวเพื่อการเรียนรู้ และความสามารถในการพึ่งพาตนเองอย่างสร้างสรรค์ ตามลำดับ ซึ่งแต่ละปัจจัยล้วนมีความสัมพันธ์กันและมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม ดังนั้น หากผู้ประกอบการที่ต้องการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ควรเน้นพัฒนาตนเองในด้าน 1) ทักษะการจัดการความเสี่ยง โดยวิเคราะห์แนวทางการปรับข้อจำกัด และมีความสามารถในการจัดการเวลาอย่างมีประสิทธิภาพ 2) ความสามารถในการหาประโยชน์จากโอกาส ที่ต้องรับรู้โอกาสทางการตลาดที่มีอยู่ ปรับแนวทางและวางแผนงานเมื่อโอกาสใหม่เกิดขึ้น 3) การปรับตัวเพื่อการเรียนรู้ ที่ต้องมีวิธีการเรียนรู้และปรับปรุงผลสัมฤทธิ์ของตนเองอยู่เสมอ และ 4) ความสามารถในการพึ่งพาตนเองอย่างสร้างสรรค์ โดยนำเทคโนโลยี เพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการจัดการเชิงกลยุทธ์สมัยใหม่อยู่เสมอ ซึ่งทั้ง 4 ปัจจัยนี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เกิดพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงเพียงอย่างเดียว ซึ่งอาจมีปัจจัยอื่นที่เป็นเพียงปัจจัยเดียวหรือหลายปัจจัยแอบแฝงอยู่ระหว่างความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรผลลัพธ์ ดังนั้น การวิจัยครั้งต่อไปจึงควรมีการวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลกำกับ เพื่อให้รู้ถึงปัจจัยเชิงสาเหตุที่อยู่เบื้องหลังความสัมพันธ์นั้นได้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

พิสนุ พงศ์ศรี. (2553). *เทคนิควิธีประเมินโครงการ* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: บริษัทด้านสุทธา

การพิมพ์ จำกัด.

แพรวลฎา พจนารถ และ กฤษดา เขียววัฒนสุข. (2563). ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมเพื่อความ ได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรในศตวรรษที่ 21. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 22(1), 241-257.

- สมเกียรติ สุทธินรากร, ยุวรี ญาณปรีชาเศรษฐ, ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม และนรินทร์ สังข์รักษา. (2563). การ
สร้างสรรค์มูลค่าของผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชน. *วารสาร
วิทยาลัยดุสิตธานี*, 13(1), 270-283.
- สำนักงานส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน. (2562). *คัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่ง
ผลิตภัณฑ์ไทย ปี 2562*. สืบค้นจาก <https://cep.cdd.go.th/otop-data/ผลิตภัณฑ์-otop>
อภิรักษ์ ธรรมวิมุติ และ ชีระวัฒน์ จันทิก. (2560). ทุณมนุษย์เชิงนวัตกรรมและสร้างสรรค์ของ
ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน. *E-Journal, Silpakorn University*, 10(1), 1572-1579.
- อาทิตย์ยานันท์ ยุระยาตร์ และ อุษณา แจ้งคล้อย. (2565). อิทธิพลของภาวะผู้นำที่ส่งผลต่อความ
พึงพอใจ และประสิทธิผลการทำงานในสำนักงานบัญชีของผู้ทำบัญชี. *วารสารวิชาการและ
วิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 12(1), 244-257.
- Bagheri, A. and Harrison, C. (2020). Entrepreneurial leadership measurement: a multi-
dimensional construct. *Journal of Small Business and Enterprise
Development, ahead-of-print*(ahead-of-print).
- Black, K. (2006). *Business Statistics for Contemporary Decision Making*. USA: John
Wiley and Son.
- De Jong, J. and den Hartog, D. (2010). Measuring Innovative Work Behaviour.
Creativity and Innovation management, 19(1), 23–36.
- Edison, H., Edison, H., bin Ali, N., and Torkar, R. (2013). Towards innovation
measurement in the software industry. *Journal of Systems and
Software*, 86(5), 1390–1407.
- Tidd, J. (2001). Innovation management in context: Environment, organization and
performance. *International Journal of Management Reviews*, 3,(3)
(September), 169-183.

แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2

Guidelines of Digital Leadership Development of School's Administrators
under Chaiyaphum Primary Educational Service Area Office 2

สันติ พิณรัตน์¹ และกุหลาบ ปุริสาร²

Santi Phinrat¹ and Kularb Purisarn²

¹นักศึกษานิติศาสตร์และการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์ วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา
คณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์ วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย

¹Student of Master of Education Program, Faculty of Education and Liberal Arts,
College of Asian Scholars

²Assistant Professor of Master of Education Program, Faculty of Education and Liberal Arts,
College of Asian Scholars

อีเมล: santi0333@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

22 มกราคม 2566

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

19 กุมภาพันธ์ 2566

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

28 กุมภาพันธ์ 2566

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์และความต้องการจำเป็นของภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา 2) แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน แบ่งเป็น 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 ศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์และความต้องการจำเป็นของภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา กลุ่มตัวอย่างคือผู้บริหารสถานศึกษาและครู จำนวน 226 คน ได้มาโดยวิธีกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามแบบการตอบสนองแบบรายการ สถิติที่ใช้ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ดัชนีความต้องการจำเป็น ระยะที่ 2 แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาและประเมินแนวทางโดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน ได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างและแบบประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพปัจจุบันของภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง สภาพที่พึงประสงค์ของภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ผลการวิเคราะห์ความต้องการจำเป็นของภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา พบว่า ด้านที่มีค่าดัชนีความต้องการจำเป็นมากที่สุดคือด้านวิสัยทัศน์

ดิจิทัล ส่วนด้านที่มีความต้องการจำเป็นต่ำที่สุดคือด้านความรู้ดิจิทัล 2) แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา มีทั้งหมด 4 ด้าน 11 แนวทาง โดยรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุดและความเป็นไปได้อยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ : ภาวะผู้นำดิจิทัล, ผู้บริหารสถานศึกษา, แนวทางการพัฒนา

ABSTRACT

The objectives of this study were to study 1) current conditions, desirable conditions, and necessary needs of digital leadership of school administrators, 2) guidelines for developing digital leadership of school administrators. This study was a mixed research divided into 2 phases. Phase 1 studied the current situation. Desirable Conditions and Necessities of Digital Leadership of School Administrators The sample consisted of 226 school administrators and teachers, obtained by Krejcie and Morgan's sample size method. The instrument used for data collection was Pair response questionnaire the statistics used were percentage, mean, standard deviation and need index. Phase 2 Guidelines for developing digital leadership of school administrators and assessed the guidelines by 3 experts obtained by purposive selection. The tool used is a semi-structured interview form and a suitable and feasibility assessment form for educational institute administrators' digital leadership development approach. The research findings revealed that 1) the current state of digital leadership of school administrators as a whole was at a moderate level. The desirable state of digital leadership of school administrators. Overall, it was at a high level. The results of the need analysis of digital leadership of school administrators revealed that the aspect with the most need index was digital vision. The aspect with the lowest need was digital knowledge. 2) There were 4 aspects and 11 approaches for digital leadership development of educational institute administrators most level.

Keywords: Digital Leadership, School Administrators, Development Guidelines

บทนำ

ในปัจจุบันโลกของเรามีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้คนเราสามารถปรับตัวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก การศึกษาถือว่าเป็นส่วนสำคัญที่ใช้ในการสร้างคน สร้างสังคมและสุดท้ายสร้างชาติ โดยถือเป็นกลไกหลักในการพัฒนาคนให้มีคุณภาพ สามารถดำรงชีวิตอยู่ร่วมกับคนอื่นได้อย่างมีความสุขในกระแสการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของโลก เนื่องจากการศึกษามีบทบาทสำคัญในการสร้างความได้เปรียบของประเทศเพื่อการแข่งขันและยืนหยัดในเวทีโลกภายใต้ระบบเศรษฐกิจและสังคมทั่วโลก จึงให้ความสำคัญและทุ่มเทกับการพัฒนาการศึกษาเพื่อพัฒนาทรัพยากรของต้นให้สามารถก้าวทันการเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจและสังคมโลก โดยควบคู่กับการดำรงรักษาอัตลักษณ์ของประเทศไว้ ในส่วนของประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการจัดการศึกษา การพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถของคนไทยให้มีความรู้ความสามารถ และสมรรถนะที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานและการพัฒนาประเทศ (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560)

โดยผู้บริหารสถานศึกษาควรให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีทางการศึกษา เนื่องจากการใช้เทคโนโลยีในการศึกษานั้น สามารถช่วยในการพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (Polly, 2010) แนวคิดในการพัฒนาผู้เรียนให้มีความสร้างสรรค์มากยิ่งขึ้น อันจะนำไปสู่การพัฒนาประเทศให้เท่าทันกับสถานการณ์โลกในปัจจุบัน สอดคล้องกับแนวคิดของ ไพฑูรย์ สินลารัตน์ กล่าวไว้ว่า การศึกษาควรเป็นไปในทิศทางที่มีคุณค่าต่อตัวผู้เรียน ต่อสังคมในทางสร้างสรรค์มากขึ้น และเป็นประโยชน์ในการพัฒนาประเทศให้ดำรงอยู่ในภาวะสังคมโลกที่แข่งขันอย่างรุนแรงเช่นปัจจุบัน เราจึงควรเปลี่ยนกระแสนการศึกษาใหม่ให้เป็นไปในทิศทางที่ก่อผล ซึ่งปัจจุบันผู้นำองค์กรยุคใหม่ต้องเผชิญปัญหาที่หลากหลาย ภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เป็นความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้นำต้องมีภาวะผู้นำที่เอื้อต่อการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจที่เกิดจากผู้ใต้บังคับบัญชาและเปิดให้มีอิสระในการทำงานมากขึ้น กระทรวงศึกษาธิการก็เช่นเดียวกันจำเป็นต้องอาศัยผู้บริหารการศึกษาและผู้บริหารสถานศึกษามีอาชีพ จึงจะทำให้การบริหารและการจัดการศึกษาประสบความสำเร็จ และเป็นไปตามแนวทางที่พึงประสงค์ ดังนั้นการที่โรงเรียนจะพัฒนาให้ประสบความสำเร็จได้นั้นปัจจัยสำคัญส่วนหนึ่งมาจากผู้บริหารสถานศึกษา (ไพฑูรย์ สินลารัตน์, 2553)

การมีภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของสถานศึกษา ถ้าผู้บริหารสถานศึกษาที่มีภาวะผู้นำดิจิทัลสูง ก็จะได้เปรียบในการแข่งขันที่จะนำไปสู่การบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายได้อย่างยั่งยืน สามารถบริหารการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดรับกับเป้าหมายและทิศทางการเปลี่ยนแปลง (จันทนา แสนสุข, 2559) จากการประเมินทักษะภาวะผู้นำดิจิทัล มีองค์ประกอบสำคัญที่ควรมี ได้แก่ (1) การรู้ดิจิทัล โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการค้นหา การประเมิน การใช้ การแบ่งปัน และการสร้างสรรค์เนื้อหา (2) วิสัยทัศน์ดิจิทัล โดยการสร้างกลยุทธ์การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการปฏิบัติงาน (3) การประชาสัมพันธ์ โดยสนับสนุนให้บุคลากรมีวิสัยทัศน์ดิจิทัลสามารถเจริญเติบโตได้ในสภาพแวดล้อมแบบดิจิทัล (4) การแสดงตนเป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนในการสนับสนุน

บุคลากรอย่างจริงจัง (5) การสื่อสารถ่ายทอดวิสัยทัศน์ดิจิทัลให้บุคลากรนำไปปฏิบัติ (6) การปรับตัว การพัฒนาเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการปฏิบัติงาน (7) ความตระหนักในตนเอง สามารถคาดการณ์เหตุการณ์ ที่อาจส่งผลกระทบต่อตนเองและผู้อื่น (8) การรับรู้ทางวัฒนธรรม การสื่อสารและการมีส่วนร่วมใน การปฏิบัติงานร่วมกันโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Sullivan, 2017) อีกทั้งยังเป็นสิ่งที่พัฒนาและเปลี่ยนแปลง ได้ตลอดเวลา ดังนั้นการนำเอามาใช้งานจึงควรเริ่มจากการตั้งเป้าหมาย สำหรับการจัดการศึกษาในอนาคตให้ ชัดเจนก่อน จากนั้นจึงกำหนดกลยุทธ์และนำเอาเทคโนโลยีนวัตกรรมดิจิทัล ที่เหมาะสมมาปรับใช้ตาม วิสัยทัศน์ขององค์กรนั้น ๆ (ทินกร บัวชู, 2563) ด้วยเหตุผลข้างต้นนี้จึงทำให้หน่วยงานทางราชการหลายแห่ง ให้ความสนใจเกี่ยวกับเทคโนโลยี โดยเฉพาะเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งหน่วยงานรัฐมีนโยบายมุ่งเน้นให้มีแนวทาง การพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการและบุคลากรภาครัฐเพื่อการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัล

ดังนั้นผู้บริหารสถานศึกษาในศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ จึงมีบทบาท สำคัญ ในการบริหารจัดการ ทรัพยากรทางการศึกษา ครู และบุคลากร ให้ทำงานได้อย่างมี ประสิทธิภาพ การทำงานในยุคดิจิทัล ดังนั้นต้องมีการกำหนดกรอบนโยบายที่ชัดเจนที่ทุกคนสามารถ ปฏิบัติตามได้ และนอกเหนือจากการบริหาร โดยทั่วไปเพื่อให้การบริหารจัดการศึกษาบรรลุผลสำเร็จ บทบาทของผู้บริหารโรงเรียน และผู้สอนจะต้องเปลี่ยนแปลง ซึ่งผู้บริหารสถานศึกษาในยุคใหม่ใน ศตวรรษที่ 21 จึงต้องมีคุณลักษณะ โดดเด่นเหมาะสม มีความรู้ความเข้าใจ เชิงทฤษฎี ทักษะ บทบาท หน้าที่ คุณธรรมและประสบการณ์ทางการบริหารการศึกษายุคใหม่ เพื่อนำพาสถานศึกษาให้ประสบ ความสำเร็จ สามารถสนองต่อการแข่งขัน และทันสมัยเหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของโลกและ ความประสบความสำเร็จจำเป็นต้องมีการสร้างกลยุทธ์ที่ก้าวทันการเปลี่ยนแปลง เพื่อสร้างความ มั่นใจ การเสริมขวัญกำลังใจ รวมทั้งการสร้างทัศนคติเชิงบวกต่อการเปลี่ยนแปลงให้กับบุคลากรและผู้ มีส่วนได้เสียกับองค์กร ร่วมกับการสร้างให้ทุกคนมีส่วนร่วม เพื่อทำให้ทุกส่วนขององค์กร ขับเคลื่อน การเปลี่ยนแปลงไปพร้อมกันอย่างที่ผู้บริหารคาดหวังไว้ ผู้บริหารสถานศึกษาต้องปรับเปลี่ยน การบริหารจัดการเพื่อที่จะให้มีความพร้อมสู่โลกสากล ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่มีการเปลี่ยนมาจาก การ ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นส่วนใหญ่ และมีผลกระทบทั้งทางตรง และทางอ้อม กับการจัดการศึกษา เพื่อให้มีการบริหารจัดการที่ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลง ผู้บริหารซึ่งเป็นบุคลากร ที่สำคัญในโรงเรียน ควรมีความรู้ ความสามารถ และทักษะที่จำเป็นเพื่อการพัฒนาให้ทันกับ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากเทคโนโลยีดิจิทัล ได้อย่างปลอดภัย สร้างสรรค์ และใช้งานอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม โดยการพัฒนาภาวะผู้นำของผู้บริหารโรงเรียนในศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตร สมบูรณ์ ให้สามารถบริหารจัดการด้านการจัดการเรียนการสอน การบริหารทรัพยากร การบริหาร กิจการนักเรียน รวมทั้งการสร้างความร่วมมือ สร้างเครือข่ายที่จะทำให้มีการพัฒนาโรงเรียนให้เป็นไป ตามมาตรฐาน ดังนั้นผลของการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำในยุคดิจิทัลของผู้บริหาร สถานศึกษา ศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา ชัยภูมิ เขต 2 จะมีคุณค่าต่อการพัฒนาคุณภาพของการจัดการศึกษาและส่งผลต่อผู้เรียนและ

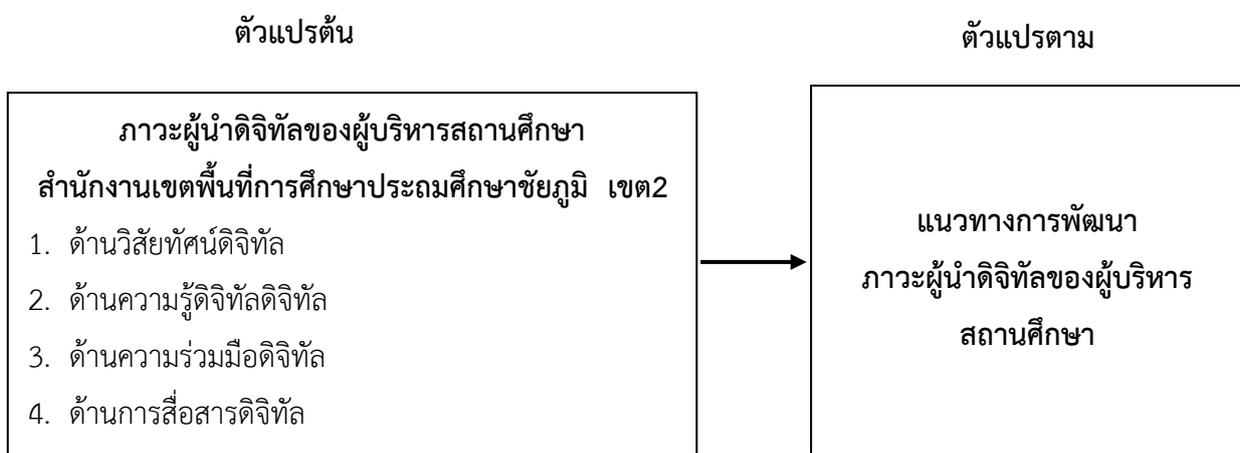
สอดคล้องกับนโยบายการปฏิรูปการศึกษา และยังเป็นแนวทางในการบริหารโรงเรียนให้มีคุณภาพ และเกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาการศึกษาต่อไป (ชัยยนต์ เพาพาน, 2559)

จากความเป็นมาและความสำคัญดังกล่าว ผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล ต้องมีความรู้ ความสามารถ ทักษะและประสบการณ์ทางการบริหารสถานศึกษา เพื่อพัฒนาให้สถานศึกษาทันสมัย เหมาะสมกับโลกในยุคดิจิทัล ผู้วิจัยในฐานะครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2 จึงมีความสนใจที่จะศึกษาแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2 เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานและเป็นแนวทางในการพิจารณาวางแผน ปรับปรุง พัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์และความต้องการจำเป็น ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา ศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิเขต 2
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา ศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิเขต 2

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและครู ศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2 ปีการศึกษา 2564 โดยมีจำนวน ครู 450 คน ผู้บริหารสถานศึกษา 56 คน จาก 63 โรงเรียน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2, 2564)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและครู ศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2 ประจำปีการศึกษา 2564 โดยใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ได้จำนวน 226 คน ซึ่งได้มาจากการเทียบสัดส่วนประชากรตามตารางเครซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) และใช้การสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) ได้กลุ่มตัวอย่างผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 56 คน และครู 170 คน (Big Data ปีการศึกษา 2565 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2)

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เพื่อให้การดำเนินการวิจัยบรรลุวัตถุประสงค์ผู้วิจัยได้ออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ มี 2 ประเภท คือ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบันในสถานศึกษา ประสบการณ์ในการทำงานตำแหน่งปัจจุบันเป็นลักษณะแบบเลือกตอบ (Check list)

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2 สำหรับแบบสอบถามในตอนี่ 2 โดยมีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของ Likert's rating scale โดยกำหนดค่าและแปลความหมายของคะแนนของแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง ผู้บริหารมีการแสดงออกที่เป็นจริงในปัจจุบันในระดับมากที่สุด/สภาพที่พึงประสงค์ให้ผู้บริหารมีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง ผู้บริหารมีการแสดงออกที่เป็นจริงในปัจจุบันในระดับมาก/สภาพที่พึงประสงค์ให้ผู้บริหารมีการปฏิบัติในระดับมาก

ระดับ 3 หมายถึง ผู้บริหารมีการแสดงออกที่เป็นจริงในปัจจุบันในระดับปานกลาง/สภาพที่พึงประสงค์ให้ผู้บริหารมีการปฏิบัติในระดับปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง ผู้บริหารมีการแสดงออกที่เป็นจริงในปัจจุบันในระดับน้อย/สภาพที่พึงประสงค์ให้ผู้บริหารมีการปฏิบัติในระดับน้อย

ระดับ 1 หมายถึง ผู้บริหารมีการแสดงออกที่เป็นจริงในปัจจุบันในระดับน้อยที่สุด/สภาพที่พึงประสงค์ให้ผู้บริหารมีการปฏิบัติในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามปลายเปิด (Open Ended Form) เพื่อให้ผู้ตอบคำถามได้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2

2. แบบสัมภาษณ์ เป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สัมภาษณ์สถานภาพของผู้ถูกสัมภาษณ์ ได้แก่ ชื่อผู้ถูกสัมภาษณ์ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบันในสถานศึกษา ประสบการณ์ในการทำงานตำแหน่งปัจจุบัน

ตอนที่ 2 สัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2

วิธีรวบรวมข้อมูล

ระยะที่ 1 การศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์และความต้องการจำเป็นของแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหาร กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 56 คน ครูจำนวน 170 คน โดยการใช้ตาราง Krejcie & Morgan (1970) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าเป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 แบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ เป็นการสอบถามข้อมูลประสบการณ์การทำงาน วุฒิการศึกษาและสถานะปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบเลือกตอบที่กำหนดให้ไว้เป็นแบบตัวเลือก ตอนที่ 2 แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า สอบถามเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา โดยจำแนกข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพของเครื่องมือ ได้แก่ วิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Validity) ของแบบสอบถามโดยใช้วิธีหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ค่าอำนาจจำแนกโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดัชนีความต้องการจำเป็น (PNI_{modified}) เป็นวิธีการที่เรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นโดยการถ่วงน้ำหนักของผลต่าง (สุวิมล ว่องวานิช, 2550)

ระยะที่ 2 การศึกษาแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา การสัมภาษณ์เพื่อหาแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา มีลักษณะของ

เครื่องมือเป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ โดยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดัชนีความต้องการจำเป็น (PNI_{modified})

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาค้นคว้า เรื่อง แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิเขต 2 ผู้ศึกษาสามารถสรุปได้ตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ผลการศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์และความต้องการจำเป็นของแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิเขต 2 พบว่ามีผลการศึกษาดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ ความต้องการจำเป็นของภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2

องค์ประกอบภาวะผู้นำดิจิทัล	สภาพปัจจุบัน			สภาพที่พึงประสงค์		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ด้านวิสัยทัศน์ดิจิทัล	2.91	0.93	ปานกลาง	4.17	0.73	มาก
2. ด้านความรู้ดิจิทัล	2.84	0.95	ปานกลาง	4.12	0.79	มาก
3. ด้านความร่วมมือ	2.81	1.01	ปานกลาง	4.08	0.80	มาก
4. ด้านการสื่อสาร	2.58	0.85	ปานกลาง	4.30	0.74	มาก
รวม	2.78	0.93	ปานกลาง	4.16	0.76	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าผลการศึกษาสภาพปัจจุบันภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิเขต 2 โดยภาพรวมพบว่าสภาพปัจจุบันของแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิเขต 2 อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านวิสัยทัศน์ดิจิทัล ด้านความรู้ดิจิทัล ด้านความร่วมมือดิจิทัลและด้านการสื่อสารดิจิทัล ในส่วนสภาพที่พึงประสงค์ของแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิเขต 2 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อ

พิจารณารายด้านเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการสื่อสารดิจิทัล ด้านวิสัยทัศน์ดิจิทัล ด้านความรู้ดิจิทัลและด้านความร่วมมือดิจิทัล

2. ผลการประเมินความต้องการจำเป็นของแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิเขต 2 พบว่ามีผลการศึกษาดังตารางที่ 2

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ยสภาพปัจจุบัน ค่าเฉลี่ยสภาพที่พึงประสงค์ของภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิเขต 2 ค่าดัชนี ความต้องการจำเป็นปรับปรุง (PNI_{modified}) และลำดับความต้องการจำเป็นโดยรวม

องค์ประกอบภาวะผู้นำดิจิทัล	D	I	PNI _{modified}	ลำดับความต้องการจำเป็น
1. ด้านวิสัยทัศน์ดิจิทัล	2.91	4.31	0.48	1
2. ด้านความรู้ดิจิทัล	2.91	4.17	0.43	4
3. ด้านความร่วมมือดิจิทัล	2.84	4.12	0.45	2
4. ด้านการสื่อสารดิจิทัล	2.81	4.08	0.45	3
เฉลี่ย	2.86	4.17	0.45	-

จากตารางที่ 2 พบว่าผลการประเมินความต้องการจำเป็นของแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิเขต 2 พบว่าทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิเขต 2 มีค่าดัชนีการจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น (PNI_{modified}) โดยรวมมีค่าเท่ากับ 0.45 เมื่อพิจารณาลำดับความต้องการจำเป็นรายด้านเรียงลำดับความต้องการจำเป็นจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านวิสัยทัศน์ดิจิทัล ด้านความร่วมมือดิจิทัล ด้านการสื่อสารดิจิทัลและด้านความรู้ดิจิทัลตามลำดับ

3. ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิเขต 2 มีผลการประเมินความเหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และผลการประเมินความเป็นไปได้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิเขต 2 โดยรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 ด้านวิสัยทัศน์ดิจิทัล มี 2 แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิเขต 2 คือ การจัดประชุมเพื่อให้บุคลากรร่วมกันกำหนดนโยบายและวิสัยทัศน์ร่วมกัน เพื่อให้สมาชิกในองค์กรมีเป้าหมายไปในแนวทางเดียวกัน และการจัดการอบรมสัมมนาหรือพัฒนาศักยภาพของบุคลากรเพื่อเพิ่มความรู้ความเข้าใจในการเปลี่ยนแปลงของดิจิทัล เพื่อให้ครูได้เห็นมุมมองใหม่ ๆ

3.2 ด้านความรู้ดิจิทัล มี 3 แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิเขต 2 คือ การจัดโครงการอบรมเพื่อเพิ่มความรู้ความเข้าใจในการเปลี่ยนแปลงของดิจิทัลเพื่อให้ครูสามารถนำมาใช้ในการปฏิบัติงานและการจัดการเรียนการสอนได้ การหาแหล่งข้อมูลเพื่อพัฒนาให้ครูมีความรู้ความเข้าใจในดิจิทัล เพื่อให้ครูเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงบนโลกดิจิทัลและนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ ครูเข้าใจและสามารถนำดิจิทัลมาใช้ในการพัฒนาการทำงานและการจัดการเรียนการสอนแล้วควรสนับสนุนให้มีการแบ่งปันและส่งเสริมให้เพื่อนร่วมงานได้เข้าใจในการใช้ดิจิทัล

3.3 ด้านความร่วมมือดิจิทัล มี 3 แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิเขต 2 คือ การกำหนดบทบาทหน้าที่ที่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถของครู เพื่อดึงเอาศักยภาพของครูมาร่วม การเปิดโอกาสให้ครูได้มีส่วนร่วมในการแสดงออกถึงความคิด ทักษะคิดต่อประเด็นปัญหาและร่วมกันหาแนวทางในการแก้ไขอย่างเหมาะสม โดยมีการรับฟังความคิดเห็น ไม่ละเลยการแสดงออกทางความคิดเห็นของครู เพื่อแสดงออกให้เห็นถึงความเอาใจใส่ ในการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน

3.4 ด้านการสื่อสาร มี 3 แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิเขต 2 คือ ต้องมีการรับฟังความคิดเห็นของสมาชิก และสร้างบรรยากาศให้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นภายในหน่วยงาน การสื่อสารจะต้องใช้ภาษาที่เหมาะสม รวมถึงไม่แสดงพฤติกรรมที่ก้าวร้าวรุนแรง การสื่อสารกันด้วยความเคารพซึ่งกันและกัน ให้เกียรติต่อบุคคลที่ทำการสื่อสาร

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิเขต 2 ผู้วิจัยสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. สภาพปัจจุบันของภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิเขต 2 โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนสภาพที่พึงประสงค์ของภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิเขต 2 โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อเรียงลำดับความต้องการจำเป็นของภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิเขต 2 เรียงตามลำดับขององค์ประกอบดังต่อไปนี้ได้แก่ ด้านวิสัยทัศน์ดิจิทัล ด้านความร่วมมือดิจิทัล ด้านการสื่อสารดิจิทัล และด้านความรู้ดิจิทัล ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสังคมในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงส่งผลต่อความต้องการจำเป็นของการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกัญญารัตน์ สุขแสน (2564) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำด้านดิจิทัลของโรงเรียนในเครือมูลนิธิคณะเซนต์คาเบรียลแห่งประเทศไทย ซึ่งผลการศึกษากรอบแนวคิดทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลซึ่งประกอบด้วย องค์ประกอบของผู้นำดิจิทัลและวิธีการ

พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในยุคดิจิทัล สภาพปัจจุบันของการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และสภาพที่พึงประสงค์ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัฐนันท์ รททอง และมลรักษ์ เลิศวิสัย (2564) ที่ได้วิจัยเรื่องภาวะผู้นำดิจิทัลของครูโรงเรียนเทศบาลบ้านสามกอง อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต จากการวิจัยพบว่ามีภาวะผู้นำดิจิทัล 3 ด้าน คือ 1) การปรับตัวและการสร้างสภาวะแวดล้อมที่เอื้อต่อการศึกษาแบบดิจิทัล 2) การปรับกฎระเบียบกฎหมาย และการปรับวัฒนธรรม และทัศนคติเพื่อใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และ 3) วิสัยทัศน์ดิจิทัลและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีก้าวกระโดด และสอดคล้องกับ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2562) ที่ได้กำหนดนโยบายและกำลังปรับกฎระเบียบในการปฏิรูประบบราชการ ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วนที่สำคัญ คือ 1) การปรับกฎหมายที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการเอื้อต่อการดำเนินการธุรกรรมดิจิทัลในภาพรวมและทุกภาคส่วน และ 2) การปรับวัฒนธรรม และทัศนคติเพื่อใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและสอดคล้อง และจากงานวิจัยของรุ่งฤดี ศิริ, ชาญวิทย์ หาญรินทร์ และ วัชรี แสงบุญเรือง (2565) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง สภาพความต้องการจำเป็นและแนวทางพัฒนาทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 1 ผลจากการศึกษาวิจัยพบว่าการศึกษาสภาพปัจจุบัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะครูให้ความสำคัญ ตระหนักและมีความรู้เกี่ยวกับทักษะดิจิทัล ตามแผนพัฒนาการศึกษาที่หน่วยงานต้นสังกัดได้นำเอาแนวทางมาพัฒนาครูให้เป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ได้รับการพัฒนาศักยภาพตามสมรรถนะวิชาชีพ รวมถึงสมรรถนะในศตวรรษที่ 21 การศึกษาสภาพที่พึงประสงค์ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการพัฒนาศักยภาพครูในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 1 ให้มีความพร้อมในการจัดการเรียนการสอนสอดคล้องกับทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 และการประเมินความต้องการจำเป็นของทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 1 พบว่าทักษะที่มีค่าสูงสุดคือ ทักษะในการรับมือกับการคุกคามบนโลกออนไลน์ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะบุคลากรยังขาดความรู้ ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง มีระบบการพัฒนาครูไม่สอดคล้องกับสภาพปัญหาและการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี อีกทั้งขาดแคลนบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในด้าน ICT

2. แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิเขต 2 มีจำนวน 11 แนวทาง มีความเหมาะสมและมีความเป็นไปได้ในการนำไปใช้เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิเขต 2 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.909 และ 4.969 ตามลำดับ ซึ่งทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ทรงคุณวุฒิที่ประเมินความเหมาะสม ความเป็นไปได้ ประกอบไปด้วย ผู้บริหารสถานศึกษาที่มีความรู้ ความสามารถ และเป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาบุคลากรและเมื่อผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิเขต 2 ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมานั้นพบว่าผู้วิจัยมีการนำเอาข้อมูลจากระยะที่ 1 ผนวกกับข้อเสนอแนะมาเป็นข้อมูล ในการสร้างแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิเขต 2 อีกทั้งองค์ประกอบการดำเนินงาน วิธีดำเนินการและผลการประเมินทำ

ให้สามารถตัดสินใจในการประเมินแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิเขต 2 ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมานั้น มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด และความเป็นไปได้อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของวันชัย สุขตาม, จิรายุ ทรัพย์สิน และ สุรศักดิ์ ชะมา (2562) ซึ่งได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การเสริมสร้างความสามารถภาวะผู้นำดิจิทัลที่จำเป็นในยุคเปลี่ยนผ่านสู่สังคมดิจิทัล ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้ที่ประสบความสำเร็จในยุคเปลี่ยนผ่านสู่สังคมดิจิทัล จำเป็นต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถ มีภาวะผู้นำดิจิทัลครอบคลุมใน 7 มิติคือ มิติการรับรู้ดิจิทัล มิติ การมุ่งเน้นประชาชน มิติความสามารถในการเรียนรู้ มิติความสามารถในการปรับตัว มิติการขับเคลื่อนด้วยข้อมูล มิติการยอมรับทางวัฒนธรรม และมิติการทำงานร่วมมือกัน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิชญ์พิมล สุนทรวงศ์ (2565) ได้ศึกษา แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม พบว่า สภาพที่พึงประสงค์ของภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษามหาสารคามด้านวิสัยทัศน์ดิจิทัลมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการสื่อสารด้านความรู้ดิจิทัล ด้านความร่วมมือตามลำดับและยังสอดคล้องกับงานวิจัยของรุจาภรณ์ ลักษณะดี (2565) ที่ได้ศึกษา ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาในสหวิทยาเขตบ้านบึง 1 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชลบุรี เขต 1 พบว่า ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน

โดยสรุปได้ว่าแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิเขต 2 ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านวิสัยทัศน์ดิจิทัล 2) ด้านความรู้ดิจิทัล 3) ด้านความร่วมมือดิจิทัล 4) ด้านการสื่อสารดิจิทัล โดยผู้บริหารสถานศึกษาสามารถนำไปวางแผนให้สอดคล้องกับความต้องการ เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาให้บรรลุตามเป้าหมายที่สถานศึกษากำหนด อันจะนำไปสู่ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน รวมทั้งทำให้เกิดความก้าวหน้าและบรรลุวัตถุประสงค์สูงสุดของสถานศึกษา

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

1.1 จากการศึกษาสภาพที่พึงประสงค์ของภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาสรุปได้ว่า มีความต้องการด้านวิสัยทัศน์ดิจิทัลมากที่สุด ดังนั้นผู้บริหารสถานศึกษาและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรส่งเสริมให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพราะจะทำให้การบริหารงานในสถานศึกษาที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1.2 จากการศึกษาแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา จะมีลักษณะแตกต่างกันไปตามองค์ประกอบ ซึ่งส่งผลให้ผู้บริหารและบุคลากรที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาได้ และแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิเขต 2 ประกอบด้วย 4

ด้าน ได้แก่ 1) ด้านวิสัยทัศน์ดิจิทัล 2) ด้านความรู้ดิจิทัล 3) ด้านความร่วมมือดิจิทัล 4) ด้านการสื่อสารดิจิทัล และมีตัวบ่งชี้ 11 ตัวบ่งชี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้จริงนั้น ต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารสถานศึกษา

2. ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้

หน่วยงานที่มีหน้าที่ในการจัดการศึกษาควรนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการอบรมเพื่อพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษา เพื่อให้เกิดภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาอันจะเกิดประโยชน์ต่อระบบการศึกษาต่อไป

3. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

3.1 ควรมีการศึกษาวิจัยแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา เป็นรายด้านโดยเฉพาะด้านที่มีระดับความต้องการจำเป็นมาก เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาได้ตรงกับความต้องการอย่างแท้จริง

3.2 ควรมีการวิจัยติดตามผลการนำ สภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ของแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาอย่างต่อเนื่อง เพื่อติดตามผลการนำความรู้ ความเข้าใจและทักษะปฏิบัติการไปใช้อย่างคงทนและพัฒนาต่อไป

3.3 ควรมีการวิจัยเพื่อพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อวางกรอบหรือกำหนดช่วงเวลาในการพัฒนาระยะสั้น เพื่อพัฒนาให้เป็นผู้บริหารที่มีภาวะผู้นำดิจิทัลอย่างสมบูรณ์และชัดเจน

เอกสารอ้างอิง

- กัญญารัตน์ สุขแสน. (2564). รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำด้านดิจิทัลของผู้บริหารโรงเรียนในเครือมูลนิธิธณะเซนต์คาเบรียลแห่งประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต การศึกษา, วิทยาลัยครูสุริยเทพ).
- จันทนา แสนสุข. (2559). ภาวะผู้นำ Leadership (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ทริบเพิ้ลกรุ๊ป จำกัด.
- ชัยยนต์ เพาพาน. (2559). แนวคิดและทฤษฎีพื้นฐานการเป็นผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21. วารสารบริหารการศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น, 12(1), 1-9.
- ทินกร บัวชู. (2563). ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา. วารสารครุศาสตร์สารคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, 13 (2), 285-294.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- พิชญ์พิมล สุนทวงค์. (2565). แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลของครู สังกัดสำนักงานเขต พื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม. (วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม).

- ไพฑูริย์ สีนลารัตน์. (2553). *ผู้นำเชิงสร้างสรรค์และผลผลิตภาพ : กระบวนทัศน์ใหม่และผู้นำใหม่ทางการศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รัฐนันท์ รถทอง และ มรกษ์ เลิศวิสัย. (2564). ภาวะผู้นำดิจิทัลของครูโรงเรียนเทศบาลบ้านสามกอง อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต. *Journal of Roi Kaencam Academi*, 6(11), 223-234.
- รุ่งฤดี ศิริ,ชาญวิทย์ หาญรินทร์ และ วัชรีย์ แซงบุญเรือง. (2565). สภาพความต้องการจำเป็นและแนวทางการพัฒนาทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต1. *วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 12 (3), 1-16.
- รุจาภรณ์ ลักษณะดี. (2565). *ภาวะผู้นำการดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาในสหวิทยาเขตบ้านบึง 1 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชลบุรี เขต 1*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกริก).
- วันชัย สุขตาม, จิรายุ ทรัพย์สิน และ สุรศักดิ์ ชะมา. (2562). การเสริมสร้างความสามารถภาวะผู้นำดิจิทัลที่จำเป็นสำหรับผู้บริหารท้องถิ่นในยุคเปลี่ยนผ่านสู่สังคมดิจิทัล. *วารสารการจัดการและพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏทีปุลยสงคราม*, 1(2), 63-75.
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2. (2564). *รายงานผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของสำนักงานเขตพื้นที่ศึกษาออนไลน์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563*. ชัยภูมิ. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2566. จาก <https://www.cpn1.go.th/2021/?p=15129>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2562). *สำนักงาน ก.พ.ร. เผยแพร่ผลการพัฒนาแนวทางการให้บริการของภาครัฐ และทิศทางการพัฒนาการให้บริการแบบดิจิทัล*. สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2566, จาก <http://www.opdc.go.th/content/NTcww>.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). *แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2560-2579*. กรุงเทพฯ: บริษัทพริกหวานกราฟฟิค จำกัด.
- สุวิมล ว่องวานิช. (2550). *การวิจัยประเมินความต้องการจำเป็น*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Krejcie,R.V.& Morgan.D.W. (1970). “Determining Sample Size for Research Activities,” *Educational and Psychological Measurement*. 30(1) :607-610.
- Polly, D. (2010). *Preparing teachers to integrate technology effectively: The case of higherorder thinking skills (HOTS)*. Chapter to appear in S. D’Augustono (Ed.).
- Sullivan, L. (2017). *O ckillc every dinital leader need*. Available form :<https://www.cmswire.com/dicital-workplace/8-skills-everydicital-leaderneeds>.

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

กรณีศึกษา: เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่- ห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

Guidelines For Promoting Ecotourism: A Case Study of Nomination of Thung Yai

– Huai Kha Khaeng Wildlife Sanctuary, Uthai Thani Province

บุญญ์นรินทร์ อังศุธีรกุล¹ สิริพร ดงสิงห์² พศวรรตร์ วริพันธ์³ และเสาวนีย์ สมันต์ตรีพร⁴

Poonnirun Aungsutheerakul¹ Siriporn Dongsing² Phasavat Wariphan³ and

Saowanee Samantreeporn⁴

^{1,2,3}คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

⁴ผู้อำนวยการหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

^{1,2,3}Faculty of Liberal Arts Bangkokthonburi University

⁴Doctor of Philosophy Program in Business Administration Southeast Asia University

อีเมล: Poonnirun9999@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

24 พฤศจิกายน 2565

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised)

18 มกราคม 2566

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

28 มีนาคม 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่ - ห้วยขาแข้ง อุทัยธานี 2) เพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และ 3) เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะ และอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เขต รักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่-ห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ กลุ่มตัวอย่างเป็น นักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งชายและหญิงที่เดินทางไปเยี่ยมชมเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่ - ห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี แต่ละกลุ่มมีจำนวน 200 คน . เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์กลุ่ม เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ทางสถิติ เช่น ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าทางสถิติที่จะพิจารณาในการแจกแจงแบบ T ค่าทางสถิติที่จะพิจารณาในการแจกแจงแบบ F นัยสำคัญทางสถิติ (sig) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างซึ่งมีจำนวนเพศชายและเพศหญิงเท่ากัน มีอายุระหว่าง 36 – 45 ปี และจบการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,000 - 25,000 บาท โดยรวม นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ ที่มาเที่ยวเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่ - ห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี มีความพอใจในความปลอดภัย รองลงมาคือ การเดินทาง อาหารและเครื่องดื่ม การบริการของพนักงาน ที่พัก ที่ทิ้งขยะ ห้องน้ำ

และของฝาก ตามลำดับ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากร เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีพฤติกรรมความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่แตกต่างกัน ดังนั้นผลการสัมภาษณ์ในเรื่องของ ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะสามารถสรุป เป็นแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่ - ห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี ดังนี้ 1) เพิ่มทางเลือกในการสำรวจ ระบบ นิเวศภายในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า 2) เพิ่มพื้นที่กางเต็นท์ พื้นที่ทิ้งขยะและห้องน้ำ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว แต่ต้องเน้นเรื่องการทำให้ ระบบนิเวศในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเสียหาย น้อยที่สุด 3) ปรับภูมิทัศน์ภายในพื้นที่ที่ขายสินค้าและบริการ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้มาเยี่ยมชมสถานที่ มากขึ้น 4) มีการรณรงค์เพื่อสร้างจิตสำนึกให้กับนักท่องเที่ยวในการดูแล เอาใจใส่สิ่งแวดล้อม ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้มีความสะอาด สวยงาม และยั่งยืน และ 5) พัฒนาการวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว การตลาดเชิงสื่อสารเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น ซึ่งจะสามารถสร้างงาน สร้าง อาชีพ ให้คนในชุมชนในพื้นที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่-ห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

คำสำคัญ: แนวทางการส่งเสริม, การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์, เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า

ABSTRACT

The purposes of the research were 1) to study the guidelines for promoting ecotourism, Thung Yai Wildlife Sanctuary-Huai Kha Khaeng, Uthai Thani Province, 2) to investigate the opinions of Thai tourists towards ecotourism, and 3) to study the recommendations and ecotourism obstacles, Thung Yai Wildlife Sanctuary - Huai Kha Khaeng, Uthai Thani Province as a way to effectively promote tourism. The sample were 200 Thai tourists who traveling to Thung Yai Wildlife Sanctuary Huay Kha Khaeng, Uthai Thani Province. The research instruments were the questionnaire and the group interview. The statistic used were mean, percentage and standard deviations, T-Score; f-distribution; statistical significance (sig); and one-way analysis of variance.

The results showed that the sample groups were 36-45 years old males and females which graduated in bachelor's degree level. Their monthly income was between 15,000 - 25,000 baht. Generally, most Thai tourists who visiting Thung Yai Wildlife Sanctuary- Huai Kha Khaeng, Uthai Thani Province were mostly satisfied with safety, travelling, food and beverage, staff services, accommodation, garbage disposal, toilets and souvenirs respectively. The Thai tourists with demographic characteristics such as gender, age, educational level and different monthly

incomes showed consumer behaviors and satisfaction towards ecotourism statistically significant at the 0.05 level which was not different from each other. Therefore, their interview results, problems, obstacles and recommendations could be summarized as guidelines for promoting ecotourism at Thung Yai-Wildlife Sanctuary- Huai Kha Khaeng, Uthai Thani Province as follows; 1) to increase the option of exploring the ecosystem within the wildlife sanctuary, 2) to increase the area for camping, the area for garbage disposal, and toilets for accommodating the tourists. However, there must be focusing on causing of the least damage to the ecosystem in the wildlife sanctuary, 3) to adjust the landscape within the area where goods and services are sold in order to attract more tourists to visit the place, 4) to have a campaign for raising tourists awareness on the environment, and maintain clean, beautiful and sustainable environment in ecotourism sites, and 5) to develop tourism strategic plan and market communications to attract more tourists which creating jobs and careers for people in the community of Thung Yai Wildlife Sanctuary Huai Kha Khaeng, Uthai Thani Province.

Keywords: Guidelines for Support, Ecotourism, Wildlife Sanctuary

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นแนวความคิดที่เพิ่งปรากฏขึ้นเมื่อไม่นานมานี้ และยังมีการใช้คำภาษาอังกฤษอื่น ๆ ที่ให้ความหมายเช่นเดียวกัน ที่สำคัญได้แก่ Nature Tourism, Biotourism, Green Tourism เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวดังกล่าวล้วนแต่เป็นการบ่งบอกถึง การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ซึ่งจากการประชุม Globe 1990 ณ ประเทศแคนาดาได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยว แบบยั่งยืนว่า "การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวน รักษาโอกาสต่าง ๆ ของอนุชนรุ่นหลังด้วย การท่องเที่ยวนี้มีความหมายรวมถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจสังคม และความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศด้วย" โดยมีลักษณะที่สำคัญคือ เป็นการท่องเที่ยว ที่ดำเนินการภายใต้ขีดจำกัดความสามารถของธรรมชาติ และต้องตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชากร ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี ที่มีต่อขบวนการท่องเที่ยว อีกทั้งต้องยอมรับให้ประชาชนทุกส่วนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียม กัน และต้องขึ้นนำภายใต้ความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่นและชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อม แห่งประเทศไทย, 2539)

จังหวัดอุทัยธานีได้มีการกำหนดวิสัยทัศน์ และเป้าหมายการพัฒนาภายใต้แนวคิด “อุทัยธานี ก้าวไปด้วยกัน Uthaitan i go together ” เพื่อร่วมกำหนดทิศทาง ภารกิจ และเป้าหมายการทำงานที่ชัดเจนด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมจากทุกภาคีการพัฒนาทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด ภายใต้เป้าหมายการพัฒนา “ เมืองท่องเที่ยวเชิงนิเวศเกษตรปลอดภัย สังคมอุทัยผาสุก ” เป้าหมายการพัฒนารวม 1) การเติบโตทางเศรษฐกิจภาคเกษตรและการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 2) แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และบริการด้านการท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาได้มาตรฐาน และมีความปลอดภัย 3) ผลผลิตการเกษตร เกษตรแปรรูปมีคุณภาพปลอดภัย มูลค่าผลผลิตเพิ่มขึ้น 4) ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความมั่นคงและปลอดภัยในการดำรงชีวิตและเข้าถึงสวัสดิการภาครัฐที่มีคุณภาพอย่างทั่วถึง และ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน มีความสมดุลรองรับการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ (ณรงค์ รักษ์รอย, 2562)

เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร-ห้วยขาแข้ง คือแหล่งมรดกโลกทางธรรมชาติของประเทศไทย ประกอบด้วยเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าสองเขต ได้แก่ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวรและเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง ตั้งอยู่ในจังหวัดอุทัยธานี ตาก และกาญจนบุรี ทางตะวันตกของประเทศใกล้กับชายแดนประเทศพม่าครอบคลุมพื้นที่ 622,200 เฮกตาร์ เป็นพื้นที่อนุรักษ์ที่ใหญ่ที่สุดในคาบสมุทรอินโดจีน เป็นพื้นที่ป่าที่สามารถเข้าถึงได้น้อยที่สุดและเป็นบริเวณที่รบกวนน้อยที่สุดของประเทศ โดยสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมขนาดใหญ่ร้อยละ 77 (โดยเฉพาะช้างและเสือ) นกขนาดใหญ่ร้อยละ 50 และสัตว์มีกระดูกสันหลังบกร้อยละ 33 ที่พบในภูมิภาคสามารถพบได้ในแหล่งมรดกโลกแห่งนี้ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร-ห้วยขาแข้งได้ขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลกเมื่อปี พ.ศ. 2534 ในการประชุมคณะกรรมการมรดกโลกสมัยสามัญครั้งที่ 15 ที่เมืองคาร์เทจ ประเทศตูนีเซีย โดยผ่านข้อกำหนดและหลักเกณฑ์ในการพิจารณาให้เป็นแหล่งมรดกโลก ดังนี้ เป็นแหล่งที่เกิดจากปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์หายากหรือสวยงามเป็นพิเศษ เช่น แม่น้ำ น้ำตก ภูเขา เป็นตัวอย่างที่เด่นชัดในการเป็นตัวแทนของกระบวนการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญทางธรณีวิทยาหรือวิวัฒนาการทางชีววิทยา และปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์ต่อสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติที่กำลังเกิดอยู่ เช่น ภูเขาไฟ เกษตรกรรมขั้นบันได เป็นถิ่นที่อยู่อาศัยของชนิดสัตว์และพันธุ์พืชที่หายากหรือที่ตกอยู่ในสภาวะอันตราย แต่ยังคงสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ ซึ่งรวมถึงระบบนิเวศอันเป็นแหล่งรวมความหนาแน่นของพืชและสัตว์ที่ทั่วโลกให้ความสนใจด้วย โดยได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลกพร้อมกันกับนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาและเมืองประวัติศาสตร์สุโขทัยและเมืองบริวาร และเป็นแหล่งมรดกโลกทางธรรมชาติแห่งแรกของประเทศไทย (UNESCO World Heritage Centre, 2560)

ทางกลุ่มผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพในการพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และสิ่งแวดล้อมให้เอื้อต่อการส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นประโยชน์และเป็นแนวทางให้กับเจ้าหน้าที่อุทยาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องใน

พื้นที่ได้นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์เพื่อพัฒนาเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่-ห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานีให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ต่อไป

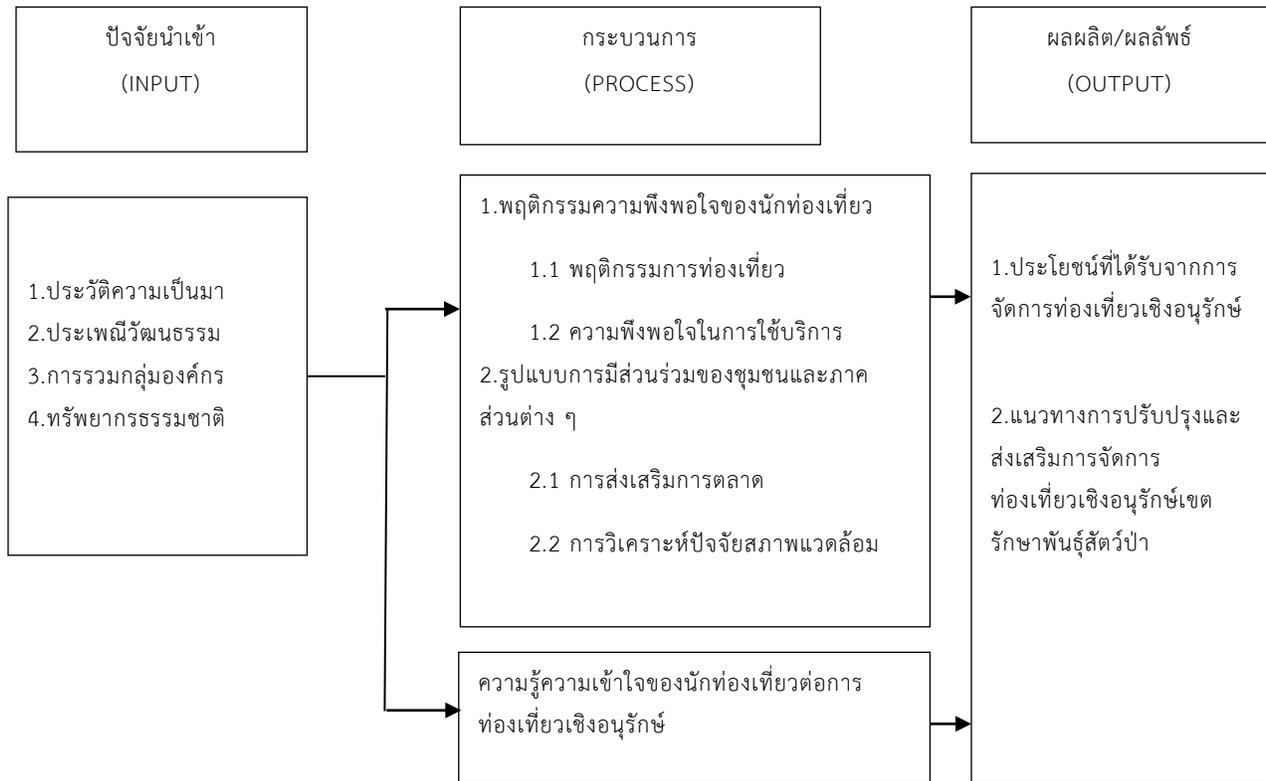
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่-ห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี
2. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะ และปัญหา อุปสรรค ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่-ห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี
3. เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่-ห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี
4. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมระดับความพึงพอใจต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่- ห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

สมมติฐานการวิจัย

นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนที่มีความแตกต่างกัน มีพฤติกรรมความพึงพอใจต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่-ห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานีที่มีความแตกต่างกัน

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร-ห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี โดยจากข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร-ห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี ผู้วิจัยจึงใช้ประชากรกลุ่มนี้มาคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรโดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% ความคลาดเคลื่อนที่ $\pm 5\%$ ดังสูตรของ (Cochran, 1977) ได้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 400 คน ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับอัตราส่วนระหว่างชายและหญิงจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมดจะได้เป็น 1 : 1 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด แบ่งเป็นการเก็บแบบสอบถามจากผู้ชาย จำนวน 200 ชุด และผู้หญิงจำนวน 200 ชุด ในบริเวณพื้นที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร-ห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

2. กลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพที่ผู้วิจัยใช้ในการวิจัย คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ (Stakeholder) กับการท่องเที่ยวเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร จังหวัดอุทัยธานี ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ (Key Informant) เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร จำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) เจ้าหน้าที่รัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร จังหวัดอุทัยธานี 2) ผู้ประกอบการในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร จังหวัดอุทัยธานี 3) ชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร จังหวัดอุทัยธานี กลุ่มละ 10 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล เครื่องมือวิจัยที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) มีดังต่อไปนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บข้อมูลจากสถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร จังหวัดอุทัยธานี แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 4 ข้อ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-Ended Question) ชนิดตรวจสอบรายการ (Check List) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร จังหวัดอุทัยธานีจำนวน 17 ข้อ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-Ended Question) ชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามหลักของ Likert โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์ ประเภทการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) ในรูปแบบการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเก็บข้อมูลกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร โดยกำหนดประเด็นแนวคำถามในแบบสัมภาษณ์เป็น 4 ตอน ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบสัมภาษณ์
2. ข้อมูลด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร จังหวัดอุทัยธานี
3. ข้อมูลด้านแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
4. ข้อมูลด้านปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการมีส่วนร่วมกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร จังหวัดอุทัยธานี

โดยขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัยผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาเอกสารงานวิจัยในเรื่องหลักการสร้างแบบสอบถาม และการกำหนดกรอบแนวคิดในงานวิจัย
2. ศึกษาเอกสารข้อมูลจากหนังสือ บทความผลงานวิจัยทางการท่องเที่ยวเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างข้อคำถามในแบบสอบถามงานวิจัย
3. กำหนดประเด็นและขอบเขตแบบสอบถาม ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ประโยชน์และกรอบแนวคิดของงานวิจัย
4. สร้างแบบสอบถามฉบับร่างขึ้นและทำการทดสอบความเที่ยงตรง ด้วยการนำแบบสอบถามไปหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิและความเชี่ยวชาญพิจารณาจำนวน 5 ท่าน และได้ปรับปรุงก่อนนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ กับกลุ่มตัวอย่างโดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC)
5. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามที่ได้จากการตรวจสอบให้ถูกต้องแล้วนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่จริง 30 ชุด
6. นำแบบสอบถามที่ได้จากการทดลองใช้ มาทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นเพื่อหาค่าของข้อคำถามที่สามารถนำไปใช้ได้และเป็นที่ยอมรับ โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ให้ได้ค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป จากการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับอยู่ที่ 0.95 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้จึงได้นำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บข้อมูลต่อไป
7. จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์แล้วนำไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด โดยใช้ในเดือนพฤศจิกายน 2564 ในการเก็บข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่งคือ ข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิโดยศึกษาและอ้างอิงจากแนวคิด ทฤษฎี บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามกรอบแนวคิดงานวิจัย

1. ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นถึงแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากเจ้าหน้าที่ภายในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร หัวหน้าชุมชน และผู้ประกอบการรวมถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยเป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ระหว่างการลงพื้นที่เก็บข้อมูลและร่วมกิจกรรมในพื้นที่ ข้อมูลจากแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมด้วยตนเอง โดยพิจารณาตามความเหมาะสมและความพร้อมของผู้ให้ข้อมูลเป็นสำคัญ

2. ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ข้อมูลจากเอกสาร บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องตลอดจนแหล่งข้อมูลข่าวสารจากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือของข้อมูลและเพื่อเป็นการเพิ่มองค์ความรู้เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัยของผู้วิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงปริมาณ เป็นข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากแบบสอบถามด้วยการหาค่าเฉลี่ยจำนวน และร้อยละ นำเสนอเป็นข้อมูลเชิงวิเคราะห์และข้อมูลเชิงพรรณนา สำหรับสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานในการวิเคราะห์ จะใช้ในการทดสอบค่าโดยใช้ Independent t-test และ ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way Anova) และทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95%

ข้อมูลเชิงคุณภาพ เป็นข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์เชิงลึกโดยข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ภายในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูเขียว ผู้นำชุมชน และผู้ประกอบการรวมถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์เป็นข้อมูลเชิงพรรณนา

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คนเป็นเพศชายและเพศหญิงจำนวน 200 คนเท่ากัน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 36 – 45 ปีคิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมาคืออายุระหว่าง 26 – 35 ปีคิดเป็นร้อยละ 31.25 ระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 57.50 รองลงมาคือต่ำกว่าปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 44.75 รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,001 – 25,000 คิดเป็นร้อยละ 47.50 รองลงมาคือมีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.50

ตารางที่ 1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่ – ห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับที่
1. ด้านที่พัก	3.24	0.81	ปานกลาง	5
2. ด้านห้องสุขา	3.12	0.91	ปานกลาง	7
3. ด้านอาหารและเครื่องดื่ม	4.20	0.76	มาก	3
4. ด้านของที่ระลึก	3.02	0.74	ปานกลาง	8
5. ด้านการบริการของเจ้าหน้าที่	3.74	0.81	มาก	4
6. ด้านการเดินทาง	4.46	0.75	มากที่สุด	2
7. ด้านความปลอดภัย	4.61	0.72	มากที่สุด	1
8. ด้านที่ทิ้งขยะ	3.20	0.76	ปานกลาง	6
ภาพรวม	3.69	0.78	มาก	

จากตารางที่ 1 พบว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่ – ห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี ในแต่ละด้านนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยจัดลำดับค่าเฉลี่ยไว้ดังนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในด้านความปลอดภัยมากที่สุด รองลงมาคือด้านการเดินทางและด้านที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือด้านของที่ระลึก

ผลการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ (Key Informant) เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ภายในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่ – ห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี จำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) เจ้าหน้าที่รัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่-ห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี 2) ผู้ประกอบการในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่-ห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี 3) ชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่-ห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี กลุ่มละ 10 คนโดยทุกกลุ่มได้แสดงความคิดเห็นแนวทางการมีส่วนร่วมเหมือนกันว่า ควรเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยวภายในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่ – ห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี ยกตัวอย่างเช่น การให้นักท่องเที่ยวสามารถเพิ่มทางเลือกในการสำรวจ ศึกษาระบบนิเวศภายในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า และ เพิ่มพื้นที่สำหรับกางเต็นท์ พื้นที่สำหรับทิ้งขยะและห้องน้ำสุขาไว้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวแต่ต้องทำเป็นแนวทางในการให้ความสำคัญในเรื่องของการสร้างความเสียหายกับระบบนิเวศภายในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าให้น้อยที่สุด

การมีส่วนร่วมในการจัดการข้อเสนอแนะในเรื่อง ปัญหา อุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่ – ห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี เนื่องจากการป้องกันไม่ให้ระบบนิเวศเสียหายและคงรักษาสภาพความอุดมสมบูรณ์ในทรัพยากรธรรมชาติให้ได้มากที่สุด ในเรื่องของที่พัก ร้านอาหารและระบบ

สาธารณูปโภคต่าง ๆ จึงมีจำนวนจำกัดภายในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าจึงมีจำนวนจำกัด เพื่อไม่ให้ลูก้าพื้นที่ป่า และเป็นการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวไม่ให้มีจำนวนมากจนเกินไป และสิ่งสำคัญที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่ - ห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี คือ กฎเกณฑ์และข้อปฏิบัติ เพื่อลดความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุและอันตรายที่จะเกิดขึ้นกับตัวนักท่องเที่ยว ส่วนทางด้านของผู้ประกอบการไม่มีปัญหาหรืออุปสรรคใด ๆ

ในเรื่องข้อเสนอแนะการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่ - ห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี ดังต่อไปนี้ 1) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาทำการปรับปรุงทัศนียภาพในพื้นที่ที่มีการจำหน่ายสินค้าและบริการ เพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น 2) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีแคมเปญการสร้างจิตสำนึกให้กับนักท่องเที่ยว และความร่วมมือของคนในชุมชนให้มีความห่วงใยและ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ช่วยกันดูแลสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ให้มีความสะอาด สวยงามและ ยั่งยืน 3) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการพัฒนาการวางแผนยุทธศาสตร์ทางการท่องเที่ยว การสื่อสารการตลาด มีการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น 4) สร้างภาพลักษณ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพให้กับคนในชุมชนบริเวณเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่ - ห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี ให้มีรายได้ที่ยั่งยืน

ผลสรุปการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีความแตกต่างกัน มีพฤติกรรมความพึงพอใจต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่-ห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานีที่มีความแตกต่างกันโดยทดสอบความแตกต่างด้วย T-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA or F-test โดยนักท่องเที่ยวที่ลักษณะด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีพฤติกรรมความพึงพอใจต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูเขียว จังหวัดชัยภูมิที่ไม่แตกต่างกัน โดยแสดงความสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์และ พฤติกรรมความพึงพอใจต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่-ห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี ดังในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่และ พฤติกรรมความพึงพอใจต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นายูง-ห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์			
	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	รายได้
1. ด้านที่พัก	X			X
2. ด้านห้องสุขา	X	X	X	X
3. ด้านอาหารและเครื่องดื่ม	X	X	X	X
4. ด้านของที่ระลึก		X	X	
5. ด้านการบริการของเจ้าหน้าที่	X	X	X	
6. ด้านการเดินทาง				X
7. ด้านความปลอดภัย	X		X	X
8. ด้านที่ทิ้งขยะ		X		X
ภาพรวม	ไม่	ไม่	ไม่	ไม่
	ต่างกัน	ต่างกัน	ต่างกัน	ต่างกัน

หมายเหตุ: กำหนดให้เครื่องหมาย แทนข้อที่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ เครื่องหมาย X แทนข้อความที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษา : เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นายูง-ห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี มีประเด็นสำคัญที่ผู้วิจัยสามารถนำมาอภิปรายผลดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว พบว่า ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยที่ 3.69 โดยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเรียงลำดับจากพึงพอใจมากที่สุดไปน้อยที่สุดดังนี้ ด้านความปลอดภัยมากที่สุด รองลงมาคือด้านการเดินทาง อาหารและเครื่องดื่ม การบริการของเจ้าหน้าที่ ที่พัก ที่ทิ้งขยะ ห้องสุขาและของที่ระลึก มีค่าเฉลี่ย 4.61 4.46 4.20 3.74 3.24 3.20 3.12 และ 3.02 ตามลำดับ โดยความสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่และ พฤติกรรมความพึงพอใจต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นายูง-ห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุกด้านซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐวัฒน์ แสงภูเขียว (2563) เรื่องการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในอำเภอเขาแก้ว จังหวัดเพชรบูรณ์ ที่ว่าผลการเปรียบเทียบระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยใช้องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา

สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือนพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ มีระดับความต้องการใช้องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุกด้าน

2. ประเด็นความรู้เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อยู่ในระดับมาก การประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวมีจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ อยู่ในระดับมาก มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐวัฒน์ แสงภูเขียว (2563) ในเรื่องระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยใช้องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านกิจกรรมและกระบวนการอยู่ในระดับมาก ได้แก่ 1) การประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวมีจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ 2) ควรมีการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ และให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญญ์ วรวัฒน์, สัญญา เคนาภูมิ และเสาวลักษณ์ โภคลภิตติอัมพร (2562) ที่พบว่าปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เป็นการส่งเสริมการตลาดอย่างหนึ่ง เพื่อสื่อสารให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและนำไปบอกต่อแก่บุคคลอื่น 3) การส่งเสริมความรู้ของทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว โดยสาเหตุมาจากการได้รับข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์ จากช่องทางต่าง ๆ โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ที่ถือว่าเป็นช่องทางที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้ในการรับสารมากที่สุด 4) สร้างภาพลักษณ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพรรณรัตน์ เจริญรัตน์ และ ศิริเพ็ญ ดาบเพชร (2563) ที่กล่าวว่าพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวควรพัฒนา 3 ด้าน ได้แก่ การสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

3. ข้อเสนอแนะและ ปัญหาอุปสรรคของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่ - ห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี เนื่องจากการป้องกันไม่ให้ระบบนิเวศเสียหายและคงรักษาสภาพความอุดมสมบูรณ์ในทรัพยากรธรรมชาติให้ได้มากที่สุด ในเรื่องของที่พัก ร้านอาหารและ ระบบสาธารณูปโภคต่างๆ จึงมีจำนวนจำกัดภายในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าจึงมีจำนวนจำกัด เพื่อไม่ให้รุกรานพื้นที่ป่า และเป็นการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวไม่ให้มีจำนวนมากจนเกินไป และสิ่งสำคัญที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่ - ห้วยขาแข้ง จังหวัดอุทัยธานี คือ กฎเกณฑ์และข้อปฏิบัติ เพื่อลดความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุและอันตรายที่จะเกิดขึ้นกับตัวนักท่องเที่ยว ปัญหาอุปสรรคสำหรับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หน่วยงานขาดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ทำให้ประชาชนบางส่วนยังไม่ตระหนักถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อม รวมถึงขาดงบประมาณสนับสนุนจากทางภาครัฐ ควรจะมีการจัดตั้งคณะกรรมการเฉพาะเรื่องการจัดการเชิงอนุรักษ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นรูปธรรม เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืน ในด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อลดปัญหาและอุปสรรค ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ทิพย์สุดา พุฒจรัส (2560) ระบุว่านักท่องเที่ยวโดยชุมชนที่คนในชุมชน

ซึ่งเป็นเจ้าของทรัพยากรเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ด้วยการนำเอาทรัพยากรที่อยู่ในชุมชน ไม่ว่าจะเป็นธรรมชาติประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตและวิถีการผลิตของชุมชนมาใช้เป็นต้นทุนในการดำเนินการการท่องเที่ยวเพื่อเป็นเครื่องมือพัฒนาคุณภาพชีวิตและศักยภาพของคนในชุมชน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปประยุกต์ใช้

ข้อเสนอแนะในการนำไปประยุกต์ใช้โดยผลที่ได้จากงานวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวภายในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร จังหวัดอุทัยธานีหรือ เขตอื่น ๆ ได้ โดยนำเอาผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ประเด็นความรู้เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ข้อเสนอแนะและ ปัญหาอุปสรรคของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ประสบความสำเร็จและยั่งยืนต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการทำวิจัยเรื่อง แนวทางพัฒนาแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ในจังหวัดอุทัยธานี

เอกสารอ้างอิง

ณรงค์ รักร้อย. (2562). นโยบาย และแนวทางการขับเคลื่อนภารกิจสำคัญ จังหวัดอุทัยธานี.

สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2564, จาก <http://www.uthaithani.go.th/>

ณัฐวัฒน์ แซงภูเขียว. (2563). การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในอำเภอเขาฉกรรจ์ จังหวัดเพชรบูรณ์.

วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 10(3), 265-278.

ทิพย์สุดา พุฒจรรย์. (2560). การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน. กรุงเทพมหานคร:

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ธัญญ์ วรวัฒน์, สันญา เคนาภูมิ และ เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งของ

ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีในจังหวัดนครราชสีมา. วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 9(2), 71-80.

พรรษรัตน์ เจริญรัตน์ และ ศิริเพ็ญ ดาบเพชร. (2563). แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ทหาร กรณีศึกษา โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า จังหวัดนครนายก. เอกสารสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต ประจำปี 2563, วันที่ 1 พฤษภาคม 2563. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรังสิต

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อม แห่งประเทศไทย. (2539). *นิยามและความหมายการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์*. สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2564, จาก <http://www.dnp.go.th/>

Cochran, W.G.. (1977). *Sampling Techniques* (3rd Edition). New York: John Wiley & Sons.

UNESCO World Heritage Centre (2560). *Nomination of The Thung Yai – Huai Kha Khaeng Wildlife Sanctuary*. Retrieved 15 January 2021 from <https://whc.unesco.org/>

การพัฒนาแบบวัดความฉลาดทางสังคมสำหรับนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตอ่างทอง

The Development of a Social intelligence Scale for Students in the Faculty of Education, Thailand National Sports University, AngThong Campus

สาคร เพ็ชรสีม่วง

Sakorn Petchseemuang

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตอ่างทอง

Faculty of Education, Thailand National Sports University, AngThong Campus

อีเมล: skpetch@hotmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised)

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

17 กุมภาพันธ์ 2565

18 ธันวาคม 2565

28 มีนาคม 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างและตรวจสอบคุณภาพของแบบวัดความฉลาดทางสังคมสำหรับนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตอ่างทอง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตอ่างทอง ปีการศึกษา 2563 จำนวน 359 คน จากกลุ่มประชากรทั้งหมด เครื่องมือวิจัยคือแบบวัดความฉลาดทางสังคมมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ วิเคราะห์โดยการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ค่าอำนาจจำแนก ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง และความเชื่อมั่น ผลการวิจัย พบว่า แบบวัดความฉลาดทางสังคม จำนวน 30 ข้อ มีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.60 – 1.00 มีค่าอำนาจจำแนก อยู่ระหว่าง 2.32 – 11.13 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และคำถามทุกข้อมีค่าสหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนของข้อคำถามแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้อที่เหลือ (CITC) มีค่าระหว่าง 0.21 – 0.70 และเมื่อผู้วิจัยคัดเลือกข้อคำถามโดยพิจารณาข้อคำถามที่มีค่า CITC มากกว่า 0.40 และในแต่ละองค์ประกอบต้องมีจำนวนข้อคำถามตั้งแต่ 4 ข้อขึ้นไปซึ่งมีความครอบคลุมนิยามปฏิบัติการในแต่ละองค์ประกอบตามที่ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ขึ้นมา จำนวน 24 ข้อ มีค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 6.50 – 13.53 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และคำถามทุกข้อมีค่า CITC อยู่ระหว่าง 0.34 – 0.65 มีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปรากฏว่าโมเดลกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($\chi^2 = 1.21$; $df = 4$; $P = 0.88$; $GFI = 1.00$; $AGFI = 0.99$; $RMSEA = 0.02$; $RMR = 0.04$) โดยในแต่ละด้านมีค่าความเชื่อมั่น (α) ระหว่าง 0.85 – 0.86

คำสำคัญ: ความฉลาดทางสังคม, การวิเคราะห์องค์ประกอบ, มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

ABSTRACT

The objective of this research was to develop a social intelligence scale for students in the Faculty of Education, Thailand National Sports University, AngThong Campus. The sample group comprised students in the Faculty of Education, Thailand National Sports University, AngThong Campus during academic Year 2020. Included were 359 people from all population groups. The instrument was a social intelligence questionnaire with items measured on a 5 point Likert scale. The quality of the test was examined by content validity, discriminating powers, construct validity and reliability. The results of the research found that thirty-one items on the social intelligence scale had content validity index (IOC range from 0.60 to 1.00). The discriminating powers ranged from 2.32 – 11.13 and were statistically significant at 0.05, while the Corrected Item-Total Correlation (CITC) ranged between 0.21 – 0.70. For the discriminating powers of the social intelligence scale, twenty-four items ranged from 6.50 – 13.53 and were statistically significant at 0.05, while the Corrected Item-Total Correlation ranged from 0.34 – 0.65. The confirmatory factor analysis that was created fit the empirical data ($\chi^2 = 1.21$; $df = 4$; $P = 0.88$; $GFI = 1.00$; $AGFI = 0.99$; $RMSEA = 0.02$; $RMR = 0.04$). The reliability of the social intelligence scale analyzed by Cronbach's coefficient alpha for each trait ranged from 0.85 – 0.86,

Keywords: Social intelligence, Factor analysis, Thailand National Sports University

บทนำ

ปัจจุบันโลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทุกมิติทั้งทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และเทคโนโลยี ซึ่งส่งผลให้สังคมไทยมีการเปลี่ยนแปลงไปเป็นอย่างมาก สภาพของสังคมมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น บุคคลมีความจำเป็นต้องติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลอื่นมากขึ้น ทำให้เราต้องรู้จักปรับตัวเพื่อให้เข้ากับสภาวะความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเพื่อความอยู่รอดในสังคม การที่บุคคลสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นได้ดีย่อมทำให้การทำงานหรือการดำเนินชีวิตในสังคมอย่างมีความสุข ฉะนั้นการใช้ชีวิตในสังคมให้มีความสุข มีความกลมกลืน และขณะเดียวกันก็สามารถทำงานร่วมกับคนอื่นในสังคมได้ จึงเป็นสิ่งที่ควรให้ความสนใจ (Goleman, 2006)

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตอ่างทอง เป็นสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาแห่งหนึ่งในภาคกลางของประเทศไทย เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้เข้ามาปรับวิถีชีวิต และวิถีการแสวงหาความรู้ให้เต็มศักยภาพ จัดการศึกษาสอดคล้องเจตนารมณ์การจัดการศึกษาของประเทศไทยในปัจจุบันโดยมีจุดมุ่งหมายของการศึกษาที่

มุ่งให้ผู้เรียนเป็นคนดี คนเก่งและมีความสุข เพราะเป็นคนที่เก่งอย่างเดียวแต่มีปัญหาในการเข้าสังคม ไม่สนใจบุคคลหรือสังคมที่อยู่รอบด้าน จะไม่สามารถจัดการกับชีวิตของตนและปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อมไม่ได้ ทำให้เกิดปัญหามากมาย อีกทั้งกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาของประเทศไทย (ฝ่ายวิชาการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยขอนแก่น อ้างถึงใน พรสวรรค์ ชัยมีแรง, 2564) กำหนดว่า ในการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา เมื่อเรียนจบในรายวิชาหรือหลักสูตรนั้น ผู้เรียนต้องมีทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ (Interpersonal Skills and Responsibility) มีความสามารถในการไวต่อความรู้สึกของผู้อื่น มีความสามารถในการทำงานเป็นกลุ่ม แสดงถึงภาวะผู้นำมีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม ซึ่งลักษณะดังกล่าวเป็นลักษณะของความฉลาดทางสังคมนั่นเอง

ความฉลาดทางสังคม มาจากคำว่า Social Intelligence เป็นความฉลาดด้านหนึ่งของบุคคลตามแนวคิดของ Thorndike (1920) โดยกล่าวไว้ว่า ความฉลาดทางสังคม เป็นความสามารถของบุคคลในการเข้าใจผู้อื่น และการบริหารจัดการผู้คนเกี่ยวกับการสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลทั่วไปได้อย่างชาญฉลาด สอดคล้องกับ ธัญญา ผลอนันต์ และจุไรพร วิสุทธิกุลพาณิชย์ (2551) กล่าวว่า เขียนเรื่องพหุปัญญา แบ่งความฉลาดของบุคคลออกเป็น 9 ด้าน ความฉลาดทางสังคมถือเป็นหนึ่งในพหุปัญญา โดยความฉลาดทางสังคม เป็นความฉลาดด้านที่สำคัญที่สุดเพราะความฉลาดทางสังคม รวมความสามารถในการใช้ความฉลาดด้านอื่น ๆ ทุกด้านในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นเพื่อความอยู่รอดและความสำเร็จในชีวิต ดังที่ Albrecht (2006) กล่าวว่า บุคคลที่มีความฉลาดทางสังคมสูงจะมีพฤติกรรมที่ทำให้บุคคลอื่นรู้สึกว่าคุณค่า มีความสามารถ ได้รับความรัก ความชื่นชม เช่นเดียวกับที่ Babu (2007) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางสังคมกับความก้าวร้าวของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในประเทศอินเดีย พบว่า นักเรียนที่มีความฉลาดทางสังคมสูงจะมีความก้าวร้าวต่ำ ส่วนนักเรียนที่มีความฉลาดทางสังคมต่ำจะมีความก้าวร้าวสูง สอดคล้องกับ Albrecht (2006) ที่ได้กล่าวไว้ว่า บุคคลที่มีความฉลาดทางสังคมสูงจะมีพฤติกรรมที่ทำให้บุคคลอื่นรู้สึกว่าคุณค่า มีความสามารถ ได้รับความรัก ความชื่นชม และ พสุ เตชะรินทร์ (2549) ได้กล่าวว่า ความฉลาดทางสังคมเป็นทักษะหนึ่งที่ต้องเร่งเสริมสร้างให้กับคนในสังคม เพราะสังคมไทยในปัจจุบันเป็นสังคมที่ต้องแข่งขันกันมาก ทำให้สนใจบุคคลรอบ ๆ ตัวน้อยลงแต่สนใจในตัวเองมากขึ้น มักจะพูดหรือแสดงออกอย่างไม่ถูกกาลเทศะ ก้าวร้าวทำให้บุคคลอื่นเดือดร้อน ไม่สบายใจ ปัญหาเหล่านี้เกิดจากที่บุคคลมีความฉลาดทางสังคมนั่นเอง แต่ถ้ามีความฉลาดทางสังคม เข้าใจความรู้สึกของบุคคลอื่น ยอมรับในกฎ กติกาของส่วนรวม ก็จะสามารถอยู่และทำงานร่วมกับบุคคลอื่นในสังคมได้อย่างสันติสุข

จากที่กล่าวมาข้างต้นความฉลาดทางสังคม (Social Intelligence) ถือว่ามีความสำคัญต่อการทำงาน ซึ่งจะเห็นได้ว่าหน่วยงานต่าง ๆ เริ่มให้ความสนใจเกี่ยวกับเรื่องความฉลาดทางสังคมมากขึ้น เพราะถ้าบุคคลมีแต่ความรู้ความสามารถทางด้านสติปัญญาเพียงอย่างเดียวแต่ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ไม่สามารถทำงานร่วมกับบุคคลอื่นได้ ไม่มีความรับผิดชอบ ไม่สนใจผู้อื่น อาจจะทำให้การประกอบอาชีพของบุคคลนั้นๆ ไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร

หรืออาจส่งผลทำให้ระบบการทำงานของหน่วยงานนั้นไม่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ โดยสิ่งที่จะช่วยให้ครูอาจารย์รู้จักนักศึกษา พัฒนาและส่งเสริมให้นักศึกษามีพัฒนาการที่สมบูรณ์ สามารถอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข ก็คือ แบบวัดความฉลาดทางสังคม การพัฒนาแบบวัดความฉลาดทางสังคมสำหรับนักศึกษาในประเทศไทย กาญจนกมล สุวิทยารัตน์ (2557) ศึกษาความฉลาดทางสังคมของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาภาคใต้ ได้วิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของแบบวัดความฉลาดทางสังคมด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน เช่นเดียวกับ คณิตพันธุ์ ทองสีบสาย (2552) พัฒนาแบบวัดความฉลาดทางสังคมสำหรับนักศึกษาปริญญาบัณฑิต ได้ตรวจสอบคุณภาพของแบบวัดความฉลาดทางสังคมด้านความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาและพัฒนาแบบวัดความฉลาดทางสังคมสำหรับใช้กับนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตอ่างทอง ซึ่งเป็นสถาบันอุดมศึกษาที่รับผิดชอบในการผลิตบัณฑิตที่จะต้องไปประกอบวิชาชีพครูในอนาคต เนื่องจากครูเป็นบุคคลที่ประกอบวิชาชีพหลักทางการเรียนการสอนและการส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียนด้วยวิธีการต่าง ๆ และมีข้อกำหนดไว้ในมาตรฐานวิชาชีพด้านมาตรฐานการปฏิบัติงาน เช่น ร่วมมือกับผู้อื่นในสถานศึกษาและผู้อื่นในชุมชนอย่างสร้างสรรค์ หมายถึง การตระหนักถึงความสำคัญ รับฟังความคิดเห็น ยอมรับในความรู้ความสามารถของเพื่อนร่วมงานและบุคคลอื่นในชุมชน ให้ความร่วมมือ ปฏิบัติงานเพื่อพัฒนาสถานศึกษา ให้ชุมชนและสถานศึกษายอมรับซึ่งกันและกัน และปฏิบัติร่วมกันด้วยความเต็มใจ ดังนั้นบุคคลที่จะไปประกอบวิชาชีพครูในอนาคตจึงควรที่จะได้รับการประเมินระดับความฉลาดทางสังคมของตนเอง เพื่อที่จะได้ปรับตัวและเรียนรู้ที่จะนำไปใช้ในการทำงานต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อสร้างและตรวจสอบคุณภาพของแบบวัดความฉลาดทางสังคมสำหรับนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตอ่างทอง

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. องค์ประกอบของความฉลาดทางสังคม

Marlowe (1986) ได้แบ่งองค์ประกอบความฉลาดทางสังคมออกเป็น 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ความสามารถในการทำประโยชน์ให้แก่สังคม (การสนใจบุคคลอื่น) อยู่ในสังคมอย่างพอเพียง การเห็นอกเห็นใจ (ความสามารถในการรับรู้เข้าใจความคิดและอารมณ์ของผู้อื่น) ทักษะการปฏิบัติงานทางสังคม (การสังเกตพฤติกรรมทางสังคม)

Kosmitzki & John (1993) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของความฉลาดทางสังคมไว้ 7 องค์ประกอบ ได้แก่ การรับรู้อารมณ์และความรู้สึกของผู้อื่น (to sense the internal conditions and moods of others)

ความสามารถทั่วไปในการสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น (a general ability of establishing relationships with persons) ความรู้เกี่ยวกับทฤษฎีทางสังคม (knowledge about social theories and life) สัญชาตญาณทางสังคมและความไวต่อสถานการณ์ ทางสังคมที่สลับซับซ้อน (social intuition and sensitivity in case of complex social circumstances) การใช้เทคนิคเพื่อที่จะบริหารจัดการกับคนอื่น ๆ (use of techniques in order to manipulate others) ความเห็นอกเห็นใจ (empathy) การปรับตัวทางสังคม (social adaptation)

Goleman (2006) ได้กำหนดองค์ประกอบของความฉลาดทางสังคมไว้ในลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ผู้อื่น (What we sense about others) และการปฏิบัติต่อผู้อื่นเมื่อมีการตระหนักรู้ (What we do with that awareness) โดยแบ่งองค์ประกอบของความฉลาดทางสังคมไว้ 2 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 ด้านการตระหนักรู้ทางสังคม (Social Awareness) ได้แก่ การรับรู้ผู้อื่น (Primal empathy) การเห็นอกเห็นใจผู้อื่น (Empathic accuracy) การให้ความสนใจผู้อื่น (Attunement) การรู้คิดทางสังคม (Social cognition) และ องค์ประกอบที่ 2 ด้านการรับรู้ทางสังคม (Social facility) ได้แก่ การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น (Synchrony) การแสดงออก (self-presentation) การชักจูงโน้มน้าวผู้อื่น (Influence) ใส่ใจความต้องการของผู้อื่น (Concern)

Albrecht (2006) ได้แบ่งองค์ประกอบของความฉลาดทางสังคมออกเป็น 5 องค์ประกอบเรียกว่า SPACE ซึ่งเป็นคำที่ผสมขึ้นมาจากตัวอักษรตัวแรกขององค์ประกอบทั้ง 5 ได้แก่ การตระหนักรู้ในสถานการณ์ (Situational Awareness) การแสดงออก (presence) ความจริงแท้ (Authenticity) ความชัดเจน (Clarity) และ ความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น (Empathy)

Shazia (2013) ได้ศึกษาพัฒนาและตรวจสอบความตรงของแบบวัดความฉลาดทางสังคมสำหรับ นักศึกษามหาวิทยาลัย พบว่า องค์ประกอบของความฉลาดทางสังคมแบ่งออกได้ 5 องค์ประกอบ คือ การจัดการทางสังคม (Social Manipulation) ความสามารถในการแสดงตัวตน (Extroversion) ความสามารถในการคำนึงถึงผู้อื่น เห็นอกเห็นใจ (Social Empathy) ทักษะทางสังคม (Social Skills) และความสามารถในการปรับตัวทางสังคม (Social Adaptability)

Khorzoghi et al. (2014) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางสังคมกับอัตลักษณ์ทางกีฬา ของนักกีฬาอาวุโส ได้สร้างแบบวัดความฉลาดทางสังคมโดยใช้เกณฑ์การวัดซึ่งประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 การประมวลผลข้อมูลข่าวสารทางสังคม (Social Information Processing) องค์ประกอบที่ 2 ทักษะทางสังคม (Social Skills) และองค์ประกอบที่ 3 การตระหนักรู้ทางสังคม (Social Awareness)

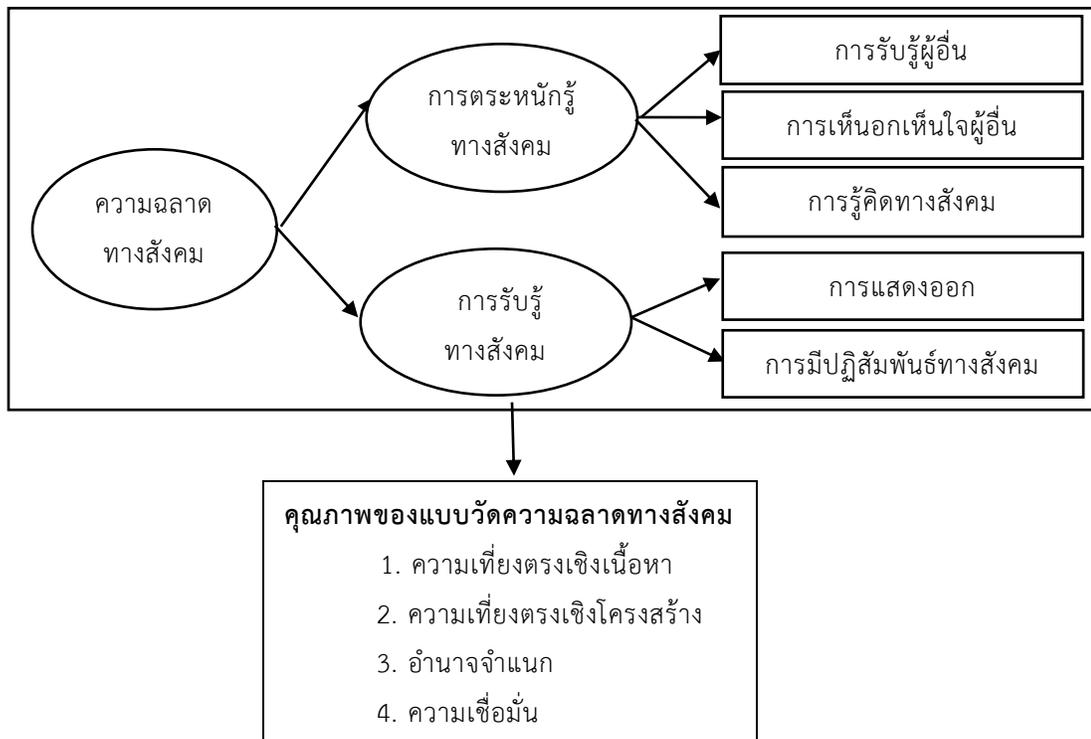
กาญจน์กมล สุวิทยารัตน์ (2557) ได้ศึกษาความฉลาดทางสังคมของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ภาคใต้ แบ่งองค์ประกอบของความฉลาดทางสังคม ออกเป็น 3 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบด้านการตระหนักรู้ทางสังคม ได้แก่ การรับรู้ผู้อื่น การเข้าใจผู้อื่น การเห็นอกเห็นใจผู้อื่น องค์ประกอบด้านการรู้คิดทางสังคม ได้แก่

การรู้คิดในพฤติกรรม การมีข้อมูลทางสังคม การตัดสินใจสภาพการณ์ทางสังคม และองค์ประกอบด้านการมีทักษะทางสังคมได้แก่ การแสดงออกทางอารมณ์ การแสดงออกทางสังคม การสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม

จากการศึกษาเอกสารงานวิจัยของนักวิชาการดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาสังเคราะห์องค์ประกอบความฉลาดทางสังคมจากแนวคิดของนักวิชาการหลายท่าน เพื่อเป็นแนวทางในการเลือกศึกษาและใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาแบบวัดความฉลาดทางสังคม

2. กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการพัฒนาแบบวัดความฉลาดทางสังคมสำหรับนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตอ่างทอง ซึ่งผู้วิจัยได้สังเคราะห์องค์ประกอบความฉลาดทางสังคมจากเอกสารทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการและขอบเขตการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตอ่างทอง ปีการศึกษา 2563 จำนวน 359 คน

2. **กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้** กำหนดขนาดตัวอย่างโดยพิจารณาตามสูตรของ Hair et al. (2010) คือขนาดกลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 10 – 20 คน ต่อการประมาณค่า 1 พารามิเตอร์ ผู้วิจัยจึงเลือกกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างประมาณ 20 คน ต่อการประมาณค่า 1 พารามิเตอร์ ดังนั้นผู้วิจัยต้องใช้กลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า $20 \times 12 = 240$ คน เพื่อให้การทดสอบมีความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด ผู้วิจัยเก็บข้อมูลกับประชากรทั้งหมด 359 คน

3. **เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล** ได้แก่ แบบวัดความฉลาดทางสังคม ชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 24 ข้อ

4. **การวิเคราะห์ข้อมูล** ผู้วิจัยหาคุณภาพเครื่องมือจากการวิเคราะห์ 1) ค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) 2) ค่าอำนาจจำแนกจากการทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ โดยใช้ t-test และ ค่าอำนาจจำแนกรายข้อหรือค่าสหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนของข้อคำถามแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้อที่เหลือ (CITC) 3) ค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) และ 4) ค่าความเชื่อมั่นโดยวิธีการหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของ Cronbach (1970; อ้างถึงใน พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องการพัฒนาแบบวัดความฉลาดทางสังคมสำหรับนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตอ่างทอง สรุปได้ดังนี้

1. ผลการตรวจสอบคุณภาพแบบวัดด้านการตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามกับนิยามเชิงปฏิบัติการของแบบวัดความฉลาดทางสังคม ได้ข้อคำถามที่สามารถวัดความฉลาดทางสังคมได้ตรงตามนิยามจำนวน 30 ข้อซึ่งทุกข้อมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ตั้งแต่ 0.60 – 1.00 มีค่าอำนาจจำแนก (t) อยู่ระหว่าง 2.32 – 11.13 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 และคำถามทุกข้อมีค่าสหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนของข้อคำถามแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้อที่เหลือ เหลือ (Corrected Item–Total Correlation: CITC) มากกว่า 0.20 มีค่าระหว่าง 0.21 – 0.70 และเมื่อผู้วิจัยคัดเลือกข้อคำถามโดยพิจารณาข้อคำถามที่มีค่าสหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนของข้อคำถามแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้อที่เหลือ (CITC) มากกว่า 0.40 และในแต่ละองค์ประกอบต้องมีจำนวนข้อคำถามตั้งแต่ 4 ข้อขึ้นไปซึ่งมีความครอบคลุมนิยามปฏิบัติการความฉลาดทางสังคมในแต่ละองค์ประกอบตามที่ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ขึ้นมา จำนวน 24 ข้อ มีค่าอำนาจจำแนก (t) อยู่ระหว่าง 6.50 – 13.53 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และคำถามทุกข้อมีค่าสหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนของข้อคำถามแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้อที่เหลือ (CITC) มากกว่า 0.20 (มีค่าระหว่าง 0.34 – 0.65)

2. ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของโมเดลการวัดความฉลาดทางสังคมด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า โมเดลการวัดความฉลาดทางสังคมตามกรอบแนวคิดที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($\chi^2 = 1.21$; $df = 4$; $P = 0.88$; $GFI = 1.00$; $AGFI = 0.99$; $RMSEA = 0.02$;

RMR = 0.04) ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานตั้งแต่ 0.35 ถึง 0.72 โดยที่ทั้งด้านการตระหนักรู้ทางสังคม และด้านการรับรู้ทางสังคมมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 1.00 ดังตารางที่ 1 และภาพที่ 2

ตารางที่ 1 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) ค่าสถิติทดสอบ (t) ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (R^2) ของการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของแบบวัดความฉลาดทางสังคม

องค์ประกอบความฉลาดทางสังคม	β	SE	t	R^2
การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับหนึ่ง				
องค์ประกอบที่ 1 การตระหนักรู้ทางสังคม (AWARE)				
การรับรู้ผู้อื่น (PRIM)				
1. เมื่อต้องทำงานแบบกลุ่ม ข้าพเจ้าสามารถรับรู้ได้ว่าใครต้องการทำงานกลุ่มกับข้าพเจ้า	0.65	0.06	10.36	0.42
2. ขณะที่เพื่อนกำลังแข่งขันกีฬา ข้าพเจ้ารับรู้จากหน้าตาและการกระทำของผู้ฝึกสอนได้ว่าพอใจหรือไม่พอใจ	0.55	0.06	8.80	0.31
3. ข้าพเจ้ารับรู้และเข้าใจความรู้สึกที่ผิดหวังของเพื่อนได้ถึงแม้ว่าเขาไม่ได้พูดออกมา	0.47	0.06	7.40	0.23
4. เมื่อเห็นสายตาของคนที่ยิ้มรับรู้ว่าเขามีความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจหรือกำลังมีความทุกข์	0.56	0.07	8.47	0.31
5. ข้าพเจ้ารับรู้ได้ว่าใครต้องการจะพูดคุยกับข้าพเจ้าถึงแม้จะเป็นการพบกันครั้งแรก	0.58	0.07	8.88	0.34
การเห็นอกเห็นใจผู้อื่น (EMPA)				
6. ข้าพเจ้าจะตั้งใจฟังเพื่อนพูดจนจบโดยไม่พูดหรือทำอะไรที่เป็นการขัดจังหวะแม้ว่าไม่เห็นด้วยกับสิ่งที่เพื่อนพูด	0.53	0.06	9.39	0.28
7. ข้าพเจ้าพยายามหาสาเหตุที่แท้จริงของปัญหา โดยคำนึงถึงความรู้สึกของทุกคน	0.60	0.05	10.97	0.36
8. ข้าพเจ้าเข้าใจถึงความรู้สึกของเพื่อนในขณะที่เพื่อนกำลังประสบปัญหาหรือมีความทุกข์	0.63	0.05	11.54	0.40
9. ข้าพเจ้าตั้งใจฟังเมื่อเพื่อนเสนอความคิดเห็นในการวางแผนเพื่อรับมือคู่แข่ง	0.71	0.05	13.38	0.51

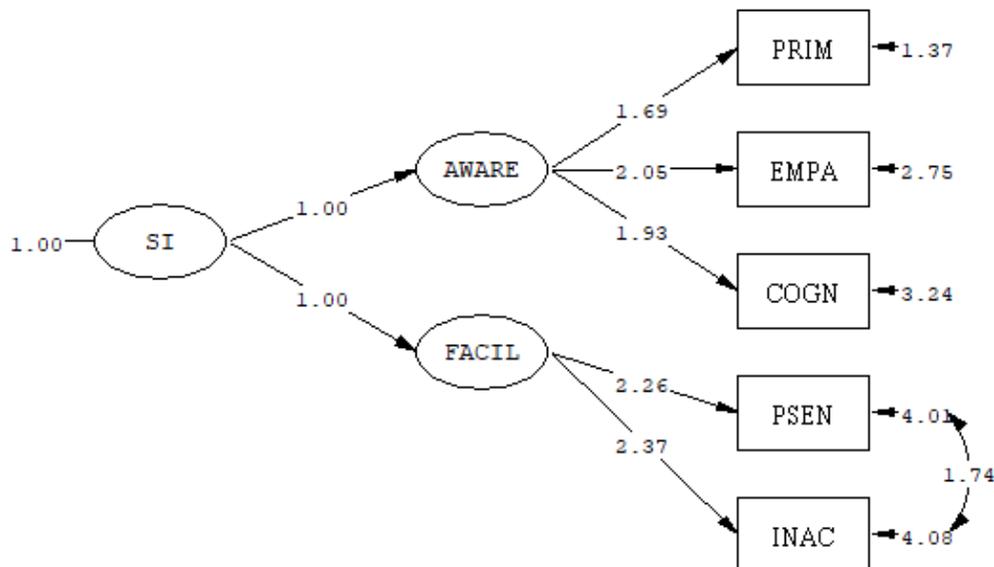
ตารางที่ 1 (ต่อ)

องค์ประกอบความฉลาดทางสังคม	β	SE	t	R ²
10. ถึงแม้ข้าพเจ้ามีงานที่ต้องเร่งรีบทำ ข้าพเจ้าก็ยินดีรับฟังปัญหาที่เพื่อนกำลังต้องการความช่วยเหลือ	0.65	0.05	11.98	0.42
การรู้คิดทางสังคม (COGN)				
11. ในขณะที่นั่งเรียนในห้องเรียน ข้าพเจ้าจะนั่งฟังบรรยายหรือทำงานในวิชานั้น ๆ อย่าง เจียวๆ	0.46	0.08	6.15	0.21
12. เมื่อมีเพื่อนต่างมหาวิทยาลัยมาร่วมฝึกซ้อมกีฬา ข้าพเจ้าหลีกเลี่ยงการทักทาย พบปะหรือพูดคุย	0.66	0.09	7.40	0.43
13. ขณะที่กำลังแข่งขันกีฬา ถ้ามีผู้ได้รับบาดเจ็บ ข้าพเจ้าจะหยุดเล่นทันที	0.35	0.07	4.87	0.12
14. ข้าพเจ้ารู้สึกหงุดหงิด เมื่อเพื่อนพูดคุยกันในขณะที่ผู้ฝึกสอนกำลังให้คำปรึกษา	0.38	0.07	5.24	0.14
องค์ประกอบที่ 2 การรับรู้ทางสังคม (FACIL)				
การแสดงออก (PSEN)				
15. ถึงแม้ว่าเพื่อนๆ จะไม่สนใจฟังหรือทำเสียงรบกวน ข้าพเจ้าก็จะตั้งใจนำเสนออย่างละเอียด	0.55	0.06	9.15	0.31
16. เมื่อรู้ว่าเพื่อนบางคนทำไม่ถูกต้องตามกฎหมาย กติกา หรือกล่าวร้ายให้โทษผู้อื่น ข้าพเจ้าจะพยายามพูดคุยและตักเตือนโดยใช้คำพูดที่สุภาพและไม่ให้เพื่อนเสียหน้าหรือเสียใจ	0.68	0.07	9.93	0.46
17. ขณะที่เพื่อนสองกลุ่มมีปัญหาขัดแย้งกันอย่างรุนแรง ข้าพเจ้าจะหาวิธีพูดโน้มน้าวให้เพื่อนทั้งสองกลุ่มมองเห็นถึงส่วนที่ดีของอีกกลุ่มและมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน	0.66	0.07	9.70	0.44
18. ข้าพเจ้ามักจะได้รับการคัดเลือกให้เป็นตัวแทนเพื่อออกไปนำเสนอในกลุ่ม	0.44	0.06	6.82	0.19
19. เมื่อเห็นคนทิ้งขยะในที่สาธารณะ ข้าพเจ้าจะพูดขอร้องและให้เหตุผลเพื่อให้เขาหยิบขยะชิ้นนั้นขึ้นมา แล้วนำไปทิ้งลงในถังขยะ	0.59	0.06	9.38	0.35

ตารางที่ 1 (ต่อ)

องค์ประกอบความฉลาดทางสังคม	β	SE	t	R ²
การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (INAC)				
20. เมื่อได้รับคัดเลือกให้ไปร่วมแข่งขันกับทีมอื่น ข้าพเจ้า เป็นคนแรกๆ ที่เพื่อนใหม่พูดคุยด้วยอย่างสนิทสนม	0.51	0.06	8.79	0.26
21. ข้าพเจ้าจะแสดงความยินดีกับทีมแข่งขันทุกทีมถึงแม้ว่า เป็นทีมที่เป็นคู่แข่ง และผู้ชมไม่เห็นด้วย	0.63	0.06	9.90	0.40
22. เมื่อต้องฝึกซ้อมกีฬาให้รุ่นน้อง ข้าพเจ้าจะอาสาจับคู่ ฝึกซ้อมกีฬากับรุ่นน้องที่ยังไม่มีทักษะทางกีฬา	0.72	0.06	13.03	0.52
23. ข้าพเจ้าพร้อมที่จะชักชวนเพื่อนๆ ร่วมบริจาคและแบ่งปัน ข้าวของ เครื่องใช้ให้กับคนที่กำลังประสบปัญหา	0.71	0.06	12.69	0.51
24. หากข้าพเจ้ารู้ว่าเพื่อนมีปัญหา ข้าพเจ้าจะรีบติดต่อ สอบถามเพื่อให้ความช่วยเหลือโดยไม่หวังผลตอบแทน	0.68	0.05	12.69	0.47
การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง				
1. การตระหนักรู้ทางสังคม (AWARE)	1.00	0.06	17.86	1.00
- การรับรู้ผู้อื่น (PRIM)	1.69	-	-	0.68
- การเห็นอกเห็นใจผู้อื่น (EMPA)	2.05	0.13	15.40	0.60
- การรู้คิดทางสังคม (COGN)	1.93	0.13	14.35	0.53
2. การรับรู้ทางสังคม (FACIL)	1.00	0.06	15.52	1.00
- การแสดงออก (PSEN)	2.26	-	-	0.56
- การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (INAC)	2.37	0.13	18.53	0.58
$\chi^2 = 1.21$	df = 4		$\chi^2 / df = 0.30$	
P = 0.88				
GFI = 1.00	AGFI = 0.99		RMR = 0.04	
RMSEA = 0.00				

จากตารางที่ 1 สามารถแสดงโมเดลการวัดองค์ประกอบความฉลาดทางสังคมสำหรับ นักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตอ่างทอง ได้ดังภาพที่ 2



Chi-Square=1.21, df=4, P-value=0.87638, RMSEA=0.000

ภาพที่ 2 โมเดลการวัดความฉลาดทางสังคมสำหรับนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตอ่างทอง

3. ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดความฉลาดทางสังคม พบว่า แต่ละด้านมีค่าความเชื่อมั่นระหว่าง 0.85 - 0.86 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดความฉลาดทางสังคม

องค์ประกอบความฉลาดทางสังคม	ความเชื่อมั่น (α)
การตระหนักรู้ทางสังคม (AWARE)	0.85
การรับรู้ทางสังคม (FACIL)	0.86

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า แบบวัดความฉลาดทางสังคมที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบที่ 1 ด้านการตระหนักรู้ทางสังคม ได้แก่ การรับรู้ผู้อื่น การเห็นอกเห็นใจผู้อื่น การรู้คิดทางสังคม องค์ประกอบ ที่ 2 ด้านการรับรู้ทางสังคม ได้แก่ การแสดงออก การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งเป็นไปตามโมเดลที่ผู้วิจัยสังเคราะห์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ Goleman (2006) ที่ได้แบ่งองค์ประกอบของความฉลาดทางสังคมไว้ 2 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 ด้านการตระหนักรู้ทาง

สังคม (Social Awareness) และองค์ประกอบที่ 2 ด้านการรับรู้ทางสังคม (Social facility) และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ คณิตพันธุ์ ทองสีบสาย (2552) ที่ได้ศึกษาพัฒนาแบบวัดความฉลาดทางสังคมสำหรับนักศึกษาปริญญาบัณฑิต พบว่า องค์ประกอบของความฉลาดทางสังคมแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ องค์ประกอบที่ 1 ด้านการตระหนักรู้ทางสังคม ได้แก่ การเข้าใจความรู้สึกของบุคคล การให้ความสนใจผู้อื่น การเกิดความถูกต้องในการเข้าใจบุคคลอื่น การรับรู้ทางสังคม และองค์ประกอบที่ 2 ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ได้แก่ ความสามารถในการเข้าร่วมกับบุคคล ความสามารถในการแสดงตนเอง ความสามารถในการชี้นำพฤติกรรมของบุคคล ความสามารถในการคำนึงถึงผู้อื่น ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 2 องค์ประกอบ เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ มีองค์ประกอบด้านการตระหนักรู้ทางสังคม และองค์ประกอบด้านการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมซึ่งมีความหมายใกล้เคียงกับการรับรู้ทางสังคม ดังนั้นจึงสามารถนำแบบวัดความฉลาดทางสังคมไปใช้กับนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตอ่างทองได้อย่างมั่นใจ ทั้งนี้แบบวัดความฉลาดทางสังคมยังมีคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง ความเชื่อมั่น และค่าอำนาจจำแนก เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 แบบวัดความฉลาดทางสังคมสำหรับนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตอ่างทอง ที่พัฒนาขึ้นมีคุณภาพตามเกณฑ์ของแบบสอบวัดที่ดี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตอ่างทอง สามารถนำไปสอบวัดกับนักศึกษาเพื่อตรวจสอบผลการพัฒนาในช่วงที่ผ่านมา และสามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อการจัดกิจกรรมในการพัฒนาความฉลาดทางสังคมของนักศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยอาจออกแบบการพัฒนาเป็นรายองค์ประกอบโดยใช้กิจกรรมพัฒนานักศึกษาเป็นฐาน

1.2 ก่อนทำแบบวัดควรอธิบายคำแนะนำในการทำแบบวัดให้นักศึกษาเข้าใจเพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่เที่ยงตรง

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการนำผลการวิจัยที่ได้ไปสร้างเป็นโมเดลการฝึกเพื่อพัฒนาคุณลักษณะความฉลาดทางสังคมของนักศึกษาต่อไป

2.2 ควรมีการพัฒนาแบบวัดความฉลาดทางสังคมตามแนวคิดหรือทฤษฎีต่าง ๆ ที่มีโครงสร้างหรือมีส่วนสัมพันธ์กับความฉลาดทางสังคม เพื่อวิเคราะห์หาจุดที่มีความเชื่อมโยงกัน เช่น ทฤษฎีปัญหา เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กาญจน์กมล สุวิทย์รัตน์. (2557). *การศึกษาความฉลาดทางสังคมของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาภาคใต้*.
(วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- คณิตพันธุ์ ทองสีบสาย. (2552). *การพัฒนาแบบวัดความฉลาดทางสังคมสำหรับนักศึกษาปริญญาบัณฑิต*.
(วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- ธัญญา ผลอนันต์ และ จุไรพร วิสุทธิกุลพาณิชย์. (2551). *ใช้หัวก่อน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ขวัญข้าว.
- พรสวรรค์ ชัยมีแรง. (2564). *การพัฒนาแบบทดสอบเพื่อจัดการมาตรฐานผลการเรียนรู้ของหลักสูตร
ระดับอุดมศึกษา. วารสารและงานวิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 11(2), 68-82.*
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540). *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 7).
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- พสุ เตชะรินทร์. (2549). *ความฉลาดทางสังคม* (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อ 6 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <http://www.bangkokbiznews.com>.
- Albrecht, K. (2006). Social Intelligence: The New Science of Success. *Journal of Applied Management and Entrepreneurship, 11(3), 97-99.*
- Babu, M. (2007). *Social Intelligence and Aggression among Senior Secondary School Students: A Comparative Sketch*. Retrieved July 9, 2019, จาก <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED500484.pdf>.
- Goleman, D. (2006). *Social Intelligence: The New Science of human relationships*. New York: Bantam Books.
- Hair, et al., (2010). *Multivariate Data Analysis* (7thed). New York: Pearson.
- Khorzoghi, M.B., et al. (2014). Relationship between social intelligence with athletic identity among Wushu athletes. *Scholars Journal of Arts, Humanities and Social Sciences, 2(3B), 428-433.*
- Kosmitzki, C., and John, O. P. (1993). The implicit use of explicit conceptions of social intelligence. *Personality and Individual Differences. 15(1): 11-23.*
- Marlowe, H.A. (1986). social intelligence: Evidence for multidimensionality and construct independence. *Journal of Education Psychology, 78(1), 52-58.*
- Shazia, H. (2013). Development and Validation of Social Intelligence Scale for University Students. Pakistan. *Journal of Psychological Research, 28(1), 65-83.*
- Thorndike, E.L. (1920). *Intelligence and its uses*. Retrieved July 9, 2019, จาก <https://www.unz.com/print/Harpers-1920jan-00227/>.

การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียน

ศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์

สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2

Good Governance Management Affecting Effectiveness of Kasetsoombun Network

Center Schools Under Chaiyaphum Primary Educational Service

Area Office 2

สายเพชร พิณรัตน์¹ และ กุหลาบ ปุริสาร²

Saipetch Pinrat¹ and Kularb Purisarn²

¹นักศึกษา หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย

¹Student, Master of Education Program in Educational Administration College of Asian Scholars

²Asst Prof, Master of Education Program in Educational Administration College of Asian Scholars

อีเมล: jerrypnkc@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

22 มกราคม 2566

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised)

19 กุมภาพันธ์ 2566

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

28 กุมภาพันธ์ 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากระบวนการบริหารตามหลักธรรมาภิบาลและระดับประสิทธิผลของโรงเรียน ฯ 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารตามหลักธรรมาภิบาลกับประสิทธิผลของโรงเรียน ฯ 3) ศึกษาการบริหารตามหลักธรรมาภิบาลที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียน กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหาร และครู ศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2 จำนวน 226 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สันและการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบปกติ ผลการวิจัยพบว่า 1) ธรรมาภิบาลของผู้บริหาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) ประสิทธิผลของโรงเรียน ฯ โดยรวมอยู่ในระดับมาก 3) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างธรรมาภิบาลของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผลของโรงเรียน ฯ โดยภาพรวมทุกด้านมีความสัมพันธ์กันในทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 4) การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียนฯ ได้แก่ ด้านคุณธรรม (X_6) ด้านความพร้อมรับผิด (X_1) และด้านความเสมอภาค (X_5) และได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ ร้อยละ 85.00 ($R = .850$) ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนายหรืออำนาจพยากรณ์ ร้อยละ 72.30 ($R^2 = 0.723$) โดยเขียนเป็นสมการ ได้ ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ(B) $Y' = 0.970 + 0.364^{**} (X_6) + 0.181^{**}(X_1) + 0.230^{**}(X_5)$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน(β) $Z = 0.477 Z_6 + 0.289 Z_1 + 0.285 Z_5$

คำสำคัญ: การบริหารงาน หลักธรรมาภิบาล ประสิทธิภาพของโรงเรียน

ABSTRACT

The present study aimed 1) to investigate level of good governance management and the effectiveness level 2) to study the correlation between good governance management and the effectiveness level 3) to investigate good governance management effecting the effectiveness of schools in Kasetsombun Network Center. The sample of the study were 226 comprised of schools' administrators and teachers. The instrument used was questionnaire. The statistics used were mean, standard deviation, Pearson's correlation coefficient and multiple regression analysis. The results of the study revealed as follows: 1) Level of good governance management of schools overall was at a good level. 2) The effectiveness level of schools overall was at a good level. 3) Good governance management correlated with the effectiveness of schools positively significance at .01. 4) Administration according to good governance that affects the effectiveness of the school, namely morality (X₆), accountability (X₁) and equality (X₅) and the multiplicative correlation coefficient of 85.00 percent. (R = .850), which is statistically significant at the .01 level, with a predictive coefficient or predictive power of 72.30 percent (R² = 0.723), written as equations are as follows:

Unstandardized score equation (B) $Y' = 0.970 + 0.364^{**} (X_6) + 0.181^{**}(X_1) + 0.230^{**}(X_5)$

Standardized score equation (β) $Z = 0.477 Z_6 + 0.289 Z_1 + 0.285 Z_5$

Keywords: Administration, Good Governance, School Effectiveness

บทนำ

สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาระบบราชการได้ให้ความสำคัญกับธรรมาภิบาลเพื่อการพัฒนากระบวนการและข้าราชการเพื่อให้เป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2547 จนถึงปัจจุบัน โดยให้ความสำคัญเรื่องความโปร่งใสของการปฏิบัติราชการ การมีส่วนร่วมของประชาชนตลอดจนการสร้างมาตรการป้องกันและปราบปรามทุจริตและประพฤติมิชอบในส่วนราชการ จึงได้ให้ส่วนราชการทำ

คำรับรองการปฏิบัติราชการตามหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2552)

กระทรวงศึกษาธิการ ได้กล่าวถึงการบริหารจัดการของสถานศึกษาซึ่งมีหน้าที่ให้บริการการศึกษาแก่ประชาชนและเป็นสถานศึกษาของรัฐ จึงได้นำหลักการว่าด้วยการบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี ซึ่งเรียกกันโดยทั่วไปว่า "ธรรมาภิบาล" มาบูรณาการในการบริหารและจัดการศึกษาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับโรงเรียนในฐานะที่เป็นนิติบุคคลด้วยหลักการดังกล่าว และสำนักงาน ก.พ.ร. กำหนดหลักในการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี โดยยึดหลักปฏิบัติ 10 ประการ คือ หลักประสิทธิผล หลักประสิทธิภาพ หลักการตอบสนอง หลักการรับผิชอบ หลักความโปร่งใส หลักการมีส่วนร่วม หลักการกระจายอำนาจ หลักนิติธรรม หลักความเสมอภาค และหลักการมุ่งเน้นฉันทามติ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2552) จากการประกาศใช้พระราชกฤษฎีกาว่าด้วย “หลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 กระทรวงศึกษาธิการได้ประกาศหลักการการนำธรรมาภิบาลมาใช้ในการบริหารจัดการศึกษาที่กำหนดไว้ในการบริหารจัดการสถานศึกษาโดยใช้โรงเรียนเป็นฐาน (School Based Management : SEM) และแนวทางการบริหารโรงเรียนนิติบุคคล ตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกระทรวงศึกษาธิการพุทธศักราช 2546 กำหนดให้สถานศึกษาเป็นนิติบุคคล มีจุดหมายที่สำคัญที่จะทำให้สถานศึกษามีความเข้มแข็งในการบริหาร เพื่อให้การบริหารเป็นไปอย่างคล่องตัว รวดเร็ว สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน สถานศึกษา ชุมชน ดังนั้นผู้บริหารสถานศึกษาจำเป็นต้องจัดระบบบริหารงานบริหารของสถานศึกษาให้มีประสิทธิภาพ โดยยึดหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีหรือหลักธรรมาภิบาล (Good Governance) เป็นเครื่องมือในการนำวิสัยทัศน์ และนโยบายไปสู่การปฏิบัติ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2546) โดยกำหนดเป็นนโยบายให้สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานนำไปขับเคลื่อนโดยสถานศึกษาในสังกัด

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานเห็นความสำคัญตามหลักการที่กล่าวมา จึงมีนโยบายเสริมสร้างการบริหารงานตามหลักการของธรรมาภิบาลในหน่วยงานทุกระดับ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้บริหาร ครู และบุคลากรทางการศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ ก่อให้เกิดความตระหนักและปรับปรุงระบบงานของหน่วยงานให้มีประสิทธิภาพเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศัยภูมิ เขต 2 ก็ได้นำหลักการดังกล่าวมาใช้ในการบริหารในหน่วยงานและโรงเรียนในสังกัดเช่นกัน แต่อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์ผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของสถานศึกษาออนไลน์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 โดยภาพรวมระดับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ได้คะแนนเฉลี่ยร้อยละ 79.58 ซึ่งอยู่ในระดับ B โดยเฉพาะ ตัวชี้วัดที่ 10 การป้องกันการทุจริต ได้คะแนนต่ำสุด เฉลี่ยร้อยละ 46.67 อยู่ในระดับ F (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศัยภูมิเขต 2, 2563) ทั้งนี้เป็นผลมาจากการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหาร ที่ส่งผลไปยังประสิทธิผลของสถานศึกษาด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศัยภูมิ เขต 2 มีนโยบายการศึกษาที่ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนในสังกัดให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง เน้นการอ่านการเขียนของนักเรียนให้ได้ตามระดับชั้น ส่งเสริมให้ผู้เรียน

มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ สร้างโรงเรียนให้เป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ ส่งเสริมการพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษาให้มีคุณภาพเพื่อพัฒนาการศึกษาให้ดียิ่งขึ้น และส่งเสริมการยกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาในสถานศึกษาอย่างต่อเนื่อง แต่จากการศึกษาข้อมูลผลทดสอบทางการศึกษาระดับชาติด้านพื้นฐาน (O-NET) 5 ปี ย้อนหลัง พบว่า ผลทดสอบทางการศึกษาระดับชาติด้านพื้นฐาน (O-NET) ในปีการศึกษา 2562 เทียบกับปีการศึกษา 2561 มีคะแนนเฉลี่ยรวมต่ำลงทุกรายวิชา และในปีการศึกษา 2564 เทียบกับปีการศึกษา 2563 มีคะแนนเฉลี่ยรวมลดลงเกือบทุกรายวิชา ยกเว้นรายวิชาคณิตศาสตร์ (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2, 2564) ดังนั้น ผู้บริหารสถานศึกษาในฐานะที่เป็นผู้บริหารงานโรงเรียนและผู้รับมอบนโยบายจากต้นสังกัด จึงควรนำหลักธรรมาภิบาลซึ่งเป็นวิธีการหรือกระบวนการการบริหารงานที่ดี ภายใต้การดำเนินงานด้วยความโปร่งใส รับผิดชอบ สามารถตรวจสอบได้ มีเป้าหมายที่สำคัญเพื่อมุ่งประโยชน์สุขให้เกิดกับประชาชน และยังเป็นการมุ่งจัดสรรทรัพยากรขององค์การอย่างคุ้มค่า รวมทั้งเป็นระบบตามกฎหมาย มีการดำเนินงานที่เป็นระเบียบ มีประสิทธิภาพ เสมอภาค และเป็นธรรม ประชาชนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานก่อให้เกิดการตอบสนองต่อความต้องการของส่วนรวม ตลอดจนมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ตามภารกิจขององค์การ (วัชเรศ วงษ์เฉลี่ย, 2564) มาพัฒนาและแก้ปัญหาดังกล่าวให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อการศึกษาไทยที่มีคุณภาพต่อไป

การศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ศึกษาข้อมูลของศูนย์เครือข่ายอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิเขต 2 เนื่องจากสภาพโรงเรียนในศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์มีนโยบายในการพัฒนาบุคลากรในสังกัดให้ตระหนักรู้ถึงการสร้างจิตสำนึกให้มีคุณธรรม จริยธรรม และปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต รวมทั้งมีการปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศน์ วัฒนธรรมค่านิยม ด้วยการมีจิตสำนึกที่ดีในการปฏิบัติงาน ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดีเพื่อเป็นไปตามแผนปฏิบัติการโครงการเสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรม และธรรมาภิบาลในสถานศึกษา โดยผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลที่ส่งผลต่อการบริหารโรงเรียนให้เกิดประสิทธิผล เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการพัฒนาและส่งเสริมให้สถานศึกษาให้เกิดประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการบริหารตามหลักธรรมาภิบาลและระดับประสิทธิผลของสถานศึกษา ศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิเขต 2
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารตามหลักธรรมาภิบาลกับประสิทธิผลของสถานศึกษา ศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิเขต 2
3. เพื่อศึกษาการบริหารตามหลักธรรมาภิบาลที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา ศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิเขต 2

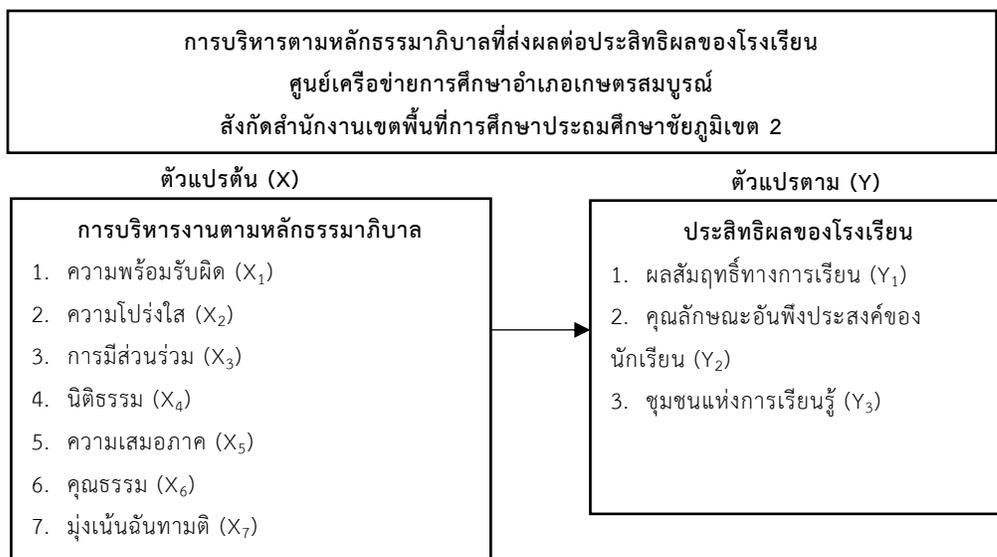
สมมติฐานการวิจัย

เพื่อให้การตรวจสอบข้อคำถามของการศึกษาเป็นไปตามความมุ่งหมายที่วางไว้ ผู้ศึกษาได้ตั้งสมมติฐานทางการวิจัย ดังนี้

1. การบริหารตามหลักธรรมาภิบาลความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิผลของสถานศึกษา ศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิเขต 2
2. การบริหารตามหลักธรรมาภิบาลที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา ศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิเขต 2 อย่างน้อย 1 ด้าน

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มุ่งศึกษาการบริหารตามหลักธรรมาภิบาลที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียน ศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิเขต 2 จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้ศึกษากำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาโดยมุ่งศึกษาหลักธรรมาภิบาล ตามแนวคิดของระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี พ.ศ.2542 สำนักคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2552) กระทรวงศึกษาธิการ (2546) จำนวน 7 ด้าน คือ ความพร้อมรับผิด ความโปร่งใส การมีส่วนร่วม นิติธรรม ความเสมอภาคคุณธรรม และมุ่งมั่น ฉันทามติ ส่วนประสิทธิผลของสถานศึกษา ตามแนวคิดของ Sammons, Hillman and Mortimore (1995) ; Hoy & Miskel (2008) ; สัมฤทธิ์ กางเพ็ง (2551) ; อาคม อึ้งพวง (2551) จำนวน 3 ด้าน คือ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของนักเรียน ชุมชนแห่งการเรียนรู้ ดังภาพประกอบ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา และครูผู้สอน ในศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2 จำนวน 513 คน กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตาราง Krejci & Morgan(1970) ได้จำนวน 226 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยง 0.981 และได้ค่า IOC ที่มีค่าตั้งแต่ 0.66 – 1.00 การวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Coefficient) และการถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหาร และครู ศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2 ผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วย ผู้บริหาร จำนวน 56 คน และครูผู้สอน จำนวน 457 คน รวมประชากรทั้งหมด จำนวน 513 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหาร และครูผู้สอน ศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2 จำนวน 226 คน ซึ่งได้ข้อมูลจากการใช้ตารางของ Krejci และ Morgan (Krejcie and Morgan, 1970) ประกอบด้วย ผู้บริหาร จำนวน 56 คน และครูผู้สอน จำนวน 170 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามจำนวน 1 ฉบับ แบ่งออกเป็น 3 ตอน ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Checklist) ประกอบด้วย ตำแหน่งปัจจุบัน ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน และ ประสบการณ์ในตำแหน่งปัจจุบัน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับพฤติกรรมการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของโรงเรียนศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2 คัดเลือกคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item Objective Congruence : IOC) ที่คำนวณได้มากกว่า 0.5 ซึ่งค่า IOC มีค่าอยู่ระหว่าง 0.66 ถึง 1.00 ทุกข้อคำถาม ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ประกอบด้วย ความพร้อมรับผิดชอบ ความโปร่งใส การมีส่วนร่วม นิติธรรม ความเสมอภาค คุณธรรม และมุ่งเน้นฉันทามติ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการรับรู้เกี่ยวกับประสิทธิผลของโรงเรียนศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2 คัดเลือกคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item Objective Congruence : IOC) ที่คำนวณได้มากกว่า 0.5 ซึ่งค่า IOC มีค่าอยู่ระหว่าง 0.66 ถึง 1.00 ทุกข้อคำถาม ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ประกอบด้วย ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของนักเรียน และชุมชนแห่งการเรียนรู้

วิธีรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษามีวิธีการเก็บรวบรวม ดังนี้

1. ขอนหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากมหาวิทยาลัยส่งถึงโรงเรียน ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
2. ประสานงานกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2 เพื่อ นำส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลทางออนไลน์ (Online) โดยใช้ Google Form และประสานงานไปยังโรงเรียน ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างและดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลทางออนไลน์ (Online) Google Form และลงพื้นที่เก็บข้อมูลจริงบางส่วน ซึ่งได้รับแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์กลับคืน จำนวน 226 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าเฉลี่ย (\bar{X})
2. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. หาค่าความตรงเชิงเนื้อหาโดยวิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความและเนื้อหาที่วัด (Index of Item-Objective Congruence : IOC) ด้วยวิธีหาค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ
2. หาค่าอำนาจจำแนกรายข้อด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product - α Moment Correlation Coefficient)
3. หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach)

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

1. ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation Coefficient)
2. การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาการบริหารงานตามหลักหลักธรรมาภิบาลที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียนศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2 ปรากฏ ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D.) และระดับของหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารสถานศึกษา ศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2

การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ความพร้อมรับผิด	4.38	.67	มาก
2. ความโปร่งใส	4.20	.55	มาก
3. การมีส่วนร่วม	4.37	.55	มาก
4. นิติธรรม	4.35	.52	มาก
5. ความเสมอภาค	4.41	.53	มาก
6. คุณธรรม	4.43	.56	มาก
7. มุ่งเน้นฉันทามติ	4.38	.49	มาก
รวม	4.35	.55	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า หลักธรรมาภิบาล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.35$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย 3 อันดับ ได้แก่ คุณธรรม ($\bar{X} = 4.43$) ความเสมอภาค ($\bar{X} = 4.41$) และความรับผิดชอบต่อสังคมกับมุ่งเน้นฉันทามติมีค่าเท่ากัน ($\bar{X} = 4.38$) ส่วนอันดับสุดท้าย คือ ความโปร่งใส ($\bar{X} = 4.20$)

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D.) และระดับของประสิทธิผลของโรงเรียนศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2

ประสิทธิผลของโรงเรียน	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน	4.31	.62	มาก
2. ด้านคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของนักเรียน	4.37	.45	มาก
3. ด้านความเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้	4.46	.58	มาก
รวม	4.38	.55	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ประสิทธิผลของโรงเรียนศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.38$) เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย 3 อันดับแรก ด้านความเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ ($\bar{X} = 4.46$) ด้านคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของนักเรียน ($\bar{X} = 4.37$) และด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน ($\bar{X} = 4.31$) และเป็นอันดับสุดท้าย

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลกับประสิทธิผลของโรงเรียน ศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2

ตัวแปร	ด้านความพร้อมรับผิด (X ₁)	ด้านความโปร่งใส (X ₂)	ด้านการมีส่วนร่วม (X ₃)	ด้านนิติธรรม (X ₄)	ด้านความเสมอภาค (X ₅)	ด้านคุณธรรม (X ₆)	ด้านมุ่งเน้นฉันทามติ (X ₇)	ประสิทธิผลของโรงเรียน
ด้านความพร้อมรับผิด (X ₁)	1.00							
ด้านความโปร่งใส (X ₂)	.677**	1.00						
ด้านการมีส่วนร่วม (X ₃)	.441**	.295**	1.00					
ด้านนิติธรรม (X ₄)	.333**	.185**	.766**	1.00				
ด้านความเสมอภาค (X ₅)	.202**	.083	.777**	.858**	1.00			
ด้านคุณธรรม (X ₆)	.194**	.107	.807**	.847**	.898**	1.00		
ด้านมุ่งเน้นฉันทามติ (X ₇)	.443**	.429**	.667**	.729**	.696**	.694**	1.00	
ประสิทธิผลของโรงเรียน (Y)	.439**	.313**	.738**	.731**	.771**	.788**	.650**	1.00

** ความสัมพันธ์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 3 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลกับประสิทธิผลของโรงเรียน ศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2 ทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวก และภาพรวมมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเรียงตามลำดับ การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลคือ ด้านคุณธรรม (X₆) มีความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิผลของโรงเรียน (y) ในระดับที่สูงสุดอยู่ที่ (r=.788) หรือ 78.83 รองลงมาคือ ด้านความเสมอภาค (X₅) มีความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิผลของโรงเรียน (y) อยู่ที่ (r=.771) หรือ 77.10 และด้านการมีส่วนร่วม (X₃) มีความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิผลของโรงเรียน (y) อยู่ที่ (r = .738) หรือ 73.80 ส่วนด้านความโปร่งใส (X₂)มีความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิผลของโรงเรียน (y) ในระดับที่ต่ำสุด อยู่ที่ (r=.313) หรือ 31.34

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอนของการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียน ศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2 โดยทดสอบความแตกต่างของค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเมื่อเพิ่มตัวแปรเข้าทีละตัว

ตัวแปรต้น	R	R ²	Adjusted R ²	Std.error	F	P-values
X ₆	.788	.621	.620	.261	367.590**	.000
X ₆ X ₁	.841	.707	.740	.230	268.466**	.000
X ₆ X ₁ X ₅	.850	.723	.71961	.225	192.690**	.000

จากตารางที่ 4 พบว่า จากตัวแปรต้นทั้งหมด 7 ตัว พบว่า ทุกด้านมีความสัมพันธ์เป็นไปทางบวก มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำนวน 3 ตัว ตามลำดับ คือ ด้านคุณธรรม (X₆) ด้านความพร้อมรับผิด (X₁) และด้านความเสมอภาค (X₅) ส่วนตัวแปรต้นอีก 4 ตัว คือ ด้านความโปร่งใส (X₂) ด้านการมีส่วนร่วม (X₃) ด้านนิติธรรม (X₄) และด้านมุ่งเน้นฉันทามติ (X₇) ถูกตัดออกจากสมการ เนื่องจากทดสอบความสัมพันธ์แล้วไม่มีความสัมพันธ์ไปในทางเดียวกัน จึงแสดงให้เห็นว่า ตัวแปรต้นที่ดีและเหมาะสมที่สุดที่จะทำให้โรงเรียนในศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2 มีประสิทธิผลได้นั้นจะต้องประกอบด้วยตัวแปรต้นเพียง 3 ตัวเท่านั้น ส่วนค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (R²) เมื่อนำตัวแปรต้นใส่เข้าไปในสมการ จะมีค่าเปลี่ยนไปทำให้ค่าร้อยละของพยากรณ์เปลี่ยนไป โดยพบว่าเมื่อใส่ตัวแปรต้นคือ ด้านคุณธรรม (X₆) เพียงตัวเดียวเข้าไปในสมการถดถอย จะทำให้ค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์เกิดขึ้นร้อยละ 62.1 (R² = .621) เมื่อใส่ตัวแปรต้น ด้านความพร้อมรับผิด (X₁) เพิ่มเข้าไปในสมการจะทำให้มีค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์ร้อยละ 70.7 (R²=.707) และเมื่อใส่ตัวแปรต้นตัวสุดท้าย คือ ด้านความเสมอภาค (X₅) เข้าไปในสมการจะทำให้มีค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์ ร้อยละ 72.3 (R²=.723)

ตารางที่ 5 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ที่อยู่ในรูปคะแนนดิบ (B) และที่อยู่ในรูปคะแนนมาตรฐาน (β)

ตัวแปร	คะแนนดิบ		คะแนนมาตรฐาน	t	P-values
	B	Std.error	β		
(Constant)	.970	.147	-	6.602	.000
X ₆	.364	.061	.477	6.008**	.000
X ₁	.181	.023	.289	8.001**	.000
X ₅	.230	.064	.285	3.575**	.000

R= .850, R²= .723, Adjusted R²= .719, Std.error= .225, F= 192.690

จากตารางที่ 5 พบว่า เมื่อนำตัวแปรต้นการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านความพร้อมรับผิด (X_1) ด้านความเสมอภาค (X_5) และด้านคุณธรรม (X_6) เข้าสมการถดถอยแล้ว จะได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 85.00 ($R=.850$) หรือร้อยละ 85.00 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีค่าสัมประสิทธิ์การทำนายหรืออำนาจพยากรณ์ ร้อยละ 72.30 ($R^2= 0.723$) โดยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียน ศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2 ด้านที่มากที่สุด คือ ด้านคุณธรรม (X_6) รองลงมาคือด้านความพร้อมรับผิด (X_1) และด้านความเสมอภาค (X_5) ตามลำดับ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปของคะแนนมาตรฐาน (β) เท่ากับ .477 (X_6), .289 (X_1) และ .285 (X_5) ซึ่งสามารถสร้างสมการพยากรณ์จากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ที่อยู่ในรูปคะแนนดิบ (B) และที่อยู่ในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) ได้ ดังต่อไปนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ (Unstandardized Score)

$$Y' = 0.970 + 0.364^{**} (X_6) + 0.181^{**}(X_1) + 0.230^{**}(X_5)$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Standardized Score)

$$Z = 0.477 Z_6 + 0.289 Z_1 + 0.285 Z_5$$

อภิปรายผลการวิจัย

จากข้อค้นพบที่ได้จกสรุปผลการศึกษา มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. การบริหารตามหลักธรรมาภิบาล ศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2 พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ กมลพรรณ พิงด้วง (2560) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการบริหารตามหลักธรรมาภิบาลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรสาคร ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า ประเทศไทยให้ความสำคัญกับหลักธรรมาภิบาลซึ่งเป็นหลักในการบริหารประเทศ โดยบัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 หมวด 6 แนวนโยบายแห่งรัฐมาตรา 65 ซึ่งกล่าวว่า รัฐพึงจัดให้มียุทธศาสตร์ชาติเป็นเป้าหมายการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนตามหลักธรรมาภิบาล เพื่อใช้เป็นกรอบในการจัดทำแผนต่าง ๆ ให้สอดคล้องและบูรณาการกันเพื่อให้เกิดเป็นพลังผลักดันร่วมกันไปสู่เป้าหมาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิไลพร จันเสงี่ยม (2555) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารโดยใช้หลักธรรมาภิบาลกับประสิทธิผลการบริหารของผู้บริหาร โรงเรียนมัธยมศึกษาในจังหวัดชลบุรี สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 18 ผลการวิจัยพบว่า การบริหารโดยใช้หลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารโรงเรียน โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ อาทิตยา สุขศรี (2559) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารโดยใช้หลักธรรมาภิบาลกับประสิทธิผลการบริหารของผู้บริหาร โรงเรียนธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี สังกัด

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 4 ผลการวิจัยพบว่า การบริหารโดยใช้หลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารโรงเรียน โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก

ประสิทธิผลของโรงเรียนศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2 พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เป็นเพราะศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2 ให้ความสำคัญกับคุณภาพของสถานศึกษาเสมอมา มีการติดตามในเรื่องของคุณภาพการจัดการศึกษา ประสิทธิภาพในการบริหารงานของโรงเรียน มีการจัดอันดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน และคุณภาพของสถานศึกษาในด้านต่าง ๆ ทำให้โรงเรียนมีความตื่นตัวในเรื่องประสิทธิผลของสถานศึกษา นอกจากนี้สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2 เป็นหน่วยงานสังกัดกระทรวงศึกษาธิการภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน บริหารงานโดยมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ ตามภารกิจขององค์การ กำกับดูแลสนับสนุนส่งเสริมและประสานการจัดการศึกษาของสถานศึกษาหน่วยงานองค์กรและบุคคลต่าง ๆ ที่จัดการศึกษาภาคบังคับและขั้นพื้นฐานให้เป็นไปตามนโยบายและได้มาตรฐานการศึกษา โดยส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชากรวัยเรียนทุกคนได้รับการศึกษาอย่างทั่วถึง และมีคุณภาพ ส่งเสริมการจัดการศึกษาให้ผู้เรียนมีคุณภาพตามหลักสูตร ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีคุณธรรม จริยธรรม มีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ตามหลักสูตร และค่านิยมของคนไทย 12 ประการ รวมทั้งพัฒนาการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพตามมาตรฐาน เน้นการมีส่วนร่วม ด้วยระบบเครือข่ายภายใต้ความรับผิดชอบต่อคุณภาพการศึกษา เพื่อให้ประชากรวัยเรียนทุกคนได้รับโอกาสในการศึกษาขั้นพื้นฐานอย่างทั่วถึง มีคุณภาพและเสมอภาค ผู้เรียนทุกคนได้รับการศึกษาอย่างมีคุณภาพตามมาตรฐานหลักสูตรในแต่ละระดับ และมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น ผู้เรียนทุกคนได้รับการส่งเสริมและพัฒนาคุณธรรม จริยธรรมเป็นไปตามคุณลักษณะอันพึงประสงค์ตามหลักสูตรและค่านิยมหลักของคนไทย 12 ประการ จึงทำให้ประสิทธิผลของสถานศึกษา ศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ กมลพรรณ พึ่งดวง (2560) ประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรสาคร ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ราชนัฐ สีชีวัฒน์ (2556) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างหลักการบริหารแบบธรรมาภิบาลกับประสิทธิผลองค์กรของโรงเรียนมัธยมศึกษา ในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า หลักการบริหารแบบธรรมาภิบาลของโรงเรียนมัธยมศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวีณา พุ่มพวง (2551) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการสถานศึกษาแบบธรรมาภิบาลกับประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 ผลการวิจัยพบว่า การบริหารจัดการสถานศึกษาแบบธรรมาภิบาล โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก

2. ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลกับประสิทธิผลของโรงเรียนศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2 เมื่อพิจารณา พบว่า ทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวก และภาพรวมมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับการศึกษา ของ สมชาย น้อยฉ่ำ (2559) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ของหลักธรรมาภิบาลกับประสิทธิผลในการบริหารงานตามหลักการประเมินแห่งดุลยภาพ ผลการวิจัย พบว่าหลักธรรมาภิบาลส่งผลต่อประสิทธิผลในการบริหารงานตามหลักการประเมินแห่งดุลยภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับ ฌนทร ภาโนมัย และ เพียงแข ภูผายาง (2564) ที่ได้ศึกษา ปัจจัยการบริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 3 มีค่าเฉลี่ยโดยภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ บุญสืบ โพธิ์ศรี (2559) ที่กล่าวว่า การบริหารด้วยหลักธรรมาภิบาลก่อให้เกิดประสิทธิผลทั้งในระดับองค์การและระดับบุคคล ธรรมาภิบาลจะช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้กับองค์การ เนื่องจากมีระบบที่ชัดเจนในการบริหารและการกำกับดูแล ซึ่งจะเพิ่มโอกาสแห่งความสำเร็จได้

3. ผลการบริหารตามหลักธรรมาภิบาลที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา ศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2 เมื่อพิจารณาแยกองค์ประกอบ พบว่า คุณธรรม ความพร้อมรับผิด และความเสมอภาค ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา อาจเนื่องมาจาก การบริหารจัดการศึกษาให้เกิดประสิทธิผลนั้น ไม่ใช่สิ่งที่จะทำให้สำเร็จได้ง่ายๆ เพราะประสิทธิผลของสถานศึกษา หมายถึงระดับความสำเร็จหรือการบรรลุผลตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของสถานศึกษาที่กำหนด โดยมีความหมายครอบคลุมถึงผลผลิตที่เกิดกับนักเรียนความพึงพอใจของครูผู้ปฏิบัติงาน และการพัฒนาสถานศึกษาให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ การจะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวจำเป็นต้องใช้ปัจจัยและองค์ประกอบที่หลากหลาย การมีคุณธรรมส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา สะท้อนให้เห็นว่าการบริหารสถานศึกษามีการยึดมั่นในความถูกต้อง ดีงาม การ ส่งเสริมให้บุคลากรพัฒนาตนเองไปพร้อมกัน เพื่อให้บุคลากรมีความซื่อสัตย์ จริงใจ และยังสอดคล้องกับ มุตตา คงคืน (2551) ผู้บริหารจะต้องจัดการศึกษาให้มีการอบรมสั่งสอนคุณธรรม จริยธรรม และกระทำตนเป็นแบบอย่าง รวมทั้งการจัดประสบการณ์ทางตรงและ ทางอ้อมที่เหมาะสม รับฟังความคิดเห็นของทุกคน ตรงต่อเวลา ส่งเสริมและสนับสนุนให้ทุกคนพัฒนาตนเองด้านคุณธรรม จริยธรรม เป็นผู้นำในการจัดโครงการเชิงจริยธรรม มีการประเมิน ตนเอง และผู้อื่นด้วยความเป็นธรรม ส่วนองค์ประกอบความรับผิดชอบ ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา อาจเนื่องมาจาก ความรับผิดชอบเป็นลักษณะของคนที่แสดงออกถึงความเอาใจใส่ จดจ่อตั้งใจ มุ่งมั่นต่อหน้าที่การงาน เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย ถ้าครูและบุคลากรในสถานศึกษาทุกคนมีความรับผิดชอบย่อมทำให้งานทุกอย่างสำเร็จบรรลุวัตถุประสงค์ สอดคล้องกับแนวคิดของ สุวารินทร์ โรจน์ขจรนภาลัย (2547) ที่กล่าวว่า บุคคลที่มีความรับผิดชอบจะมีความเพียรพยายาม อดทน และตั้งใจทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้เพื่อเกิดความก้าวหน้าต่อตนเองและสังคม

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากการศึกษาในระดับธรรมาภิบาลของโรงเรียน ศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2 พบว่า หลักความโปร่งใส มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก แต่เรียงลำดับแล้วมีค่าน้อยสุด ดังนั้น ศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2 ควรกระตุ้นให้ผู้บริหารสถานศึกษามีการพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอเกี่ยวกับ กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ คุณธรรม จรรยาบรรณต่อวิชาชีพ และการรู้รับผิดชอบต่อการบริหารงานของสถานศึกษา โดยเฉพาะด้านการบริหารงานงบประมาณควรกำหนดแนวทางการบริหารสถานศึกษาให้บรรลุเป้าหมาย และการบริหารสถานศึกษาให้มีประสิทธิภาพ

1.2 จากการศึกษาในระดับประสิทธิผลของโรงเรียน ศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2 พบว่า ด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก แต่เรียงลำดับแล้วมีค่าน้อยสุด ดังนั้น ผู้บริหารสถานศึกษาควรให้ความสำคัญ เอาใจใส่ และพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

1.3 จากการศึกษาการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียน ศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2 ด้านที่มากที่สุด คือ ด้านคุณธรรม ดังนั้น ผู้บริหารสถานศึกษาควรให้ความสำคัญและสนับสนุน การมีวิสัยทัศน์ การวิเคราะห์และสังเคราะห์การมุ่งผลสัมฤทธิ์การพัฒนาตนเองและการทำงานเป็นทีม เพื่อนำพาสถานศึกษาไปสู่ ความสำเร็จและประสิทธิภาพในการบริหารต่อไป ในขณะที่เดียวกันตัวแปรที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ด้านความโปร่งใส ดังนั้น ศูนย์เครือข่ายการศึกษาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2 ควรกำหนดแนวทางการบริหารสถานศึกษาให้บรรลุ เป้าหมาย และการบริหารสถานศึกษาให้มีประสิทธิภาพ กระตุ้นให้ผู้บริหารสถานศึกษามีการพัฒนาตนเองเกี่ยวกับ กฎ ระเบียบ ข้อบังคับการบริหารงานของสถานศึกษา และพัฒนาจรรยาบรรณของวิชาชีพของตนเองมากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า หลักความโปร่งใส มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาเพื่อหา แนวทางในการพัฒนาต่อไป

2.2 ควรศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเกี่ยวกับประสิทธิผลของโรงเรียนเพื่อให้ได้องค์ความรู้ในเชิงลึกมา เปรียบเทียบกับงานวิจัยในเชิงปริมาณ หรือเพื่อเป็นการสนับสนุนงานวิจัยเชิงปริมาณต่อไป

2.3 ควรศึกษาประสิทธิผลของงานในสถานศึกษาด้านต่างๆตามขอบข่ายภารกิจงานด้านอื่น ๆ ของ สถานศึกษา เพื่อนำผลการวิจัยมาใช้เป็นจุดเน้นในการพัฒนาการศึกษาต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กมลพรรณ พึ่งดวง. (2560). การบริหารตามหลักธรรมาภิบาลกับประสิทธิผลของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรสาคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร การศึกษา คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2546). คู่มือการบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานที่เป็นนิติบุคคล. กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ.
- ณัฏกร ภาโนมัย และ เพ็ญแข ภูผายาง. (2564). ปัจจัยการบริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 3. วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ,
- บุญสืบ โพธิ์ศรี. (2559). การบริหารตามหลักธรรมาภิบาลของโรงเรียนอาชีวศึกษาเพื่อมุ่งเน้นการผลิตแรงงานมีอาชีพ. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts), 9(2), 216 – 229.
- ปวีณา พุ่มพวง.(2551). ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการสถานศึกษาแบบธรรมาภิบาลกับประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1. (วิทยานิพนธ์ปริญญา การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา).
- มุตตา คงคืน. (2551). พฤติกรรมการบริหารสถานศึกษาตามหลักธรรมาภิบาลของผู้อำนวยการโรงเรียนในสังกัดเมืองพัทยา. (วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา).
- ราเชนทร์ ลิขิตวัฒน์. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างหลักการบริหารแบบธรรมาภิบาลกับประสิทธิผลองค์กรของโรงเรียนมัธยมศึกษา ในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา).
- วัชรศ วงษ์เฉลียว. (2564). ธรรมาภิบาลของผู้บริหารกับประสิทธิผลของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษาสุพรรณบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหาร การศึกษา คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- วิไลพร จันเสงี่ยม. (2555). ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารโดยใช้หลักธรรมาภิบาลกับประสิทธิผลการบริหาร ของผู้บริหาร โรงเรียนมัธยมศึกษาในจังหวัดชลบุรี สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 18. (วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา).
- สมชาย น้อยฉ่ำ และคณะ. (2559). ธรรมาภิบาลกับประสิทธิผลในการบริหารงานตามหลักการประเมินแห่งดุลย ภาพของเทศบาลนคร เจ้าพระยาสุรศักดิ์ อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี. Kasem Bundit Journal, 17(2), 38 – 48.

- สัมฤทธิ์ กางเพ็ง. (2551). *การพัฒนาและการตรวจสอบความตรงของตัวแบบ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์บัณฑิต การบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- สุวรรณทร์ โจรนัชรณภักดิ์. (2547). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความรับผิดชอบด้านการเรียนของนักเรียน ช่วงชั้นที่ 2 โรงเรียนสารสาสน์พิทยาสรรค์ กรุงเทพมหานคร*. (สารนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร).
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2552). *การจัดระดับการกำกับดูแลองค์กรภาครัฐตาม หลักธรรมาภิบาลของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบ ราชการ.
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2. (2563). *รายงานผลการประเมินคุณธรรมและความ โปร่งใสในการดำเนินงานของสำนักงานเขตพื้นที่ศึกษาออนไลน์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563*. ชัยภูมิ: สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2.
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2.(2564). *รายงานผลดำเนินการ ประจำปี พ.ศ.2564*.ชัยภูมิ: สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2.
- อาคม อึ้งพวง. (2551). *ข้อเสนอเพื่อเสริมสร้างประสิทธิผลของโรงเรียนสาธิตสถาน มหาวิทยาลัยขอนแก่น (มอดินแดง)*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์บัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- อาทิตย์ยา สุขศรี.(2559). *ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารโดยใช้หลักธรรมาภิบาลกับประสิทธิผลการบริหารของ ผู้บริหารโรงเรียนธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ศึกษามัธยมศึกษา เขต 4*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา).
- Hoy, W. K. & Miskel, C. G. (1991). *Education Administration: Theory, Research and Practice*. New York: McGraw-Hill.
- Krejcie, R.V. & D.W. Morgan. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607 – 610.
- Sammons, p., Hillman, J. and Mortimore, P. (1995). *Key Characteristics of Effective Schools*. a Review of School Effectiveness Research. London: OFSTED.

แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5

Guidelines for Developing Digital Leadership of School Administrators under
the Office of Khon Kaen Primary Educational Service Area Office 5

ปณิดา สุภารมย์¹ และ กุลารบ ปุริสาร²

Panida Supharom¹ and Kularb Purisarn²

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์ วิทยาลัยบัณฑิตเอเซีย

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา

คณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์ วิทยาลัยบัณฑิตเอเซีย

¹Student in Educational Administration, Faculty of Education and Arts, Asian Graduate College

²Assistant Professor in charge of the Master of Education Program for Education Administration,

Faculty of Education and Liberal Arts, College of Asian Scholars

อีเมล: psupharom@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

23 มกราคม 2566

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised)

19 กุมภาพันธ์ 2566

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

28 กุมภาพันธ์ 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์และความต้องการจำเป็น 2) ศึกษาแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 การวิจัยแบ่งเป็น 2 ระยะ โดยระยะที่ 1 ศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์และความต้องการจำเป็นในการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและครูที่ทำหน้าที่หัวหน้างานบุคคลโรงเรียน จำนวน 308 คน มาจากสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น เครื่องมือเป็นแบบเลือกถามรูปแบบการตอบสนองแบบรายคู่ มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ .91 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และดัชนีความต้องการจำเป็น ระยะที่ 2 หาแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา และประเมินแนวทางโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพปัจจุบันของภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา อยู่ในระดับปานกลาง สภาพที่พึงประสงค์ของภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาอยู่ในระดับมากที่สุด ความต้องการจำเป็นของภาวะผู้นำดิจิทัลของ

ผู้บริหารสถานศึกษา เรียงลำดับความสำคัญ 3 ลำดับ คือ ด้านการมีวิสัยทัศน์ดิจิทัล รองลงมา ด้านความรู้ดิจิทัล และด้านวัฒนธรรมการเรียนรู้ดิจิทัล ตามลำดับ 2) แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา มีทั้งหมด 6 แนวทางหลัก ประกอบด้วย 26 แนวทางย่อยมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุดและความเป็นไปได้ อยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: แนวทางการพัฒนา, ภาวะผู้นำดิจิทัล, ผู้บริหารสถานศึกษา

ABSTRACT

The present study aimed 1) to investigate in the current situations, desirable situations and needs, 2) to investigate the digital leadership development guidelines of schools' administrators under the Office of Khon Kaen Primary Educational Service Area Office 5. The research was divided into 2 phases. In the first phase, a study of the current situations, desirable situations and needs of digital leadership development of schools' administrators, the sample was 308 consisted of schools' administrators and teachers who responsible for the head of personnel department come from a stratified random sampling. The tool is a dual-response form with .91 of reliability. The instrument used for data collection was Pair response questionnaire The statistics used were percentage, mean, standard deviation and need index. Phase 2 Guidelines for developing digital leadership of school administrators and assessed the guidelines by 3 experts obtained by purposive selection. The tool used is A semi-structured interview form and a suitable and feasibility assessment form for educational institute administrators' digital leadership development approach. The research findings revealed that 1) the current state of digital leadership of school administrators as a whole was at a moderate level. The desirable state of digital leadership of school administrators was at the highest level. Digital Leadership Needs of School Administrators Ranked in 3 order of importance, namely digital vision, followed by digital literacy and digital learning culture, respectively. 2) Digital Leadership Development Guidelines for Educational Institution Administrators consisted of 6 main approaches, consisting of 26 sub-approaches, which were at the highest level of suitability and at the highest level of feasibility.

Keywords: Guidelines to Development, Digital Leadership, School Administrators

บทนำ

กระแสการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัลนั้นส่งผลกระทบต่อการปฏิรูปและการเปลี่ยนแปลงในทุกมิติ ทั้งด้าน เศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา ตลอดจนทั้งการดำรงชีวิตของมนุษย์ ทำให้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทและมีพลังมหาศาลต่อการเอื้อประโยชน์ในวิถีชีวิตประจำวันของผู้คน รวมถึงหน่วยงานต่าง ๆ ให้ขับเคลื่อนไปได้ ท่ามกลางสถานการณ์ วิกฤติ ซึ่งภาวะดังกล่าวกระทบต่อการจัดการศึกษาด้านการบริหารจัดการและการจัดการ การเรียนการสอนในสถานศึกษาอย่างมาก (ดาวรุกรณ ถวิลการ, 2564)

การศึกษาในยุคใหม่ต้องมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อสอดรับแนวคิด การจัดการศึกษาในศตวรรษที่ 21 และรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 โครงการนำทรัพยากรต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ ในการพัฒนาการศึกษา ส่วนการศึกษาในยุคใหม่ต้องมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบและกระบวนการจะต้องใช้ เครื่องมือหรือนวัตกรรมที่เหมาะสม การขับเคลื่อนแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580)

การขับเคลื่อนแผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล พ.ศ. 2561-2565 ได้กำหนดวิสัยทัศน์ในการ พัฒนาประเทศไทยสู่เศรษฐกิจดิจิทัลที่มีพลวัต บนฐานของสังคมที่รู้คิด รู้เท่าทันและกำลังคนที่สามารถ ปรับตัวและสร้างโอกาสจากเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล โดยมียุทธศาสตร์ 4 ด้าน คือ พัฒนากำลังคนสู่ ยุคดิจิทัล ยกระดับภาคเศรษฐกิจสู่ดิจิทัลไทยแลนด์ ขับเคลื่อนชุมชนสู่สังคมดิจิทัล และพัฒนาโครงสร้าง พื้นฐานรองรับนวัตกรรมดิจิทัล (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2560)

ภาวะผู้นำดิจิทัล ผู้บริหารสถานศึกษาซึ่งเป็นผู้บังคับบัญชาจำเป็นต้องมีความสามารถในการนำ องค์กรโดยใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในการบริหารบุคลากรและการจัดการเรียนรู้เพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ตลอดเวลา ทั้งนี้เพื่อให้สถานศึกษามีความทันสมัยบริหารจัดการศึกษาได้อย่างมีคุณภาพในทุก ๆ ด้าน เกิดประโยชน์สูงสุดต่อสถานศึกษา อีกทั้งมีความสามารถในการทำความเข้าใจและใช้สารสนเทศในรูปแบบต่าง ๆ อย่างหลากหลาย นำเสนอด้วยคอมพิวเตอร์ผ่านอินเทอร์เน็ต (Gkuster, 1997) ตลอดจนสามารถอ่านและประมวล รายการสารสนเทศในรูปแบบของไฮเปอร์เท็กซ์ (Hypertext) หรือมัลติมีเดีย (Multimedia) ที่สามารถนำไปใช้งานได้ (Bawden, 2001)

จากการศึกษางานวิจัยของ สุกัญญา แซ่มซ้อย (2562) ศึกษาการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล ได้ให้ ความหมายของภาวะผู้นำดิจิทัลในบริบทของการบริหารสถานศึกษาว่า หมายถึงพฤติกรรมของผู้บริหารที่ แสดงออกถึงความรู้ความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมการจัดการเรียนการสอนในสถานศึกษา โดยมี วิสัยทัศน์และเป็นผู้ดำเนินการส่งเสริมครูและบุคลากรที่เกี่ยวข้องนำเทคโนโลยีมาบูรณาการในการจัดการศึกษาได้ อย่างสอดคล้องกับสภาพบริบทและความต้องการของผู้เรียน ส่วนชุตีรัตน์ กาญจนธงชัย (2562) ศึกษางานวิจัย เรื่องตัวบ่งชี้ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ได้กล่าวว่า ภาวะผู้นำดิจิทัล หมายถึง การแสดงออกของผู้นำโดยสังเกตจากพฤติกรรมความสามารถในการมี

อิทธิพลเหนือผู้อื่นและจูงใจให้ผู้อื่นปฏิบัติตามและทำงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยใช้ความรู้ความสามารถในด้านดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการบริหารองค์กร

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 มีโรงเรียนในสังกัดจำนวน 256 โรงเรียนก็ได้ให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีดิจิทัลเช่นกัน จึงมีนโยบายกำหนดพัฒนาระบบเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการจัดการศึกษาให้ได้มาตรฐานเชื่อมโยงและเข้าถึงได้อย่างชัดเจนและนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยเหลือแทบทุกภาระงานและมีนโยบายอบรมความรู้ให้ผู้บริหาร ครูและบุคลากรทางการศึกษามาปรับใช้ในสถานศึกษา นอกจากนี้สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 ได้กำหนดนโยบายให้กับสถานศึกษานำดิจิทัลเทคโนโลยีมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ นำไปสู่การนำเทคโนโลยี Big Data เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลต่าง ๆ ตั้งแต่ข้อมูลนักเรียน ครูผู้สอน สถานศึกษา งบประมาณที่จำเป็นมาวิเคราะห์ เพื่อให้สถานศึกษาสามารถจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากการสรุปรายงานผลการสังเคราะห์รายงานตนเองของสถานศึกษา ปีการศึกษา 2564 ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 ด้านกระบวนการบริหารและการจัดการ มีผลการประเมินอยู่ในระดับ ดี จำนวน 80 โรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 31.25 เมื่อเทียบสัดส่วนแล้วยังมีความต้องการพัฒนาให้อยู่ในระดับดีเลิศ และยังพบปัญหาอยู่บ้างสำหรับการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในสถานศึกษา

จากเหตุผลและความสำคัญดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการศึกษาต่อไป

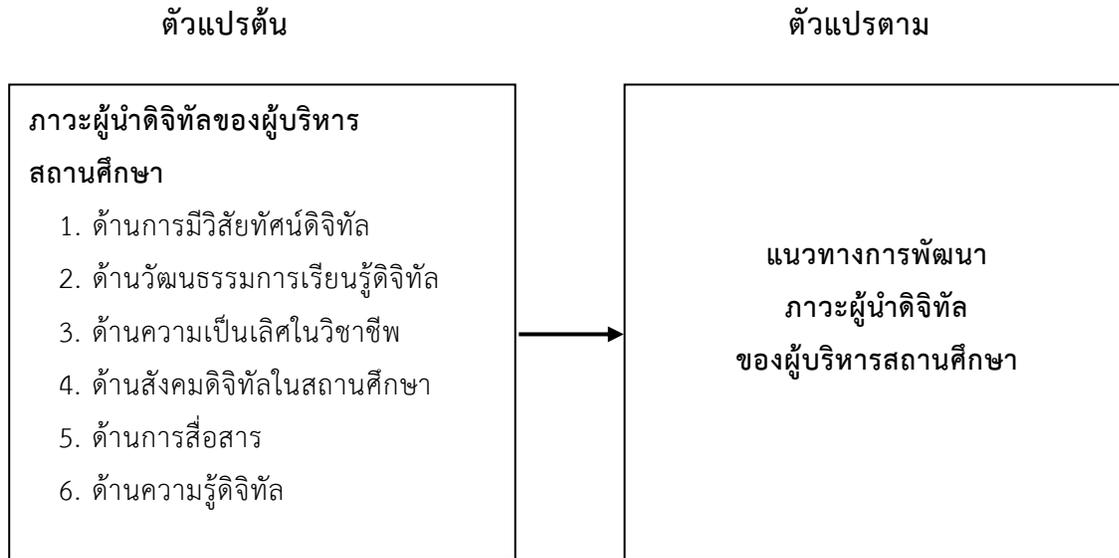
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์และความต้องการจำเป็นของภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 โดยสังเคราะห์องค์ประกอบของภาวะผู้นำดิจิทัล โดยศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาวะผู้นำดิจิทัลของ American Institute for Research (2009) ; International Society for Technology in Edition (2009) ; Hague & Payton (2010) ; Zhu (2014) ; Sheninger (2019) ; Joint Information Systems Committee (2014) ; Sullivan (2018) ;

จิณฉัตร ปะโคทั้ง (2561) ; สมศักดิ์ จีวัฒนา (2555) ; สุกัญญา แซ่มซ้อย (2558) ; จักรกฤษณ์ สิริริน (2561) ; ปกรณ์ ลีสกุล (2561) ; ภาณุมาศ จันทร์ศรี (2562) แล้วนำมาสังเคราะห์ข้อมูลออกมาเป็นองค์ประกอบ 6 องค์ประกอบ ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้บริหารสถานศึกษาและครูในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 จำนวน 1,560 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหารสถานศึกษาและครูที่ทำหน้าที่หัวหน้างานบุคคลโรงเรียน ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 จำนวน 308 คนกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยตาราง Krejcie & Morgan (Krejcie and Morgan, 1970) และสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

1. แบบสอบถามเพื่อการวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 แบบสอบถามเป็นแบบตอบสนองคู่ (Dual – Response Format) ได้แก่ ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 สอบถามสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา และตอนที่ 3 ความคิดเห็นข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา

ขอนแก่น เขต 5 ค่าคุณภาพเครื่องมือ มีค่าดัชนีความสอดคล้องรายข้อตั้งแต่ 0.80-1.00 และมีค่าความเชื่อมั่น ทั้งฉบับ เท่ากับ .91

2. แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหาร สถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 มีลักษณะของเครื่องมือเป็นแบบ สัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) โดยนำผลการศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่ พึ่งประสงค์และผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความต้องการจำเป็น มาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์

3. แบบประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 ได้มาจากการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ โดยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

วิธีรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยดำเนินการขอหนังสือจากคณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์ วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย เพื่อแจ้ง ขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลไปยังผู้บริหารโรงเรียน เพื่อแจ้งขอเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง ตรวจสอบความครบถ้วนของแบบสอบถาม จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึ่งประสงค์และนำมาหา ค่าดัชนีการจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์ เพื่อเข้าสู่ ระยะเวลาที่ 2 ของการวิจัยต่อไป

2. นัดหมายและขอสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 6 ท่าน ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญและ การปฏิบัติที่โดดเด่น มีวิธีปฏิบัติที่ดีเกี่ยวกับภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาในการบริหารจัดการโดยใช้ เทคโนโลยีดิจิทัล และขอความคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งเป็นผู้มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนดเพื่อขอความร่วมมือ ในการประเมินแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 จำนวน 5 ท่าน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์หาค่าทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป วิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Validity) ของแบบสอบถามโดยใช้วิธีหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) วิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนกรายข้อของเครื่องมือที่เป็น แบบสอบถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (Cronbach, 1970) วิเคราะห์โดยใช้ค่าการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและหาค่าดัชนีการจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นโดยใช้สูตร Modified Priority Needs Index (PNI_{Modified})

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ในภาพรวมของภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 พบว่ามีผลการศึกษาดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ของภาวะผู้นำดิจิทัล ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 ในภาพรวม

องค์ประกอบภาวะผู้นำดิจิทัล	สภาพปัจจุบัน			สภาพที่พึงประสงค์		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ด้านการมีวิสัยทัศน์ดิจิทัล	2.78	0.43	ปานกลาง	4.84	0.28	มากที่สุด
2. ด้านวัฒนธรรมการเรียนรู้ดิจิทัล	2.86	0.40	ปานกลาง	4.81	0.25	มากที่สุด
3. ด้านความเป็นเลิศในวิชาชีพ	2.90	0.41	ปานกลาง	4.75	0.32	มากที่สุด
4. ด้านสังคมดิจิทัลในสถานศึกษา	3.13	0.44	ปานกลาง	4.80	0.26	มากที่สุด
5. ด้านการสื่อสาร	2.99	0.22	ปานกลาง	4.82	0.23	มากที่สุด
6. ด้านความรู้ดิจิทัล	2.83	0.28	ปานกลาง	4.83	0.27	มากที่สุด
รวม	2.92	0.36	ปานกลาง	4.81	0.27	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า สภาพปัจจุบันของภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนสภาพที่พึงประสงค์ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด

2. การวิเคราะห์ความต้องการจำเป็นของภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 ปรากฏผลดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ของภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 ค่าดัชนีความต้องการจำเป็น (PNI_{Modified}) และลำดับความต้องการความจำเป็นโดยรวม

องค์ประกอบภาวะผู้นำดิจิทัล	D	I	PNI _{Modified}	ลำดับความต้องการจำเป็น
1. ด้านการมีวิสัยทัศน์ดิจิทัล	2.78	4.84	0.74	1
2. ด้านวัฒนธรรมการเรียนรู้ดิจิทัล	2.86	4.81	0.68	3
3. ด้านความเป็นเลิศในวิชาชีพ	2.90	4.75	0.64	4
4. ด้านสังคมดิจิทัลในสถานศึกษา	3.13	4.80	0.35	6
5. ด้านการสื่อสาร	3.00	4.82	0.60	5
6. ด้านความรู้ดิจิทัล	2.83	4.83	0.71	2
รวม	2.92	4.81	0.62	

จากตารางที่ 2 ลำดับความต้องการจำเป็นในการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 เรียงลำดับความต้องการจำเป็นจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการมีวิสัยทัศน์ดิจิทัล ด้านความรู้ดิจิทัล ด้านวัฒนธรรมการเรียนรู้ดิจิทัล ด้านความเป็นเลิศในวิชาชีพ ด้านการสื่อสารและด้านสังคมดิจิทัลในสถานศึกษา

3. แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 มีทั้งหมด 6 แนวทางหลักประกอบด้วย 26 แนวทางย่อย มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.72$) และความเป็นไปได้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.57$) โดยเรียงลำดับตามความต้องการจำเป็นซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านการมีวิสัยทัศน์ดิจิทัล มี 5 แนวทาง ได้แก่ 1) พัฒนาให้ผู้บริหารสร้างวิสัยทัศน์ให้เกิดขึ้นกับองค์กร โดยการศึกษาดูงานโรงเรียนที่ประสบความสำเร็จในด้านการจัดการศึกษา 2) ผู้บริหารจัดประชุมเพื่อให้บุคลากรร่วมกันกำหนด นโยบายและวิสัยทัศน์ร่วมกัน มีเป้าหมายในการพัฒนาองค์กรไปในทิศทางเดียวกัน 3) ผู้บริหารควรพัฒนาตนเองให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง โดยการเข้ารับการอบรม สัมมนา แลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคลากรเพิ่มความรู้ความเข้าใจในการเปลี่ยนแปลงของดิจิทัล เห็นมุมมองใหม่ ๆ 4) ผู้บริหารมีการสร้างเครือข่าย และมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนแนวคิดด้านดิจิทัล และ 5) ผู้บริหารควรมีการส่งเสริมการจัดหา และค้นหาข้อมูลใหม่ๆ เพื่อให้บุคลากรในหน่วยงานเข้าใจการเปลี่ยนแปลงของโลกดิจิทัล และนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการทำงาน

2. ด้านความรู้ดิจิทัล มี 4 แนวทาง ได้แก่ 1) ผู้บริหารเข้าร่วมโครงการอบรมเพื่อเพิ่มความรู้ความเข้าใจในการเปลี่ยนแปลงของดิจิทัล และนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในสถานศึกษา รวมไปถึงนำดิจิทัล เข้ามาร่วมช่วยในการบริหารจัดการของสถานศึกษา 2) ผู้บริหารมีการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ หาแหล่งข้อมูลเพื่อพัฒนาให้ตนเองมีความรู้ความเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงบนโลกดิจิทัล 3) ผู้บริหารมีการรวบรวมข้อมูลสารสนเทศเพื่อใช้ในการตัดสินใจเข้าใจและสามารถนำดิจิทัลมาใช้ในการบริหารงานในสถานศึกษา สนับสนุนให้มีการแบ่งปันและส่งเสริมให้บุคลากรได้เข้าใจในการใช้ดิจิทัล และ 4) ผู้บริหารส่งเสริมการจัดหาแหล่งข้อมูลที่ดี หรือมีแหล่งข้อที่น่าเชื่อถือเพื่อให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเห็นมุมมองที่หลากหลาย

3. ด้านวัฒนธรรมการเรียนรู้ดิจิทัล มี 4 แนวทาง ได้แก่ 1) ผู้บริหารควรมีการนำข้อมูลสารสนเทศมาใช้ในการตัดสินใจในการขับเคลื่อนในการพัฒนาการศึกษา 2) ผู้บริหารควรมีการสร้างชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) โดยแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ 3) ผู้บริหารควรมีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงพร้อมที่จะปรับตัวได้ทุกสถานการณ์ และ 4) ผู้บริหารควรสำรวจความต้องการของบุคลากรและนักเรียน เพื่ออำนวยความสะดวก จัดหาอุปกรณ์ทางด้านเทคโนโลยีภายใต้งบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัด

4. ด้านความเป็นเลิศในวิชาชีพ มี 5 แนวทาง ได้แก่ 1) ผู้บริหารควรเป็นผู้นำทางเทคโนโลยี โดยการศึกษาเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีที่ถูกต้องด้วยการฝึกฝน อบรม สัมมนา แลกเปลี่ยนเรียนรู้แนวทางการบริหารสถานศึกษาที่มีประสิทธิภาพด้วยการใช้เทคโนโลยี 2) ผู้บริหารควรรับฟังและวิเคราะห์ปัญหาต่าง ๆ ของการจัดการศึกษา กำหนดแนวทางแก้ไขด้วยการส่งเสริมให้บุคลากรได้ศึกษาค้นคว้างานวิจัย พร้อมทั้งใช้กระบวนการวิจัยทางการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ มาพัฒนาขีดความสามารถของผู้เรียน 3) ผู้บริหารควรมีการส่งเสริมให้บุคลากรประยุกต์ใช้ความรู้และนวัตกรรมจากการศึกษาดูงาน และการเข้าร่วมกิจกรรมทางวิชาการ เพื่อพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอน 4) ผู้บริหารควรส่งเสริม สนับสนุนการบริหารงบประมาณในด้านสื่อดิจิทัล เพื่อพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอน และ 5) ผู้บริหารควรวางแผนการพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะด้านการใช้เทคโนโลยี จัดหาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านการใช้เทคโนโลยี เพื่อเป็นผู้รับผิดชอบในการดูแลรักษาและพัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยีให้เกิดประสิทธิภาพ สามารถใช้งานได้อย่างถูกต้อง สะดวก รวดเร็ว ทันเหตุการณ์

5. ด้านการสื่อสาร มี 5 แนวทาง ได้แก่ 1) ผู้บริหารมีการรับฟังความคิดเห็นของบุคลากร และสร้างบรรยากาศให้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นภายในหน่วยงาน 2) ผู้บริหารมีการสื่อสารที่เป็นการแสดงความคิดเห็น มีความระมัดระวัง มีความจริง และมีเหตุผลในการแสดงความคิดเห็น 3) ผู้บริหารมีการสื่อสารโดยใช้ภาษาที่เหมาะสม ไม่แสดงพฤติกรรมที่ก้าวร้าวรุนแรง ให้เกียรติต่อบุคคลที่ทำการสื่อสาร 4) ผู้บริหารมีการสื่อสารทั้งด้านการพูดหรือการแสดงออกทางกายควรทำอย่างสุภาพ เหมาะสมกับคุณวุฒิและวัยวุฒิ มีเจตนาที่ดี มุ่งไปสู่การพัฒนางาน ไม่สื่อสารให้เกิดผลทางลบ และ 5) ผู้บริหารมีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการติดต่อสื่อสาร ทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษา

6. ด้านสังคมดิจิทัลในสถานศึกษา มี 3 แนวทาง ได้แก่ 1) ผู้บริหารส่งเสริมบุคลากรและนักเรียนในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างถูกต้องและมีจริยธรรม 2) ผู้บริหารมีการสร้างความเท่าเทียมโดยเปิดโอกาสให้ครู บุคลากรและนักเรียนทุกคนสามารถเข้าสู่เทคโนโลยีดิจิทัล และ 3) ผู้บริหารส่งเสริมให้บุคลากรและนักเรียนรู้จักวิธีป้องกันข้อมูลตนเองและการใช้งานที่ต้องคำนึงถึงสุขภาพของตนเอง

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 ผู้วิจัยนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. สภาพปัจจุบันของภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.92 ส่วนรายด้านพบว่า ระดับสภาพปัจจุบันของภาวะผู้นำดิจิทัลมากที่สุด คือ ด้านสังคมดิจิทัลในสถานศึกษา รองลงมา คือ ด้านการสื่อสาร ด้านความเป็นเลิศในวิชาชีพ ด้านวัฒนธรรมการเรียนรู้ดิจิทัล ด้านความรู้ดิจิทัลและด้านการมีวิสัยทัศน์ดิจิทัล ตามลำดับ ส่วนสภาพที่พึงประสงค์ของภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.81 ส่วนรายด้านพบว่า ด้านการมีวิสัยทัศน์ดิจิทัล มีมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความรู้ดิจิทัล ด้านการสื่อสาร ด้านสังคมดิจิทัลในสถานศึกษา ด้านวัฒนธรรมการเรียนรู้ดิจิทัลและด้านความเป็นเลิศในวิชาชีพตามลำดับ เมื่อเรียงลำดับความต้องการจำเป็นของภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา เรียงตามลำดับขององค์ประกอบ ดังต่อไปนี้ ด้านการมีวิสัยทัศน์ดิจิทัล ด้านความรู้ดิจิทัล ด้านวัฒนธรรมการเรียนรู้ดิจิทัล ด้านความเป็นเลิศในวิชาชีพ ด้านการสื่อสารและด้านสังคมดิจิทัลในสถานศึกษา ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 อยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่านและปรับตัวเข้าสู่โลกในยุคดิจิทัล ครูและผู้บริหารล้วนมีความมุ่งหมายที่จะบริหารจัดการและจัดการเรียนรู้เพื่อทำงานภายใต้วิถีปกติใหม่ อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับภาวะผู้นำดิจิทัลซึ่งจะนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จ สอดคล้องกับดาวรรุวรรณ ฤวิการ (2564) ที่กล่าวว่าผู้บริหารในยุคดิจิทัลต้องแสดงออกซึ่งภาวะผู้นำที่สอดคล้องกับเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งเรียกว่า ภาวะผู้นำดิจิทัล ซึ่งเป็นการแสดงออกถึงการใช้เทคโนโลยีเพื่อบริหารจัดการ มีความคิดที่กว้างไกลและทันสมัย มีวิสัยทัศน์ด้านการนำเทคโนโลยีมาสนับสนุนส่งเสริมให้ครูสามารถจัดการศึกษาโดยบูรณาการไปใช้ในห้องเรียน สอดคล้องกับงานวิจัยของวาลิกา รักยินดี และพิชญภา ยืนยาว (2562) ที่กล่าวว่า การเป็นผู้นำยุคดิจิทัลที่ดีจะต้องมีภาวะผู้นำที่สามารถนำพาองค์กรให้ดำรงอยู่และแข่งขันกับองค์กรอื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยต้องมีภาวะผู้นำที่เป็นความสามารถในการสร้างอิทธิพลต่อบุคคลอื่น รู้เท่าทันเทคโนโลยี สอดคล้องกับแนวคิดของ McLeod (2007) ที่เสนอว่า โรงเรียนที่ประสบความสำเร็จมากที่สุดจะต้องกำหนดวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนว่าโรงเรียนจะนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้เพื่อเปลี่ยนแปลงการจัดการเรียนรู้ได้อย่างไร โดยสร้างแรงกระตุ้นให้คนในองค์กรร่วมกันจนเป็น

วัฒนธรรมและสร้างสังคมดิจิทัลให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมและยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งฤดี ศิริ, ชาญวิทย์ ชาญรินทร์และวัชรีย์ แสงบุญเรือง (2565) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง สภาพความต้องการจำเป็นและแนวทางพัฒนาทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 1 ผลจากการศึกษาวิจัยพบว่าการศึกษาสภาพปัจจุบัน โดยรวมอยู่ในระดับมากเช่นกันนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของทินกร บัวชู (2562) ได้ศึกษา ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ จากการศึกษา พบว่า องค์ประกอบของภาวะผู้นำดิจิทัลประกอบด้วยวิสัยทัศน์ การเป็นผู้ใช้งานดิจิทัลได้อย่างคล่องแคล่ว ความสามารถในการนำข้อมูลมาใช้ ความเข้าใจในความรู้และทักษะความสามารถของคนในองค์กร และการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ในโลกดิจิทัล นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาวีย์ เขาวรรณเกษม (2562) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำยุคดิจิทัลของ ผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผลโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 1 พบว่า ภาวะผู้นำยุคดิจิทัลของผู้บริหารมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

2. แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 มีทั้งหมด 6 แนวทางหลัก ประกอบด้วย 26 แนวทางย่อย มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.72$) และความเป็นไปได้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.57$) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ผู้ทรงคุณวุฒิที่ประเมินความเหมาะสม ความเป็นไปได้ ประกอบด้วยผู้อำนวยการโรงเรียนทั้งประถมศึกษา ขยาย โอกาสทางการศึกษา และมัธยมศึกษา เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถและเข้าใจแนวทางการพัฒนาบุคลากรให้ เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของโลกและเมื่อผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัล ผู้วิจัยนำ ข้อเสนอระยะที่ 1 ผนวกกับข้อเสนอแนะมาเป็นข้อมูลในการสร้างแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหาร สถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 รวมถึงการวิเคราะห์บริบทของ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษากับทิศทางการเปลี่ยนแปลงในยุคปัจจุบัน ทำให้แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลมี ความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิชญ์พิมล สุนทวงค์ (2565) ได้ศึกษา แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา มหาสารคาม พบว่า สภาพที่พึงประสงค์ของภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษามหาสารคามด้านวิสัยทัศน์ดิจิทัลมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการสื่อสาร ด้านความรู้ดิจิทัล ด้านความร่วมมือตามลำดับและยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัฐนันท์ รถทอง (2565) ที่ได้ศึกษาภาวะผู้นำดิจิทัล ของครูโรงเรียนเทศบาลบ้านสามกอง อ.เมืองฯ จ.ภูเก็ต พบว่าภาวะผู้นำดิจิทัลอยู่ในระดับมากและยังสอดคล้องกับ งานวิจัยของรุจาภรณ์ ลักษณะดี (2565) ที่ได้ศึกษา ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาในสหวิทยาเขต บ้านบึง 1 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชลบุรี เขต 1 พบว่า ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหาร สถานศึกษา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัฏฐณิชา พรปทุมชัยกิจ (2564) ที่ได้ศึกษาภาวะผู้นำยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา

ศรีสะเกษ ยโสธร ผลการวิจัยพบว่าระดับภาวะผู้นำคุณดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาอยู่ในระดับมากเช่นกัน และ วันชัย สุขตาม (2562) เสนอว่า ผู้ที่ประสบความสำเร็จในยุคเปลี่ยนผ่านสู่สังคมดิจิทัล จำเป็นต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถมีภาวะผู้ครอบคลุมทั้งด้านการรับรู้ มีความสามารถในการปรับตัว ยอมรับทางวัฒนธรรมและการทำงานร่วมกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากผลการวิจัยที่พบว่า สภาพปัจจุบันภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา อยู่ในระดับปานกลาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านวิสัยทัศน์ดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ดังนั้น ผู้บริหารควรมีการสร้าง ความชัดเจนให้กับค่านิยมดิจิทัล กำหนดเป้าหมาย กลยุทธ์และทิศทางดิจิทัลของสถานศึกษา สร้างวิสัยทัศน์ดิจิทัล และลงมือปฏิบัติตามกลยุทธ์แผนงานที่วางไว้

1.2 จากผลการวิจัยที่พบว่า สภาพที่พึงประสงค์ของภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา มีความต้องการด้านวิสัยทัศน์ดิจิทัลมากที่สุด ดังนั้นควรส่งเสริมให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพราะจะเป็นพื้นฐานการจัดการศึกษาในโลกยุคดิจิทัลในระดับสถานศึกษาและสนับสนุนให้ครูใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการศึกษา

1.3 แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาที่รับผิดชอบการจัดการศึกษาควรนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการอบรม พัฒนาผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อให้เกิดภาวะผู้นำดิจิทัลอันจะเกิดประโยชน์ต่อระบบการศึกษาและผลักดันเป็นนโยบาย เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

2. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการเพื่อการศึกษาครั้งต่อไปครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาวิจัยเพื่อสร้างรูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อเป็นหลักสูตรจัดอบรมผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อเสริมสร้างภาวะผู้นำดิจิทัลให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม

2.2 ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อสามารถพัฒนาได้ตรงตามการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล

เอกสารอ้างอิง

- จักรกฤษณ์ สิริริน. (2561). *ภาวะผู้นำตัวใหม่: ภาวะผู้นำ ICT*. สืบค้นเมื่อ 11 มิถุนายน 2565, จาก http://web.facebook.com/EadInnoNews/post/1642173849204/?_rdc=1&_rdr.
- จิณฉัตร ปะโคทัง. (2561). *ภาวะผู้นำคุณดิจิทัล สำหรับผู้บริหารสถานศึกษามืออาชีพ*.
อุบลราชธานี: คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

- ชุตีรัตน์ กาญจนธัญชัย. (2562). *ตัวบ่งชี้ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษาระดับบัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย).
- ณัฐธัญญา พรปฐมชัยกิจ. (2564). *ภาวะผู้นำยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา ศรีสะเกษ ยโสธร*. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ*, 15(2), 50-64.
- ดาวรรุวรรณ ถวิลการ. (2564). *ภาวะผู้นำดิจิทัล*. ขอนแก่น: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ทินกร บัวชู. (2562). *ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา*. *วารสารครุศาสตร์สาร คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา*, 9(1), 286-294.
- ปกรณ ลีสกุล. (2561). *Leadership in digital ear : ภาวะผู้นำในโลกดิจิทัล*. สืบค้นเมื่อ 2 พฤษภาคม 2565, จาก <https://today.line.me/th/pc/article/Leadership+in+digital+Ear>:
- พิชญ์พิมล สุนทรวงศ์. (2565). *แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและการพัฒนาการศึกษา, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม).
- ภานุมาศ จันทร์ศรี . (2562). *โมเดลการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาขยายโอกาสทางการศึกษา: การวิจัยผสมผสานวิธี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- รัฐนันท์ รถทอง. (2565). *ภาวะผู้นำดิจิทัลของครูโรงเรียนเทศบาลบ้านสามกอง อ.เมืองฯ จ.ภูเก็ต*. *วารสารรอยแก่นสาน*, 6(11), 76-87.
- รุ่งฤดี ศิริ, ชาญวิทย์ หาญรินทร์และวัชรีย์ แสงบุญเรือง. (2565). *สภาพความต้องการจำเป็นและแนวทางการพัฒนาทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 1*. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 12 (3), 1-16.
- รุจาภรณ์ ลักษณะดี. (2565). *ภาวะผู้นำการดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาในสหวิทยาเขตบ้านบึง 1 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชลบุรี เขต 1*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกริก).
- วันชัย สุขตาม. (2562). *การเสริมสร้างความสามารถภาวะผู้นำดิจิทัลที่จำเป็นสำหรับผู้บริหารท้องถิ่นในยุคเปลี่ยนผ่านสู่สังคมดิจิทัล*. *วารสารการจัดการและพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 1(2), 63-75.

- วาลิกา รักยินดี และพิชญภา ยืนยาว. (2562). รูปแบบการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลสู่สถานศึกษาแห่งนวัตกรรม. *การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ครั้งที่ 11* (11-12 กรกฎาคม 2562 หน้า 1661-1670). นครปฐม: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- สมศักดิ์ จีวัฒน์. (2555). การพัฒนาตัวบ่งชี้ภาวะผู้นำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของบุคลากรทางการศึกษสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน *Constructing ICT leadership indicators for personnel in basic education institutions*. สืบค้นเมื่อ 30 พฤษภาคม 2565, จาก <http://www.tci-thaijo.org/index.php/EDGKKUJ/artiw/50751/42000>.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2560). *แผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล พ.ศ.2561-2565*. สืบค้นเมื่อ 12 สิงหาคม 2565, จาก <https://www.depa.or.th/storage/app/media/file/depa-Promotion-Plan-Book61-65.pdf>.
- สุกัญญา แซ่มซอย. (2558). ภาวะผู้นำทางเทคโนโลยี: การนำเทคโนโลยีสู่ห้องเรียนและโรงเรียนในศตวรรษที่ 21. *วารสารศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 16(4), 216-224.
- สุกัญญา แซ่มซอย. (2562). การบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุภาวัช เขาวนเกษม. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา กับประสิทธิผลโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 1. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).
- American Institute for Research. (2009). *Evaluation of the school technology leadership initiative: external evaluation report*. Washington DC: American Institutes of Research.
- Bawden, D. (2001). Information and digital literacies: a review of concepts. *Journal of Documentation*, 57(2), 218-259.
- Cronbach. Lee J. (1970). *Essentials of Psychological Testing* (3rd.ed). New York: Harper & Row.
- Gkuster, P. (1997). *Digital literacy*. New York: John Wiley.

- Hague, C. & Payton, S. (2010). *Digital literacy across the curriculum*. Bristol: Future lab.
- International Society for Technology in Education (ISTE) (2007): *Advancing Digital Age Learning*. Iste.org.
- Joint Information Systems Committee. (2014). *Developing digital literacies*. Retrieved July 10, 2022, from <https://www.jisc.ac.uk/guides/developing-digital-literacies>.
- Krejcie,R.V.& Morgan.D.W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(1), 607-610.
- McLeod, S.A. (2007). *Maslow's hierarchy of needs*. Retrieved December 2, 2022, from www.simplypsychology.org/maslow.html.
- Sheninger, E. (2019). *Pillars of digital Leadership*. Retrieved July 10, 2022, from <https://Leadered.com/pillars-of-digital-leadership/>.
- Sullivan, L. (2018). *8 skills every digital leader need*. Retrieved July 15, 2022, from <https://www.cmswire.com/digital-workplace/8-skills-every-digital-leader-need>.
- Zhu, P. (2014). *Five key elements in digital leadership*. Retrieved July 3, 2022, from <https://futureofcio.blogspot.com/2014/10/digital-leadership-effectiveness.html>.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR
ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น
Factors Affecting English Proficiency Testing according to CEFR Criteria of
Personnel and Students of Northeastern University, Khon Kaen Province

ธวัช ทะเพชร¹ และ นเรศ สุรสัทธ²

Thawush Thaphech¹ and Nares Surasith²

¹⁻²หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์
มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

^{1,2}Bachelor of Arts Program in English for Communication, Faculty of Social Sciences and Humanities,
Northeastern University

อีเมล: thawush.tha@neu.ac.th เบอร์โทร: 086-8301477

วันที่รับบทความ (Received) วันที่แก้ไขบทความ (Revised) วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)
23 มกราคม 2566 9 กุมภาพันธ์ 2566 9 กุมภาพันธ์ 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR และ 3) เพื่อเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาในการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือจังหวัดขอนแก่น การวิจัยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน กลุ่มตัวอย่าง บุคลากรและนักศึกษา จำนวน 95 คน และสัมภาษณ์ บุคลากรและผู้บริหาร จำนวน 10 คน ข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติการแจกแจงความถี่ ร้อยละและการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยใช้วิธีการคัดเลือกตัวแปรแบบเป็นลำดับขั้น ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือจังหวัดขอนแก่น โดยรวม พบว่า ระดับการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ของบุคลากรและนักศึกษา อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.13$, S.D.=0.33) โดยเรียงลำดับด้านมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านพื้นฐานทางภาษาอังกฤษ ($\bar{X} = 3.29$, S.D.=0.45) ด้านลักษณะนิสัยในการใช้ภาษาอังกฤษ ($\bar{X} = 3.05$, S.D.=0.55) และด้านเจตคติที่มีต่อการเรียนภาษาอังกฤษ ($\bar{X} = 2.85$, S.D.=0.79) ตามลำดับ 2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น โดยรวมทุกด้าน พบว่า ด้านความเข้าใจง่าย X_3 และด้านความคล่องแคล่ว X_2 มีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ในคะแนนดิบ (b) เท่ากับ .676 และ .174 ตามลำดับ 3) แนวทางแก้ไขปัญหาในการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ควรสร้างเทคนิคสร้างพื้นฐานการเรียนรู้จากสื่อรอบตัว โดยการใช้สื่อภาพยนตร์ เพลง และ

ข่าวสารข้อมูลต่างๆ ในการช่วยฝึกทักษะการฟัง ห้ฝึกฝนการฟังอย่างสม่ำเสมอ ทั้งฝึกออกเสียงภาษาอังกฤษด้วยการร้องเพลงจะช่วยฝึกการหัดออกเสียง หรือใช้แอปพลิเคชันช่วยพัฒนาทั้งสามารถตั้งระยะเวลาที่ต้องการเรียนภาษา ตลอดถึงการอ่านเรื่องสั้นภาษาอังกฤษตามระดับภาษาที่จะทำให้ได้ทั้งความสนุกสนานและความรู้ภาษาอังกฤษมีประสิทธิภาพและวิธีการเรียนรู้ที่ส่งผลดีต่อตนเอง ควรมีโอกาสสนทนากับชาวต่างชาติ อันจะทำให้เกิดความสุขในการเรียนรู้ภาษาหรือมองเห็นข้อบกพร่องทางการใช้ภาษา และแก้ไขปรับปรุงข้อผิดพลาดที่จะส่งเสริมให้การเรียนรู้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและส่งผลให้มีความรู้สึกรู้ว่าภาษาอังกฤษเป็นวิชาที่มีประโยชน์ มีความสำคัญและจำเป็น มีคุณค่าควรแก่การศึกษา และสร้างความชอบภาษาอังกฤษอีกทั้งเล็งเห็นความสำคัญและความจำเป็นของภาษาอังกฤษที่ใช้เพื่อการสื่อสารที่เหมาะสมกับความรู้และกระตุ้นให้คิดหาเหตุผลในการตอบคำถามอย่างถูกต้อง

คำสำคัญ: เกณฑ์มาตรฐาน CEFR, บุคลากร, นักศึกษา, มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to study the level of English proficiency testing according to CEFR criteria, 2) to study the factors affecting English proficiency testing according to CEFR criteria and 3) to present guidelines for solving the problem of English proficiency testing according to CEFR criteria of personnel and students of Northeastern University, Khon Kaen province. This research was a mixed method research. The sample group consisted of 95 personnel and students and interviewing 10 personnel and students. Quantitative data were analyzed using descriptive statistics and multiple regression analysis. Data from in-depth interviews were analyzed using content analysis method. The research results were found that: 1) The level of English proficiency testing according to CEFR criteria of personnel and students of Northeastern University, Khon Kaen province, in overall, was found at a moderate level ($\bar{X} = 3.13$, S.D.=0.33), ranked from the highest aspect to the lowest aspect, was as follows: English basicness ($\bar{X} = 3.29$, S.D.=0.45), English usage habits ($\bar{X} = 3.05$, S.D.=0.55) and attitude towards learning English ($\bar{X} = 2.85$, S.D.=0.79) respectively. 2) Factors affecting English proficiency testing according CEFR criteria of personnel and students of Northeastern University, Khon Kaen province, in all aspects, were found that the comprehension X_3 and fluency X_2 with predictor coefficients in raw scores (b) were = .676 and .174, respectively. 3) The guidelines for solving problems in English proficiency testing according to CEFR criteria of personnel and students of Northeastern University, Khon Kaen province, were found as follows: Techniques should be created for creating a foundation for

learning from surrounding media using media, movies, music and information to help practice listening skills, practice should be done continuously, English pronunciation should be done by singing or using an application to help develop and being able to set the time for learning language as well as reading short stories in English according to language levels that would make both fun and effective knowledge of English, there should be English conversation practice or having an opportunity to speak with foreigners, having fun in learning language or seeing problems in using language and improving the mistakes that would promote learning effective and resulted in feeling that English was useful, important, necessary and worthy for learning and creating preference for English focusing on importance and necessity of English used for appropriate communication and encouraging to seek reasons for answering questions correctly.

Keywords: CEFR Criteria, Personnel, Students, Northeastern University

บทนำ

ปัจจุบันภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลและถือว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่นำมาใช้ในการติดต่อสื่อสาร อย่างไรก็ตามขีดจำกัดซึ่งแต่ละประเทศได้กำหนดให้มีการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษในระดับต่าง ๆ มาเป็นเวลานานเพื่อให้ประชากรของชาติสามารถสื่อสารกับนานาชาติด้วยภาษาอังกฤษทั้งทางการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน (กรกษา สอนหาตเวน, 2561) ปัจจุบันได้มีการปฏิรูประบบการศึกษา โดยสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ได้มีการจัดการเรียนการสอนตามหลักสูตรการเรียนการสอนของแต่ละคณะและในหลักสูตรยังได้กำหนดให้ผู้เรียนมีสมรรถนะที่สำคัญ 5 ประการ และสมรรถนะที่สำคัญของผู้เรียน คือ ความสามารถในการสื่อสารได้ซึ่งความสามารถในการสื่อสารในที่นี้หมายถึงความสามารถในการฟัง การพูด การอ่านและการเขียนภาษาต่างประเทศให้ครบถ้วนตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ครบทั้ง 5 ด้าน ในการดำเนินการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ (พรสวรรค์ ชัยมีแรง, 2564) แต่ระบบการศึกษาของไทยในปัจจุบันยังไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของบุคคล สังคมและประเทศเท่าที่ควรเมื่อต้องเผชิญกับความท้าทายในสังคมยุคใหม่ที่มีการเตรียมความพร้อมของสังคมโลกยุคปัจจุบันทำให้การศึกษามีบทบาทในการเตรียมคนให้พร้อมสำหรับการแข่งขัน ในสังคมโลกก็ยิ่งเห็นปัญหาที่เกิดกับการศึกษามากขึ้น (ชนิกา วิชานนท์, 2560) ดังนั้นสถาบันการศึกษาต่างๆจึงเน้นการเรียนรู้ด้านภาษาอังกฤษ และมุ่งหวังให้ผู้เรียนสามารถนำภาษาไปใช้ใน ชีวิตประจำวันอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ภาษาอังกฤษยังมีบทบาทสำคัญที่นำมาฝึกทักษะการจัดการจัดการ การเผชิญและการประยุกต์ความรู้มาใช้ ถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาทักษะให้กับบุคลากร และนักศึกษาและการสื่อสารกับชาวต่างชาติด้วย จากประสบการณ์การที่ผู้วิจัยได้พบจากการสอน ภาษาอังกฤษ เป็นที่น่าสังเกตว่าบุคลากร นักศึกษา (สุนิตย์ รุ่งราตรี, 2561) มีข้อจำกัดในการพูด คือ

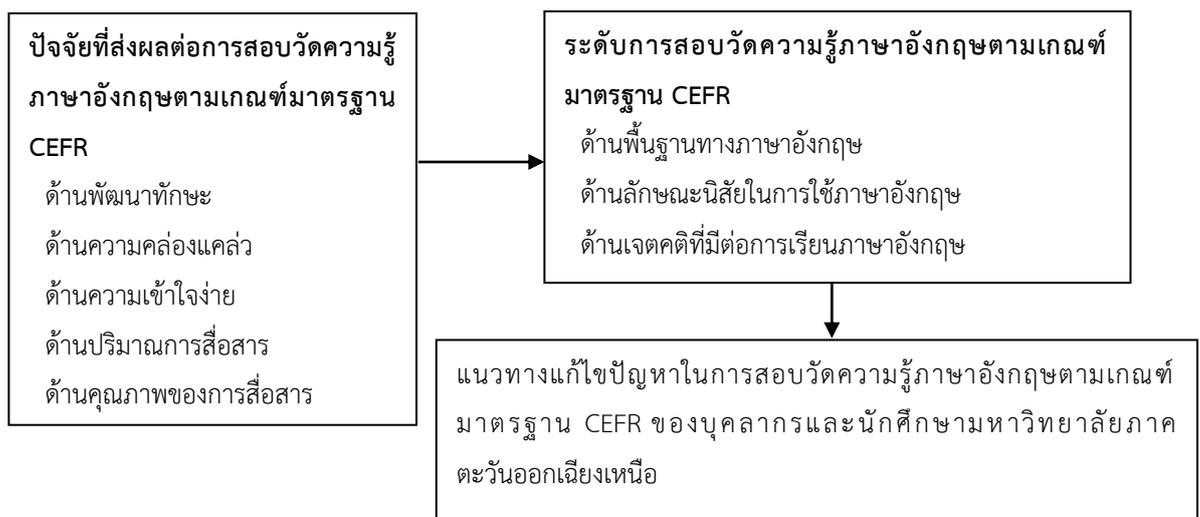
นักศึกษาส่วนใหญ่ออกเสียงคำศัพท์ไม่ถูกต้อง รู้คำศัพท์น้อย ไม่สามารถเลือกใช้คำศัพท์ที่เหมาะสม ไม่สามารถพูดโต้ตอบได้อย่างเป็นธรรมชาติพูดไม่ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ เป็นต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น เพื่อจะเป็นประโยชน์ในการจัดปัญหาที่เป็นอุปสรรคในการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ของบุคลากรและนักศึกษาและเพื่อเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาในการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ของบุคลากรและนักศึกษาให้มีประสิทธิภาพและบังเกิดประสิทธิผลต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น
3. เพื่อเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาในการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น บุคลากร จำนวน 125 คน นักศึกษา จำนวน 2,041 คน รวมจำนวนทั้งหมด 2,166 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น จำนวน 95 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยสูตรการคำนวณของ ทาโร ยามาเน่ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสอบถามเพื่อการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 สอบถามสภาพปัจจุบันระดับการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น ตอนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น และตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะทางแก้ไขปัญหาในการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น ค่าคุณภาพเครื่องมือมีค่าดัชนีความสอดคล้อง เท่ากับ 1.00 ทุกข้อ

2. แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interviews) ของแนวทางแก้ไขปัญหาในการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือจังหวัดขอนแก่น เป็นคำถามแบบปลายเปิดตามองค์ประกอบแนวทางแก้ไขปัญหาในการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น 3 ด้าน คือ ด้านพื้นฐานทางภาษาอังกฤษ ด้านลักษณะนิสัยในการใช้ภาษาอังกฤษ และด้านเจตคติที่มีต่อการเรียนภาษาอังกฤษ มีค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 1.00 ทุกข้อ

วิธีรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม

1. นำแบบสอบถามที่ผ่านการพัฒนาและปรับปรุงจนมีคุณภาพในระดับที่ยอมรับได้ไปดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองและผู้ช่วยวิจัยซึ่งผู้วิจัยขอความร่วมมือจากนักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น ก่อนการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์การวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ขั้นตอนและวิธีเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนแก่ผู้ช่วยวิจัย

2. การขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม และทำหนังสือขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่าง

3. ผู้วิจัยได้ทำหนังสือขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลนำเสนอผู้บริหารเพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้

4. แจกจ่ายและเก็บแบบสอบถามจากประชากรกลุ่มตัวอย่าง

5. รับแบบสอบถามกลับคืน ตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วนสมบูรณ์แล้วไปวิเคราะห์ข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสัมภาษณ์

1. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา บทความ งานวิจัย ในลักษณะการวิจัยเอกสาร ได้แก่ ส่วนที่เป็นคำอธิบายจากเอกสาร หนังสือ ตำรา ที่เป็นแนวคิดทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยการทบทวนแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแนวทางแก้ไขปัญหาในการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือจังหวัดขอนแก่น

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยประสานงาน เพื่อขออนุญาตกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทางโทรศัพท์ แล้วเดินทางไปตามวันเวลาที่นัดหมาย ก่อนการสัมภาษณ์ผู้วิจัยแนะนำตนเอง สร้างความคุ้นเคยระหว่างผู้วิจัยกับผู้ถูกสัมภาษณ์ แจ้งวัตถุประสงค์การของการสัมภาษณ์ แล้วดำเนินการสัมภาษณ์ จำนวน 10 คน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูล วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อสำรวจระดับการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น โดยใช้สถิติการแจกแจงความถี่ และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

2. การวิเคราะห์ข้อมูล วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น นำเสนอในรูปตารางประกอบคำบรรยาย ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณโดยใช้วิธีการคัดเลือกตัวแปรแบบเป็นลำดับขั้น ประกอบการอภิปรายผล

3. การวิเคราะห์ข้อมูลวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาในการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาโดยคัดเลือกและจำแนกข้อมูล จัดระเบียบข้อมูลให้เป็นระบบ จัดทำบรรณานุกรมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล แล้วนำข้อมูลไปเขียนเป็นรายงานตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย

สรุปผลการวิจัย

1. ระดับผลการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น โดยรวม ตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ระดับการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือจังหวัดขอนแก่น โดยรวม

ระดับการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษ CEFR ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือจังหวัดขอนแก่น	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ด้านพื้นฐานทางภาษาอังกฤษ	3.29	0.45	ปานกลาง
ด้านลักษณะนิสัยในการใช้ภาษาอังกฤษ	3.05	0.55	ปานกลาง
ด้านเจตคติที่มีต่อการเรียนภาษาอังกฤษ	2.85	0.79	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.13	0.33	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือจังหวัดขอนแก่น โดยรวม พบว่า ระดับการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือจังหวัดขอนแก่น อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.13$, S.D.= 0.33) โดยเรียงลำดับด้านมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านพื้นฐานทางภาษาอังกฤษ ($\bar{X} = 3.29$, S.D.=0.45) ด้านลักษณะนิสัยในการใช้ภาษาอังกฤษ ($\bar{X} = 3.05$, S.D.=0.55) และด้านเจตคติที่มีต่อการเรียนภาษาอังกฤษ ($\bar{X} = 2.85$, S.D. =0.79) ตามลำดับ

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น โดยรวมทุกด้าน ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือจังหวัดขอนแก่น โดยรวมทุกด้าน Multiple Regression analysis

ลำดับตัวแปรที่ได้ รับการคัดเลือก	B	S.E.	Beta	t	P-value	Collinearity Statistics	
						Tolerance	VIF
ค่าคงที่	.789	.168		-4.686	.000*	-1.120	-.458
ด้านพัฒนาทักษะ X_1	-.054	.023	-.026	-2.370	.018	-.098	-.009
ด้านความคล่องแคล่ว X_2	.174	.055	.054	3.182	.002*	.067	.282
ด้านความเข้าใจง่าย X_3	.676	.028	.723	23.780	.000*	.620	.731
ด้านปริมาณการสื่อสาร X_4	.490	.041	.325	11.957	.282	.409	.570
ด้านคุณภาพของการสื่อสาร X_5	-.014	.010	-.015	-1.369	.172	-.034	.006

$$SE_{est} = \pm 1.13276$$

$$R = .982; R^2 = .963; \text{Adj. } R^2 = .963; F = 1103.221; p\text{-value} = 0.01$$

* statistical significance at the .05 level

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น โดยรวมทุกด้าน พบว่า

ด้านความเข้าใจง่าย X_3 และด้านความคล่องแคล่ว X_2 มีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ในคะแนนดิบ (b) เท่ากับ .676 และ .174 ตามลำดับ

3. แนวทางแก้ไขปัญหาในการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น (สัมภาษณ์บุคลากรและผู้บริหาร) แนวทางแก้ไขปัญหาในการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ควรสร้างเทคนิคพื้นฐานด้านการเรียนรู้จากสื่อรอบตัว โดยการใช้สื่อภาพยนตร์ เพลง และข่าวสารข้อมูลต่างๆ ในการช่วยฝึกทักษะการฟังหมั่นฝึกฝนการฟังอย่างสม่ำเสมอ ทั้งฝึกออกเสียงภาษาอังกฤษด้วยการร้องเพลงจะช่วยฝึกการหัดออกเสียง หรือใช้แอปพลิเคชันช่วยพัฒนาทั้งยังสามารถตั้งระยะเวลาที่ต้องการเรียนภาษา ตลอดถึงการอ่านเรื่องสั้นภาษาอังกฤษตามระดับภาษาอันจะทำให้ได้ทั้งความสนุกสนานและความรู้ภาษาอังกฤษที่มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ควรมีโอกาสสนทนากับชาวต่างชาติ อันจะทำให้เกิดความสุขในการเรียนรู้ภาษาหรือมองเห็นข้อบกพร่องทางการใช้ภาษาและแก้ไขปรับปรุงข้อผิดพลาดที่จะส่งเสริมให้การเรียนรู้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและส่งผลให้มีความรู้สึกว่าภาษาอังกฤษเป็นวิชาที่มีประโยชน์ มีความสำคัญและจำเป็น มีคุณค่าควรแก่การศึกษา อีกทั้งเล็งเห็นความสำคัญและความจำเป็นของภาษาอังกฤษที่ใช้เพื่อการสื่อสารที่เหมาะสมกับความรู้และกระตุ้นให้คิดหาเหตุผลในการตอบคำถามอย่างถูกต้อง

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัยพบว่าประเด็นที่น่าสนใจที่นำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ระดับผลการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น โดยรวมพบว่า ระดับการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ของบุคลากรและนักศึกษา อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.13$, S.D.=0.33) โดยเรียงลำดับด้านมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านพื้นฐานทางภาษาอังกฤษ ($\bar{X} = 3.29$, S.D.=0.45) ด้านลักษณะนิสัยในการใช้ภาษาอังกฤษ ($\bar{X} = 3.05$, S.D.=0.55) และด้านเจตคติที่มีต่อการเรียนภาษาอังกฤษ ($\bar{X} = 2.85$, S.D.=0.79) ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญนภา ตลับกลาง (2562) การพัฒนาผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษโดยใช้วิธีสอนกิจกรรมเป็นฐานสำหรับ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนวัดเขยงเขต ผลการวิจัยพบว่า ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษโดยใช้วิธีสอนกิจกรรมเป็นฐานของนักเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ทั้งนี้อาจมีผลสัมฤทธิ์ที่มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการวัดความรู้สอบภาษาอังกฤษตามเกณฑ์สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 อยู่ในระดับมาก

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น โดยรวมทุกด้าน พบว่า ด้านความเข้าใจง่าย X_3 และด้านความคล่องแคล่ว X_2 มีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ในคะแนนดิบ (b) เท่ากับ .676 และ .174

ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จรินทร์ธร ภัทรพงศ์โอฬาร (2560) การพัฒนาทักษะการพูดภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวันโดยใช้ชุดฝึกพัฒนาทักษะการอ่านออกเสียงภาษาอังกฤษผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ สารานุกรมของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 ผลปรากฏว่าทักษะการพูดของนักศึกษาได้รับการพัฒนาในระดับที่น่าพอใจ นักศึกษามีค่าเฉลี่ยคะแนนทดสอบทักษะการพูดหลังฝึกสูงกว่าก่อนฝึก ซึ่งมีความแตกต่างของค่าเฉลี่ย t-test เท่ากับ -11.529 และมีค่า Sig เท่ากับ .000 (<.05) และซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อีร์วรา ปลาตะเพียนทอง (2562) ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้คำศัพท์โดยการใช้เทคนิคช่วยจำร่วมกับสมุดภาพคำศัพท์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนอนุบาลนครปฐมสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 2) ความคิดเห็นของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนอนุบาลนครปฐมที่มีต่อการเรียนภาษาอังกฤษโดยเทคนิคช่วยจำร่วมกับสมุดภาพคำศัพท์โดยภาพรวมทั้งหมดมีระดับความคิดเห็น เห็นด้วยมากที่สุด 3) ความคงทนในการเรียนรู้คำศัพท์โดยการใช้เทคนิคช่วยจำ ร่วมกับสมุดภาพคำศัพท์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนอนุบาลนครปฐมไม่แตกต่างกันกับการทดสอบหลังเลิกเรียน

3. แนวทางแก้ไขปัญหาในการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ควรสร้างเทคนิคสร้างพื้นฐานการเรียนรู้จากสื่อรอบตัว โดยการใช้สื่อภาพยนตร์ เพลง และข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ในการช่วยฝึกทักษะการฟังผ่านฝึกฝนการฟังอย่างสม่ำเสมอ ทั้งฝึกออกเสียงภาษาอังกฤษด้วยการร้องเพลงจะช่วยฝึกการหัดออกเสียง หรือใช้แอปพลิเคชันช่วยพัฒนาทั้งสามารถตั้งระยะเวลาที่ต้องการเรียนภาษาตลอดถึงการอ่านเรื่องสั้นภาษาอังกฤษตามระดับภาษาที่จะทำให้ได้ทั้งความสนุกสนานและความรู้ภาษาอังกฤษมีประสิทธิภาพและวิธีการเรียนรู้ที่ส่งผลดีต่อตนเอง ควรมีโอกาสสนทนากับชาวต่างชาติ อันจะทำให้เกิดความสุขในการเรียนรู้ภาษาหรือมองเห็นข้อบกพร่องทางการใช้ภาษาและแก้ไขปรับปรุงข้อผิดพลาดที่จะส่งเสริมให้การเรียนรู้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและส่งผลให้มีความรู้ลึกว่าภาษาอังกฤษเป็นวิชาที่มีประโยชน์ มีความสำคัญและจำเป็น มีคุณค่าควรแก่การศึกษา อีกทั้งเล็งเห็นความสำคัญและความจำเป็นของภาษาอังกฤษที่ใช้เพื่อการสื่อสารที่เหมาะสมกับความรู้และกระตุ้นให้คิดหาเหตุผลในการตอบคำถามอย่างถูกต้อง ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ รงคเทพ ลิ้มมณี (2563) ผลการวิจัยแสดงว่า 1) นักเรียนมีทักษะการพูดภาษาอังกฤษหลังการใช้เกมเพื่อการเรียนรู้สูงกว่าเกณฑ์ของโรงเรียน จำนวน 33 คน และไม่ผ่านเกณฑ์จำนวน 8 คน 2) ทักษะการพูดหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 3) นักเรียนมีความสนใจในการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเพื่อการเรียนรู้ในภาพรวมอยู่ระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับภาษาอังกฤษและให้การสนับสนุนบุคลากรของหน่วยงานในด้านการอบรมและสัมมนาภาษาอังกฤษที่เน้นทักษะการสื่อสารเพื่อให้สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ควรจัดทำคู่มือการทำงานเป็นภาษาอังกฤษ เพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติงานและให้ใช้ประโยชน์ได้ และควรมีนโยบายให้ผู้บริหารหน่วยงานทุกภาคส่วนเข้ารับการอบรมอย่างมีประสิทธิภาพ

3. ควรจัดหาวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านภาษาอังกฤษที่เหมาะสมและสอดคล้องตามความต้องการของผู้ใช้ในแต่ระดับอย่างแท้จริง และให้บุคลากรในหน่วยงานสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษเป็นประจำ เพื่อเป็นการฝึกทักษะแบบค่อยเป็นค่อยไป

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. การพัฒนาด้านพื้นฐานทางภาษาอังกฤษ โดยการมีส่วนร่วมหรือให้บุคลากรในหน่วยงานเข้ามามีบทบาท ซึ่งพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือในการพัฒนาศักยภาพของนักศึกษาและบุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นการขับเคลื่อนแนวทางการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษและการพัฒนาศักยภาพนักศึกษาและบุคลากรอย่างชัดเจน

2. การพัฒนาลักษณะนิสัยในการใช้ภาษาอังกฤษ โดยให้ความร่วมมือประสานงานแก่ทุกฝ่าย โดยมีพัฒนาลักษณะนิสัยในการใช้ภาษาอังกฤษของหน่วยงาน และให้ความสำคัญในการพัฒนาลักษณะนิสัยในการใช้ภาษาอังกฤษให้กับนักศึกษาและบุคลากรอย่างมีเป้าประสงค์ของหน่วยงาน

3. การพัฒนาเจตคติที่มีต่อการเรียนภาษาอังกฤษ ผู้บริหารหรือบุคลากรในหน่วยงานควรมีส่วนร่วมในการกำหนดยุทธศาสตร์ มีแผนในการพัฒนาศักยภาพของนักศึกษาและบุคลากรในหน่วยงานอย่างชัดเจน ซึ่งสามารถนำไปปฏิบัติในการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษของบุคลากรและนักศึกษาได้ตามความเหมาะสม และสามารถนำยุทธศาสตร์นั้นๆ ไปปฏิบัติเป็นรูปร่างตามความต้องการของบุคลากรและนักศึกษาประชาชนอย่างจริงจัง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป

1. ควรมีการวิจัยเพื่อค้นหาตัวแปรอื่นที่ส่งผลต่อการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ของบุคลากรและนักศึกษา โดยบูรณาการยุทธวิธีส่งเสริมการคิดขั้นสูง เช่น ความแตกต่างของระดับผลสัมฤทธิ์ทางการสอบวัดความรู้ ระดับความสามารถทางภาษาหรือรูปแบบการสอบวัดความรู้

2. ในส่วนของการวิจัยครั้งต่อไป หลังจากที่ได้มีการดำเนินการแก้ไขตามข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียง จังหวัดขอนแก่น ควรจะเพิ่มเนื้อหาสาระเกี่ยวกับทักษะด้านต่างๆ ของการสอบวัดความรู้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR ให้ครอบคลุมมากขึ้น เพื่อนำมาวิเคราะห์หามาตรการแก้ไขปัญหาได้อย่างต่อเนื่อง

เอกสารอ้างอิง

กรกษา สอนหาตเวณ. (2561). *การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความคงทนในการจำความหมายคำศัพท์ภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนแสงตะวันพัฒนาจังหวัดเลย โดยใช้บทเรียนสำเร็จรูปร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย).

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2560). *การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Window* (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วน จำกัด สามลดา.
- จรินทร์ธร ภัทรพงศ์โอฬาร. (2560). *การพัฒนาทักษะการพูดภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวันโดยใช้ชุดฝึกพัฒนาทักษะการอ่านออกเสียงภาษาอังกฤษผ่านสื่อสิ่งพิมพ์สาธารณะของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1*. (รายงานวิจัย). กรุงเทพมหานคร: วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พาณิชย์การ.
- ชนิกา วิชานนท์. (2560). *การพัฒนาทักษะการอ่านและการเขียนภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค CIRC*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม).
- ธีร์วรา ปลาตะเพียนทอง. (2562). *การพัฒนาผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ด้านคำศัพท์และความคงทนโดยใช้เทคนิคช่วยจำร่วมกับสมุดภาพคำศัพท์สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนอนุบาลนครปฐม*. (การค้นคว้าอิสระศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- เพ็ญญา ตลับกลาง. (2562). *การพัฒนาผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษโดยใช้วิธีสอนกิจกรรมเป็นฐานสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนวัดเขียนเขต*. (การค้นคว้าอิสระหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- พรสวรรค์ ชัยมีแรง. (2564) *การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อจัดการมาตรฐานผลการเรียนรู้ของหลักสูตรระดับอุดมศึกษา วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 11(2), 68-82.*
- รงค์เทพ ลิ้มมณี. (2563). *การพัฒนาทักษะการพูดภาษาอังกฤษโดยใช้เกมเพื่อการเรียนรู้สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.). 26(2), 40-51.*
- สุนิตย์ รุ่งราตรี. (2561). *การพัฒนาระบบสารสนเทศด้านการประกันคุณภาพการศึกษา(ระดับหลักสูตร) ตามเกณฑ์การประกันคุณภาพการศึกษาภายในปี.ศ. 2557 ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. วารสารวิจัยราชภัฏกรุงเทพฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, 5(2), 61-68.*

การพัฒนารูปแบบอาหารท้องถิ่นในเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่การเป็นเมืองพักผ่อน
เพื่อสุขภาพชั้นนำ ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

The Development of Local Food Styles on Creative Tourism Routes to be a
Leading City for Wellness and Leisure in the Tourism Development Zone of
Muang District, Songkhla Province

วิชาญ จุลทริก

Witchan Junlarick

อาจารย์ ดร. ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

Dr. of Bachelor in Public Administration Program Faculty of Humanities and Social Sciences, Thaksin University

อีเมล: Dr.Witchan@hotmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

9 กุมภาพันธ์ 2566

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised)

24 มีนาคม 2566

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

28 มีนาคม 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาการพัฒนาารูปแบบอาหารท้องถิ่นกับเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่การเป็นเมืองพักผ่อนเพื่อสุขภาพชั้นนำ ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา และ 2) เพื่อศึกษาอุปสรรคการพัฒนาอาหารท้องถิ่นกับเส้นทางท่องเที่ยว ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวของพื้นที่ดังกล่าว การศึกษานี้เป็นรูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน กลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มผู้ประกอบการอาหารย่านเมืองสงขลา จำนวน 10 ราย หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ อุตสาหกรรมจังหวัด เทศบาลเมือง พัฒนาการจังหวัด องค์การบริหารส่วนจังหวัด การท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา จำนวน 6 ราย โดยทั้งกลุ่มเป้าหมายทั้ง 2 ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง และใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่จำนวน 100 คน ที่ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 116 คน โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้สถิติเชิงพรรณนาโดยการหาค่าร้อยละ และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการศึกษาพบว่า ความต้องการในการพัฒนาารูปแบบอาหารท้องถิ่นของกลุ่มนักท่องเที่ยว คือ ต้องการให้อาหารมีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ มีความสะอาดถูกสุขอนามัย มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ต้องการการต้อนรับจากทางร้านต้องการให้ร้านมีชื่อเสียงเพิ่มขึ้น รวมถึงต้องการมีส่วนร่วมในการรับชมการสาธิตการปรุงอาหารมากที่สุด ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ขาดความรู้ทางการตลาด รวมถึงขาดประสบการณ์ในการประกอบกิจการ เน้นการทำกิจการเชิงรับมากกว่าเชิงรุก จึงจำเป็นต้องอาศัยหน่วยงานของ

ภาครัฐเข้ามาขับเคลื่อน ประกอบกับการขาดงบประมาณในการลงทุนดังกล่าว รวมถึงปัญหาราคาวัตถุดิบที่ขึ้นราคาสูงขึ้น และปัญหาช่องทางการจัดจำหน่ายที่ยังไม่ตอบโจทย์กับรูปแบบการท่องเที่ยวในปัจจุบัน

คำสำคัญ: การพัฒนารูปแบบอาหารท้องถิ่น, การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, การท่องเที่ยวเมืองสงขลา

ABSTRACT

The objectives of this study were 1) to study the development of local food styles and creative tourism routes to be a leading city for wellness and leisure in the Tourism Development Zone of Muang District, Songkhla Province, and 2) to study the obstacles to local food development and tourism routes in the aforementioned area. The sample groups for this mixed research totaled 116 people from various groups including 10 entrepreneurs and 6 officers from various government agencies comprising the Provincial Industry, the Municipality, the Provincial Developer, the Provincial Administrative Organization, and the Songkhla Provincial Tourism, as well as 100 people comprising groups of tourists and people living in the area. The data collection tools included a questionnaire and in-depth interviews. Descriptive statistics were used to find percentages, while data analysis was carried out from information gained during in-depth interviews. However, the findings revealed that tourists' demands for the development of local food included unique flavors, cleanliness, and hygienic conditions, as well as suitable prices in relation to quality. Also, they preferred to be welcomed by the shops, needed the shops to be more famous, and wanted to enjoy cooking demonstrations. Moreover, the main problems and obstacles were that most entrepreneurs lacked marketing knowledge and entrepreneurial experience, choosing to implement reactive rather than proactive business operations. Thus, support for empowerment from government agencies was necessary. In addition, there was a lack of funding for such investment, as well as increases in the prices of raw materials and problems with distribution channels that have not yet met the needs of current tourism.

Keywords: Development of local food styles, Creative tourism, Songkhla tourism

บทนำ

อาหารพื้นบ้านไทยเป็นสิ่งที่แสดงถึงภูมิปัญญาของคนไทย ซึ่งในแต่ละภูมิภาคจะมีการปรับตัวเพื่อการค้าตามสภาพทางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ผ่านการคิดค้น นำเอาทรัพยากรที่มีคุณค่า มีสรรพคุณทางด้านอาหารและยามาเป็นอาหารพื้นบ้านได้อย่างเรียบง่าย สอดคล้องกับความเป็นอยู่ในแต่ละภูมิภาค ยิ่งยง ไพสุขศานติวัฒนา (2556) รายงานการบริโภคผักพื้นบ้านของคนไทยนั้น เป็นอีกวิถีชีวิตของแต่ละท้องถิ่นที่มีความหลากหลายทางชีวภาพมาก เป็น 1 ใน 20 ประเทศทั่วโลก จากข้อมูลในปี พ.ศ. 2562 มีนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 17,721,535 คน นักท่องเที่ยวต่างชาติ 15,778,840 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) แต่ในปี พ.ศ. 2563 ได้เกิดวิกฤติของโรคระบาดโควิด-19 ระบาด 2019 มีนักท่องเที่ยวรวม เหลือเพียง 6,702,396 คน ในปี 2564 มีนักท่องเที่ยวเหลือเพียง 427,869 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) ตามมาตรการการกักตัวและปิดประเทศของรัฐบาล ซึ่งนักท่องเที่ยวได้ลดลง ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจอย่างรุนแรง โดยเฉพาะกลุ่มรากหญ้า เกษตรกรและผู้ประกอบการชุมชนล้วนได้รับผลกระทบอย่างมากมาย ดังนั้นจึงต้องหากวิธีและแนวทางใหม่ในการท่องเที่ยวโดยการพัฒนาเศรษฐกิจให้เกิดความยั่งยืน โดยใช้ภูมิปัญญาของชุมชนที่มีอยู่มาพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น จากการศึกษาวิจัยของนักวิจัยหลายท่าน ยืนยันว่า การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนนั้น มีปัจจัยหลายอย่างโดยเฉพาะความเข้มแข็งคนในท้องถิ่น หรือชุมชนที่เป็นปัจจัยสำคัญ เพราะคนในชุมชน มีศักยภาพ มีภูมิปัญญา และมีใจมุ่งมั่นที่จะแก้ปัญหาและพัฒนาคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ อีกทั้งยังต้องการดูแลสังคม และสิ่งแวดล้อมอันนำไปสู่การอยู่ในพื้นที่ที่สามารถสร้างความสุขให้กับพวกเขา (สุเมธ ตันติเวชกุล, 2536 และ เอกวิทย์ ณ ถลาง, 2543) ดังนั้นแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน (SMCE หรือ small and micro community enterprise) จึงเป็นแนวทางหนึ่งที่ประเทศไทยได้นำมาที่จะช่วยแก้ปัญหาความยากจนของประชาชนและเป็นแนวทางที่สร้างเศรษฐกิจ สังคม และชุมชนให้มีความยั่งยืน เพราะเป็นการส่งเสริมให้ชุมชนรู้จักใช้ทรัพยากรท้องถิ่น ทำให้พวกเขาสามารถพึ่งพาตนเองในระยะยาวได้อย่างมั่นคง

แนวทางแก้ปัญหาของหลายหน่วยงานในภาครัฐบาลเพื่อช่วยวิสาหกิจชุมชน คือ การนำผลิตภัณฑ์จากวิสาหกิจชุมชนเข้าสู่ตลาดที่มีกำลังซื้อ ซึ่งตลาดที่หลายหน่วยงานสนใจ คือ ตลาดท่องเที่ยวโดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีกำลังซื้อ และสนใจในคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพที่มีกำลังซื้อสูงเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวระดับบน (High -End) มีศักยภาพและความพร้อมในการใช้จ่ายใช้สอยและพำนักนานเน้นกิจกรรมที่หลากหลายรูปแบบ ซึ่งเป็นการช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจระดับชาติและท้องถิ่นให้เกิดการเจริญเติบโต และในการท่องเที่ยวมักจะเกิดขึ้นมาควบคู่กับการแสวงหาอาหารโดยเฉพาะอาหารประจำถิ่นของแต่ละพื้นที่ อาหารไทยถือเป็นรู้จักกันดีในหมู่นักท่องเที่ยวต่างชาติ อาหารไทยสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมการกินรวมทั้งถ่ายทอดภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของคนไทยตั้งแต่การเลือกสรรวัตถุดิบเครื่องปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น เช่น สมุนไพร เครื่องเทศ ไปจนถึงขั้นตอนการปรุง การจัดวาง และการตกแต่ง ด้วยภูมิปัญญาอันเฉลียวฉลาดของคนไทยในการสร้างสรรค์อาหารเมนูต่าง ๆ ทำให้อาหารไทยเป็นศิลปะที่มีความงดงาม มีอัตลักษณ์

มีความหลากหลายและมีสีสันไปจนถึงรสชาติที่อร่อย (Thai Food Database) ประกอบกับ อาหารไทยเป็นที่รู้จัก ถึงการมีอัตลักษณ์ที่สามารถดึงดูดใจ และสร้างความสนใจแก่นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิตของมนุษย์ในสังคมปัจจุบัน และการเดินทางท่องเที่ยวของมนุษย์ก่อให้เกิดการเติบโตของภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก จนทำให้เกิดเป็นภาคธุรกิจขนาดใหญ่ที่เรียกว่า อุตสาหกรรมอาหารและการท่องเที่ยว ซึ่งถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ (อัศวิน แสงพิบูล, 2556) เปรียบเสมือนสินทรัพย์อันทรงคุณค่าให้กับประเทศไทย โดยองค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ได้สรุปรายได้จากการท่องเที่ยวของปี ค.ศ.2018 ไว้ว่า ประเทศไทยเป็นประเทศที่สามารถสร้างรายได้สูงถึงอันดับ 4 ของโลก จำนวน 19 ล้านบาท และมีแนวโน้มว่าจะมีนักท่องเที่ยวแสวงหารูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่แตกต่างไปจากเดิม ด้วยสถานการณ์ปัจจุบันยังคงต้องมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงตามพลวัตได้อย่างทันท่วงที ซึ่งสามารถสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในหลาย ๆ ประเทศจึงได้ริเริ่มกำหนดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า “รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” เดินทางท่องเที่ยวแนวใหม่ โดยเป็นการเชื่อมโยงเข้ากับการเล่าเรื่องศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้น ๆ ให้เข้าไปเรียนรู้และมีส่วนร่วมในพื้นที่ท่องเที่ยวเป็นการเน้นในเรื่องการทำกิจกรรมการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวชุมชนนั้น ๆ ซึ่งนักท่องเที่ยวจะมีส่วนร่วมระหว่างชุมชนกับตัวนักท่องเที่ยวเองผ่านการทำกิจกรรมที่มีใช่เพียงแต่การมองดู แต่เป็นการลงมือทำ เพื่อเรียนรู้โดยผ่านการปฏิบัติอย่างลึกซึ้ง ณ พื้นที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ซึ่งออกแบบโดยชุมชนที่มีอยู่ใช้ทรัพยากรภายในชุมชนนำมาสร้างให้เกิดคุณค่า และสร้างสรรค์เป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่มีประโยชน์ เพิ่มรายได้ให้กับชุมชน และยังสามารถที่จะนำมากระจายรายได้ให้แก่ชุมชนซึ่งการท่องเที่ยวแบบนี้นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้ และได้รับประสบการณ์ที่เกี่ยวกับชุมชนรวมถึงการได้เรียนรู้ความเป็นอยู่การดำเนินชีวิตของคนในชุมชนที่แตกต่างกันทางด้านวัฒนธรรม (Binkhorst, 2006) นับได้ว่าเป็นการสร้างมูลค่าและคุณค่าแก่ผู้มาเยือนได้เข้าใจอัตลักษณ์ของท้องถิ่นมากขึ้น

ดังนั้นการสร้างอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่น และสร้างกลไกกิจกรรมทางการท่องเที่ยวด้านอาหารท้องถิ่น โดยให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม และสร้างความสนใจ แก่นักท่องเที่ยว เพื่อช่วยส่งเสริมและยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีสถานที่ท่องเที่ยวและอาหารขึ้นชื่อมากมาย โดยเฉพาะย่านเมืองเก่า มีประวัติยาวนานกว่า 100 ปี มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ภาษา การแต่งกาย รวมถึงอาหาร ที่ผสมผสานกันอย่างลงตัว ทำให้อาหารท้องถิ่นของเมืองสงขลา มีเอกลักษณ์เฉพาะ จากความสำคัญข้างต้น การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นเมืองสงขลา จะทำให้เราสามารถทราบถึงจุดอ่อนของอาหารที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ที่อาจเป็นปัญหาอุปสรรคสำคัญที่ส่งผลต่อการเพิ่มรายได้ให้กับธุรกิจอาหารท้องถิ่น จึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างมากที่จะต้องมีการศึกษาวิจัยและพัฒนากิจกรรมอาหารท้องถิ่นของพื้นที่ดังกล่าวเพื่อพัฒนารูปแบบอาหารท้องถิ่นของเมืองสงขลาให้มีความเหมาะสมต่อไป

ด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะศึกษาการพัฒนารูปแบบอาหารท้องถิ่น ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา รวมถึงศึกษาอุปสรรคการพัฒนาอาหารท้องถิ่นกับเส้นทาง

การท่องเที่ยว ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ทั้งนี้ผลการศึกษาดังกล่าวจะสามารถนำไปพัฒนาเป็นรูปแบบอาหารท้องถิ่น ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดสงขลา เพื่อเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว และยังเป็นข้อมูลที่สำคัญในการสร้างแนวทางให้ธุรกิจอาหารในพื้นที่การท่องเที่ยวปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการของยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการพัฒนาารูปแบบอาหารท้องถิ่นกับเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่การเป็นเมืองพักผ่อนเพื่อสุขภาพชั้นนำ ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาอุปสรรคการพัฒนาอาหารท้องถิ่นกับเส้นทางการท่องเที่ยว ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

ประโยชน์ของการวิจัย

1. ได้รูปแบบการพัฒนาอาหารท้องถิ่นในเขต อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา เพื่อเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว
2. เพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารในเขตพื้นที่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา เพื่อเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว
3. เป็นแนวทางให้ธุรกิจอาหารในพื้นที่ทางการท่องเที่ยวสามารถนำไปพัฒนานวัตกรรมให้กลายเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวได้

กรอบการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) มาเป็นกรอบในการศึกษาภาพรวม ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวในถิ่นที่มีลักษณะดังนี้ 1) มี การผลิตอาหาร 2) การชมเทศกาลอาหาร 3) ทดลองชิมอาหาร และการพบปะพูดคุยกับผู้ปรุงอาหาร ทั้งนี้เพื่อประสบการณ์ที่แปลกใหม่แก่นักท่องเที่ยว และได้้นำแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีองค์ประกอบสำคัญ ดังนี้ 1) ผู้ท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านมีความผูกพันระหว่างกัน 2) มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/ส่งผ่าน-ส่งต่อประสบการณ์ 3) มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรม 4) การมีส่วนร่วม 5) เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม 6) นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เรียนรู้ประสบการณ์ 7) มีความจริงแท้ทั้งในกระบวนการการผลิตและผลิตภัณฑ์ ประสบการณ์จริง 8) มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ที่ท่องเที่ยว หรือชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ และ 9) การท่องเที่ยวแบบจัดเตรียมไว้อย่างจำเพาะเจาะจง การศึกษานี้มีการศึกษาวิเคราะห์ถึงรูปแบบของการพัฒนาอาหารท้องถิ่นเพื่อ

สร้างอัตลักษณ์เฉพาะของอาหารท้องถิ่นเมืองสงขลาจากข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม รวมถึงการศึกษาวเคราะห์ถึงปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญของการพัฒนาอาหารท้องถิ่นเมืองสงขลา

วิธีดำเนินการวิจัย

เนื่องด้วยการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษารูปแบบผสมผสานผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างและกลุ่มเป้าหมายหรือผู้ให้ข้อมูลสำคัญดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่ม นักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่จำนวน 100 คน รวมทั้งสิ้น 116 คน กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการ จำนวน 10 คน 2) หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ อุตสาหกรรมจังหวัด เทศบาลเมือง พัฒนาการจังหวัด องค์การบริหารส่วนจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด จำนวน 6 คน

กระบวนการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาครั้งนี้ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนและนักท่องเที่ยว โดยเป็นกลุ่มประชาชนและนักท่องเที่ยวที่พบในพื้นที่เมืองสงขลา และแบบเจาะจง (Purposive Selection) สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ประกอบการด้านอาหารที่มีชื่อเสียงของเมืองสงขลา และหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องและให้การสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม จำนวน 2 ชุด ประกอบไปด้วยแบบสอบถามสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชน/นักท่องเที่ยว และแบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการ และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 1 ชุด สำหรับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยการใช้แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ โดยการลงพื้นที่เก็บข้อมูลประชาชนและนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และหน่วยงานภาครัฐที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาครั้งนี้ และนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความครบถ้วน และถูกต้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามเชิงปริมาณ โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป และนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนาที่เป็นคำร้อยละ รวมถึงทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก

สรุปผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาการพัฒนาารูปแบบอาหารท้องถิ่น กับเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่การเป็นเมืองพักผ่อนเพื่อสุขภาพชั้นในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา พบว่ารูปแบบอาหารท้องถิ่นที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการที่จะให้มีการพัฒนาแบ่งออกเป็นด้านต่าง ๆ ดังนี้

ปัจจัยความต้องการด้านอาหารที่เกี่ยวข้องกับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับอาหารท้องถิ่น/พื้นบ้าน

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มประชาชนและนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างถึงความต้องการด้านอาหารที่เกี่ยวข้องกับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับอาหารพื้นบ้านในด้านอัตลักษณ์ของอาหารพื้นบ้าน สามารถเรียงลำดับความต้องการได้ดังนี้

ความต้องการด้านอัตลักษณ์ของอาหารพื้นบ้าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากอาหารอื่น	26	26.00
มีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์	40	40.00
มีกลิ่นที่เป็นเอกลักษณ์	5	5.00
มีความแปลกใหม่	19	19.00
มีการใช้วัตถุดิบพื้นบ้าน	10	10.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการในการสร้างอัตลักษณ์ของอาหารพื้นบ้านโดยสามารถเรียงลำดับได้เป็น ความต้องการที่จะให้มีรสชาติอาหารที่เป็นเอกลักษณ์อันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาความต้องการที่จะให้อาหารมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากอาหารอื่นคิดเป็นร้อยละ 26.00 ความต้องการที่จะให้อาหารมีความแปลกใหม่คิดเป็นร้อยละ 19.00 ความต้องการที่จะให้อาหารมีการใช้วัตถุดิบพื้นบ้านคิดเป็นร้อยละ 10.00 และความต้องการที่จะให้อาหารมีกลิ่นที่เป็นเอกลักษณ์คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มประชาชนและนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างถึงความต้องการด้านอาหารที่เกี่ยวข้องกับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับอาหารท้องถิ่น/พื้นบ้าน ในด้านคุณภาพของอาหารพื้นบ้าน

ความต้องการด้านคุณภาพของอาหาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สะอาด ถูกสุขอนามัย	31	31.00
สดใหม่ปลอดสารพิษ	14	14.00
คุณค่าทางโภชนาการ	25	25.00
รสชาติ	23	23.00
การจัดตกแต่งจานอาหาร	7	7.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการด้านคุณภาพของอาหารในเรื่องของความสะอาด ถูกสุขอนามัยมากที่สุดเป็นลำดับแรก คิดเป็น 31.00 รองลงมา คุณค่าทางโภชนาการคิดเป็นร้อยละ 25.00 รสชาติอาหารคิดเป็นร้อยละ 23.00 ความสดใหม่ปลอดสารพิษคิดเป็นร้อยละ 14.00 และการจัดตกแต่งจานอาหารคิดเป็นร้อยละ 7.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มประชาชนและนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างถึงความต้องการด้านอาหารที่เกี่ยวข้องกับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับอาหารท้องถิ่น/พื้นบ้าน ในด้านความคุ้มค่าของราคา

ความต้องการด้านความคุ้มค่าของราคา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	38	38.00
ราคาเหมาะสมกับคุณค่าทางโภชนาการ	30	30.00
ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับอาหารทั่วไป	32	32.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการให้ราคาอาหารมีความเหมาะสมกับคุณภาพมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 38.00 รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับอาหารทั่วไปคิดเป็นร้อยละ 32.00 และราคาเหมาะสมกับคุณค่าทางโภชนาการคิดเป็นร้อยละ 30.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มประชาชนและนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างถึงความต้องการด้านอาหารที่เกี่ยวข้องกับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับอาหารท้องถิ่น/พื้นบ้าน ในด้านลักษณะการให้บริการ

ความต้องการด้านลักษณะการให้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การต้อนรับ	45	45.00
การแต่งกายของพนักงานให้บริการ	15	15.00
ความรวดเร็วในการให้บริการ	30	30.00
การให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหาร	10	10.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการลักษณะการให้บริการด้านการต้อนรับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาด้านความรวดเร็วคิดเป็นร้อยละ 30.00 ด้านการแต่งกายของพนักงานให้บริการคิดเป็นร้อยละ 15.00 และด้านการให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารคิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มประชาชนและนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างถึงความต้องการด้านอาหารที่เกี่ยวข้องกับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับอาหารท้องถิ่น/พื้นบ้าน ในด้านลักษณะทั่วไปของร้านอาหาร

ความต้องการด้านลักษณะทั่วไปของร้าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชื่อเสียง	40	40.00
สภาพแวดล้อม/บรรยากาศ	17	17.00
ความสะดวกในการเดินทาง	24	24.00
มีป้ายบอกทางไปร้าน	19	19.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการให้ลักษณะทั่วไปของร้านอาหารมีชื่อเสียงมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ ความสะดวกในการเดินทางคิดเป็นร้อยละ 24.00 มีป้ายบอกทางคิดเป็นร้อยละ 19.00 และสภาพแวดล้อม/บรรยากาศคิดเป็นร้อยละ 17.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 อันดับ 1-5 กับเมนูอาหารท้องถิ่น ที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้เป็นอาหารที่มีอัตลักษณ์ประจำถิ่น

อันดับที่	เมนูอาหารพื้นบ้าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	แกงไตปลา	16	16.00
2	แกงน้ำเคย	13	13.00
3	แกงคั่วไก่บ้าน	12	12.00
4	หลามบอน	10	10.00
5	ขนมหวัค	9	9.00

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มประชาชนและนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างถึงความต้องการมีส่วนร่วมในการทำอาหารพื้นบ้านในสถานที่พักผ่อน

ความต้องการในการมีส่วนร่วม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประกอบอาหารด้วยตนเอง	23	23.00
รับชมการสาธิตปรุงอาหาร	48	48.00
แบบใดก็ได้	23	23.00
ไม่ต้องการมีส่วนร่วม	6	6.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการในการมีส่วนร่วมด้านการรับชมสาธิตปรุงอาหารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมาคือ การประกอบอาหารด้วยตนเอง และแบบใดก็ได้ คิดเป็นร้อยละ 23.00 และไม่ต้องการมีส่วนร่วม คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ในภาพรวมสามารถสรุปถึงความต้องการในการพัฒนารูปแบบอาหารท้องถิ่นของกลุ่มนักท่องเที่ยว คือ ต้องการให้อาหารมีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ มีความสะอาดถูกสุขอนามัย มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ต้องการการต้อนรับจากทางร้านต้องการให้ร้านมีชื่อเสียงเพิ่มขึ้น รวมถึงต้องการมีส่วนร่วมในการรับชมการสาธิตการปรุงอาหารมากที่สุด

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างอัตลักษณ์ให้กับอาหารในท้องถิ่น/ท้องถิ่น

จากการสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มผู้ประกอบการจำนวน 10 คน ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดมีความคิดเห็นว่าในพื้นที่ของอำเภอเมืองจังหวัดสงขลา มีอาหารที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น และมีความต้องการที่จะให้แต่ละชุมชน/แต่ละอำเภอ มีอาหารที่ถูกยกระดับให้มีเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละพื้นที่ และจากการสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการในพื้นที่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าอาหารประเภทกับข้าว/อาหารควมมีความเหมาะสมและมีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะ คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือ ของหวาน/ขนมไทย คิดเป็นร้อยละ 40.00 และผู้ประกอบการทั้งหมดเห็นด้วยที่จะให้มีการสร้างอัตลักษณ์อาหารพื้นบ้านเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน

อาหารที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการแนะนำให้นักท่องเที่ยวที่มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ได้แก่ ข้าวสตูหมู ขนมโบราณของจังหวัด ขนมไข่ เต้าคั่ว ไอติมกะทิไข่แข็ง ข้าวหมูแดงหมูกรอบ หมูสะเต๊ะ หม้อไฟขึ้นบก แคนหมู มะตะบะเนื้อ, โรตีสาย และการอจี

ชนิดของอาหารในชุมชนที่เหมาะสมแก่การสร้างเอกลักษณ์ให้เป็นอาหารประจำถิ่น ได้แก่ ข้าวสตูหมู ขนมบอก ขนมไข่เต่าถ่าน เต้าคั่ว ไอติมกะทิไข่แข็งซาเขียว ข้าวหมูแดงหมูกรอบ หมูสะเต๊ะ กวยเตี๋ยวเรือน้ำตก อาหารทะเลสด และการอจี

วัตถุดิบที่มีในชุมชน หรือทรัพยากรทางธรรมชาติที่โดดเด่น และมีปริมาณมากภายในชุมชน ได้แก่ มะพร้าว น้ำตาลโตนด สัตว์ทะเลสาบ กะทิ ถั่วเขียว

อาหารที่เป็นจุดเด่นในชุมชนที่ผู้ตอบแบบสอบถามระบุมา ได้แก่ ข้าวสตูหมู ขนมบอก ขนมไข่ เต้าคั่ว ไอติมกะทิไข่แข็งซาเขียว ข้าวหมูแดงหมูกรอบ หมูสะเต๊ะกวยเตี๋ยวเรือน้ำตก โรตีสาย ขนมการอจี

ข้อเสนอแนะทั่วไปที่เกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับอาหารในท้องถิ่น/ท้องถิ่น

1. ข้อเสนอแนะด้านรสชาติของอาหารในท้องถิ่นท้องถิ่น ได้แก่ ความพิเศษจากเต่าถ่าน และการใช้วัตถุดิบที่มีความพอดี มีรสชาติที่ลงตัว เช่น กลมกล่อม สามรส เปรี้ยวหวาน เค็ม เป็นต้น
2. ข้อเสนอแนะด้านคุณภาพของอาหารในท้องถิ่น/ท้องถิ่น ควรเน้นเรื่องความสะอาดถูกสุขอนามัย วัตถุดิบสะอาดและมีความสดใหม่ คัดสรรวัตถุดิบที่ดีพิเศษ ราคาไม่แพง
3. ข้อเสนอแนะด้านรูปลักษณะของอาหารในท้องถิ่น/ท้องถิ่น ควรมีขนาดของขนมพอดีคำ รสชาติมีเอกลักษณ์ ความใส่ใจทุกรายละเอียด การจัดจานตกแต่งอาหาร
4. ข้อเสนอแนะด้านการดึงดูดนักท่องเที่ยวสู่ชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ควรมีการส่งผ่านเรื่องราวของความประทับใจโซเชียล ลงภาพในอินเทอร์เน็ตเพื่อแชร์กันไปให้คนอื่นได้เห็น และการจำหน่ายทางออนไลน์มีการโฆษณา แนะนำปากต่อปากมีการโปรโมทร้านอาหารต่าง ๆ ที่อร่อยให้กับคนต่างจังหวัดผ่านทางแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ เน้นอาหารที่ขึ้นชื่อของมลายูท้องถิ่นเขต 3 จังหวัดหรือมาเลเซีย อินโดนีเซีย เป็นต้น

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 อุปสรรคการพัฒนาอาหารท้องถิ่นกับเส้นทางการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา พบว่า อุปสรรคการพัฒนาอาหารท้องถิ่นที่เกิดขึ้นกับผู้ประกอบการ คือ ผู้ประกอบการขาดความรู้ทางการตลาด เน้นการทำกิจการเป็นเชิงรับ ตั้งหลักรอให้ลูกค้าเข้ามาหาเพียงอย่างเดียว รวมถึงไม่สามารถพึ่งพาตนเองได้จึงจำเป็นต้องอาศัยหน่วยงานรัฐเข้ามาขับเคลื่อน และผู้ประกอบการบางกลุ่มถึงแม้จะมุ่งเน้นเชิงรุก แต่ก็ขาดงบประมาณในการลงทุนดังกล่าว (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 1, สัมภาษณ์, 2565)

ปัญหาปัจจุบันราคาวัตถุดิบมีราคาสูง อาหารบางชนิดเช่นอาหารสำเร็จรูปเป็นอาหารไม่สามารถปรับราคาได้ (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 2, สัมภาษณ์, 2565)

ปัญหาในเรื่องการทำช่องทางจัดจำหน่าย มีเพียงช่องทางจัดจำหน่ายช่องทางเดียวเปิดหน้าร้านส่วนใหญ่ อีกอย่างอาหารท้องถิ่นผู้ประกอบการยังมุ่งเน้นเรื่องการภาชนะแบบเดิมส่วนใหญ่ติดขัดงบประมาณไม่กล้าลงทุน เพราะกลัวว่าลงทุนแล้วทำให้ต้นทุนสูงมีกำไรน้อย ปัญหาการเข้าถึงแหล่งทุน ปัญหาอุปสรรคของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวไม่ทราบสถานที่ตั้งของร้าน (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 3 และ 4, สัมภาษณ์, 2565)

อาหารประจำถิ่นภาคใต้ยังคงต้องพัฒนาอีกมากทั้งความรู้ ประสบการณ์ งบประมาณของผู้ประกอบการ ทำอย่างไรให้เขายึดเป็นอาชีพให้ได้ยังมองว่าผู้ประกอบการอาหารท้องถิ่นยังเป็นมือสมัครเล่น (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 5, สัมภาษณ์, 2565)

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดสงขลาเป้าหมายไม่เน้นอาหารท้องถิ่นมุ่งเน้นการท่องเที่ยวชายทะเล ธรรมชาติ ส่วนใหญ่ยังเป็นที่พักโรงแรมอาหารการกินยังเป็นของโรงแรมส่วนอาหารท้องถิ่นยังคงเป็นนักท่องเที่ยวภายในจังหวัดและใกล้เคียงส่วนใหญ่ยังใช้จ่ายน้อยมาก อาจจะเป็นเพราะปัญหาเกษตรกร ราคาพืชผลตกต่ำ การท่องเที่ยวยังมาเป็นครอบครัว ไปเช้ากลับเย็นทำอาหารมาทานกันเอง (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 6, สัมภาษณ์, 2565)

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “การพัฒนารูปแบบอาหารท้องถิ่นกับเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่การเป็นเมืองพักผ่อนเพื่อสุขภาพชั้นนำ ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา” สามารถนำมาอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

ปัจจัยความต้องการด้านอาหารที่เกี่ยวข้องกับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับอาหารท้องถิ่น/พื้นที่บ้านของกลุ่มประชาชนและนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้อาหารท้องถิ่นของเมืองสงขลามีอัตลักษณ์ของอาหารโดยต้องการให้รสชาติอาหารมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยคิดเป็นร้อยละ 40.00 ส่วนความต้องการด้านคุณภาพของอาหารท้องถิ่นของเมืองสงขลาผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการให้อาหารท้องถิ่นของเมืองสงขลามีความสะอาดถูกสุขอนามัย คิดเป็นร้อยละ 31.00 ส่วนความต้องการด้านความคุ้มค่าของราคาผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการที่จะให้อาหารท้องถิ่นมีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ คิด

เป็น ร้อยละ 38.00 ส่วนความต้องการด้านลักษณะการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการให้ทางร้านต้อนรับเวลาเดินทางไปใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 45.00 ส่วนความต้องการด้านลักษณะทั่วไปของร้าน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการให้ร้านมีชื่อเสียงเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 40.00 และความต้องการในการมีส่วนร่วม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการมีส่วนร่วมในการรับชมการสาธิตการปรุงอาหารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.00 ซึ่งความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว และประชาชนที่ตอบแบบสอบถามจะเป็นข้อมูลสำคัญในการนำมาพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ที่มีความสอดคล้องกับ ภัทรพร พันธุ์ (2558) ที่ได้กล่าวว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง ที่สร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว โดยการสร้างประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวสามารถดำเนินการได้หลายรูปแบบ อาทิ การสร้างความประทับใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การนำเสนอเรื่องราวความรู้เกี่ยวกับอาหาร การให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวทดลองทำอาหาร การเสนอให้นักท่องเที่ยวชิม/รับประทานอาหาร เป็นต้น และสอดคล้องกับ ธนกฤต สังข์เฉย (2552) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวที่ดีควรมีกิจกรรมที่มุ่งเน้นให้คนมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการท่องเที่ยวอีกทั้งยังเป็นเครื่องมือในการแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องของสถานที่ท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวผู้มาเยือน เพื่อสร้างความประทับใจและถ่ายทอดประสบการณ์ผ่านสื่อต่าง ๆ โดยการท่องเที่ยวดังกล่าว ถือเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ใช้ทรัพยากรของท้องถิ่นอันมีเอกลักษณ์เฉพาะแห่งมาต่อยอดและสร้างมูลค่าเพื่อสร้างสรรค์ประสบการณ์ที่ดีให้นักท่องเที่ยวให้ได้มีส่วนร่วมกับคนในพื้นที่ (วรรณษา แสนลำ, ศิริพร เลิศยิ่งยศ และ สุภาวดี มณีเนตร, 2565)

อย่างไรก็ตามการพัฒนาารูปแบบอาหารท้องถิ่นกับเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่การเป็นเมืองพักผ่อนเพื่อสุขภาพชั้นนำของพื้นที่ดังกล่าว ยังคงพบปัญหาและอุปสรรคหลายประการ อาทิ อุปสรรคการพัฒนาอาหารท้องถิ่นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเด็นหลักๆ ได้แก่ 1) ปัญหาจากผู้ประกอบการ คือ ผู้ประกอบการขาดความรู้ทางการตลาด เน้นการทำกิจการเป็นเชิงรับ รอให้ลูกค้าเข้ามาหาเพียงอย่างเดียว รวมถึงไม่สามารถพึ่งพาตนเองได้จึงจำเป็นต้องอาศัยหน่วยงานรัฐเข้ามาขับเคลื่อน และผู้ประกอบการบางกลุ่มถึงแม้จะมุ่งเน้นเชิงรุก แต่ก็ขาดงบประมาณในการลงทุนดังกล่าว ปัญหาปัจจุบันราคาวัตถุดิบมีราคาสูง อาหารบางชนิดเช่นอาหารสำเร็จรูปเป็นอาหารไม่สามารถปรับราคาได้ ปัญหาในเรื่องการทำช่องทางจัดจำหน่าย มีเพียงช่องทางจัดจำหน่ายช่องทางเดียวเปิดหน้าร้านส่วนใหญ่ อีกอย่างอาหารท้องถิ่นผู้ประกอบการยังมุ่งเน้นการใช้ภาชนะแบบเดิม และส่วนใหญ่มักติดขัดเรื่องงบประมาณจึงไม่กล้าลงทุน ซึ่งมีความสอดคล้องกับ อรรวรรณ จำพูน และ อัครพล นิยมรัตน์ (2550) การพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญ คือ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประสบปัญหาด้านการขาดแคลนเงินทุนและด้านการจัดจำหน่าย 2) ปัญหาอุปสรรคของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวไม่ทราบสถานที่ตั้งของร้านรวมถึงไม่รู้จักชนิดของอาหารท้องถิ่น และข้อค้นพบจากงานวิจัยในครั้งนี้อย่างพบว่า ปัญหาอุปสรรคที่สำคัญ คือ อาหารท้องถิ่นหรือพื้นบ้านส่วนใหญ่ไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในเขตเมืองสงขลาไม่ได้มีเป้าหมาย หรือมีความต้องการที่จะรับประทานอาหาร

ท้องถิ่นโดยเฉพาะ เน้นการท่องเที่ยวชายทะเล ธรรมชาติ ส่วนใหญ่เข้าพักที่โรงแรมอาหารการกินเน้นของโรงแรมหรือเน้นการรับประทานอาหารแบบบุฟเฟต์ ส่วนอาหารท้องถิ่นยังคงมีเพียงนักท่องเที่ยวภายในจังหวัดและใกล้เคียงเท่านั้นที่ให้ความนิยม

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

- 1) สามารถนำผลการศึกษาโดยเฉพาะในเรื่องของความต้องการด้านรูปแบบอาหารของนักท่องเที่ยวไปพัฒนาเป็นรูปแบบอาหารท้องถิ่น ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดสงขลา เพื่อเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว
- 2) ข้อมูลจากการศึกษาสามารถเป็นแนวทางให้ธุรกิจอาหารในพื้นที่ทางการท่องเที่ยวปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการของยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาการพัฒนาในรูปแบบอาหารท้องถิ่นกับเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของพื้นที่ทั้งหมดของจังหวัดสงขลา เพื่อนำมาเป็นข้อมูลสำหรับการนำมาต่อยอด รวมถึงพัฒนารูปแบบอาหารท้องถิ่นของจังหวัดสงขลา ให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้นและตอบสนองต่อความต้องการกับนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). *รายงาน สถิติการท่องเที่ยวของประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). *รายงานสถิติการท่องเที่ยวของประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- ธนกฤต สังข์เฉย. (2552). อิทธิพลของปัจจัยทางจิตวิทยาผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวชาวไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*, 29(1), 57-81.
- ภัทรพร พันธูรี. (2558). การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยผ่านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 8(2), 27-37.
- ยิ่งยง ไพสุขตานติวัฒนา. (2556). *ผักพื้นบ้าน: ภูมิปัญญา และมรดกที่คนไทยหลงลืม*. กรุงเทพฯ: สำนักพิพิธภัณฑสถานและวัฒนธรรมการเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วรรณษา แสนลำ, ศิริพร เลิศยิ่งยศ และ สุภาวดี มณีเนตร. (2565). การพัฒนาศักยภาพชุมชนบนฐานทรัพยากรท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 12(4), 54-69.

- สุเมธ ตันติเวชกุล. (2536). พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวกับการพัฒนาชนบท. ใน เสรี พงศ์พิศ (บรรณาธิการ). *ภูมิปัญญาชาวบ้านกับการพัฒนาชนบท*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้ง.
- อรรวรรณ จำพูน และ อัครพล นิยมรัตน์. (2550). *แนวทางการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- อัศวิน แสงพิกุล. (2556). *ระเบียบวิธีวิจัยด้านการท่องเที่ยวและโรงแรม*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- เอกวิทย์ ณ ถลาง. (2543). *ภูมิปัญญาชาวบ้าน 4 ภูมิภาค: วิถีชีวิตและกระบวนการเรียนรู้ของชาวบ้านไทย*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- Binkhorst, E. (2006). *The Co-Creation Tourism Experience* [On-line]. Retrieved December 20, 2022, from http://www.esade.edu/cedit2006/pdfs2006/papers/esther_binkhorst_paper_esade_may_06.pdf

พฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม Tourists Behavior on The New Normality in MahaSarakham Province

วัชรโบล โกศลวิทยานันต์¹, ชัยธวัช ศิริบวรพิทักษ์² อาภาพรรณ จันทนาม³

Watcharobon Kosonwitthayanant¹, Chaithawat Siribowonphitak², Apapan Jantanam³

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

²หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

³หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

¹Bachelor of Business Administration Program in Tourism Business Administration

Northeastern University

²Bachelor of Business Administration Program in Hotel and Tourism Faculty of Management Sciences

Rajabhat MahaSarakham University

³ Bachelor of Arts Program in Tourism and Hotel Faculty of Social Sciences and Humanities

Northeastern University

อีเมล: Watcharobon.yue@neu.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

24 กุมภาพันธ์ 2566

13 มีนาคม 2566

14 มีนาคม 2566

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความพร้อมทางการเดินทางท่องเที่ยวในปัจจุบันของจังหวัดมหาสารคาม และ 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม ขอบเขตการวิจัยการ โดยใช้ระยะเวลาวิจัยตั้งแต่เดือน มีนาคม พ.ศ. 2563 ถึง เดือน มกราคม พ.ศ.2564 กับกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคามใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) จากนั้นนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ท่องเที่ยว/เยี่ยมชมสถานที่ ร้อยละ 68.75 ความถี่ในการเดินทางต่อเดือน นานๆครั้ง ร้อยละ 62.25 ลักษณะการเดินทางมากับกลุ่มเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน ร้อยละ 39.50 จำนวนผู้ร่วมเดินทาง 1 คน ร้อยละ 27.00 มีชนิดของพาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทาง รถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 59.50 มีระยะเวลาที่เดินทางน้อยกว่า 1 วัน ร้อยละ 46.00 ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง 1,000 บาทหรือต่ำกว่า ร้อยละ 41.50 และมีนักท่องเที่ยวทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนี้จากสื่อใด อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์/โซเชียลเน็ตเวิร์ค เช่น Facebook, Line เป็นต้น ร้อยละ 40.75 สำหรับพฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคามพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อพฤติกรรมการเดินทางบน

ความปกติใหม่ของการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม นักท่องเที่ยววางแผนเดินทางท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติในอนาคตรดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.98$) รองลงมาคือ คำนึงถึงความสะอาด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.81$) และปัจจัยที่มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด คือต้องการเดินทางไปยังพื้นที่จัดงานเทศกาล อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.20$)

คำสำคัญ: พฤติกรรมการเดินทาง, ความปกติใหม่, นักท่องเที่ยว

ABSTRACT

This research article contains the objects 1) to study the current mental tourism prepare to travel of MahaSarakham Province and 2) to study tourists' behavior on the new normality in MahaSarakham Province. Research scope the research period was from March 2020 to January 2021 with a sample of 400 people who were involved in tourism in MahaSarakham Province. Stratified Random Sampling was used in this study. The data were analyzed by using descriptive statistics. It was found that most tourists have a travel purpose 68.75 percent of travel/site visits, frequent travel frequency per month was 62.25 percent, number of traveling companions 39.50 percent and traveling alone 27.00 percent. The type of vehicles used to travel was private car, 46.00 percent, travel time less than 1 day, travel expenses 1,000 baht or less than 1,000, 41.50 percent. Tourists knew about the tourist attractions in this province from internet, website or social networks such as Facebook, Line, etc. 40.75 percent. Travel behavior on the new normal of tourism in MahaSarakham Province was found that most tourists have opinions of tourists on MahaSarakham Province. They planned the guide tourists plan to travel to natural sites in the future the highest level ($\bar{X} = 4.98$) followed by taking into account cleanliness the highest level ($\bar{X} = 4.81$) and the least comment level was the need to travel to the festival area at a low level ($\bar{X} = 2.20$).

Keywords: Travel Behavior, The New Normality, Tourists

บทนำ

สถานการณ์การท่องเที่ยวทั่วโลก (Bhaskara, 2021) และประเทศไทยได้รับผลกระทบอย่างหนักจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 เนื่องจากเราพึ่งพึ่งตลาดท่องเที่ยวจากต่างประเทศในระดับสูง ถ้าย้อนไปดูในปี 2562 รายได้ประมาณ 2 ใน 3 มาจากตลาดต่างประเทศ” นายยุทธศักดิ์ สุภสร ผู้ว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เล่าถึงจุดอ่อนของท่องเที่ยวไทยให้เราฟังตั้งแต่ช่วงเริ่มต้นบทสนทนา พร้อมอธิบายต่อว่าในปี

2562 ที่ผ่านมา ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าสู่ประเทศประมาณ 39.8 ล้านคน สร้างรายได้รวม 2 ล้านล้านบาท ส่วนนักท่องเที่ยวไทยเดินทางราว 172 ล้านคน-ครั้ง สร้างรายได้ประมาณ 1 ล้านล้านบาท แต่หลังจากเข้าสู่ยุคโควิด-19 และคนไทยต้องอยู่บ้านหยุดเชื้อเพื่อชาติ ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่สามารถเดินทางได้ ส่งผลให้ในปี 2563 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าสู่ประเทศไทยทั้งสิ้นเพียง 6.7 ล้านคน ในขณะที่นักท่องเที่ยวไทยเดินทางเที่ยวในประเทศราว 95-100 ล้านคน-ครั้ง ส่งผลให้รายได้รวมจากการท่องเที่ยวหดตัวเหลือแค่ 7.5 แสนล้านบาท หรือลดลงราว 70-80% จากปี 2562 และเพราะห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีขนาดใหญ่ ครอบคลุมเกี่ยวข้อหลายส่วน ทำให้ผู้ที่ได้รับความเดือดร้อนจากสถานการณ์การท่องเที่ยวหยุดชะงักไม่ได้มีแค่ผู้ประกอบการ แต่ยังมีแรงงานในภาคท่องเที่ยวอีกจำนวนมากด้วย (Tourism Authority of Thailand, 2020)

การฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวน่าจะสอดคล้องกับการฟื้นตัวของภาคเศรษฐกิจภาพรวมของหลายประเทศที่คาดว่าจะต้องใช้เวลาประมาณ 2 ปีในการฟื้นตัวเต็มที่ (Sharma, 2021) แต่การฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวค่อนข้างยืดเยื้อกับปัจจัยหลายอย่าง โดยเฉพาะการเปิดรับนักท่องเที่ยวจากตลาดต่างชาติ ” ดังนั้นในสถานการณ์ปัจจุบันที่ไม่สามารถคาดการณ์อนาคตได้อย่างแม่นยำ เนื่องจากความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำเป็นต้องปรับตัว หาแนวทางสร้างรายได้ที่แตกต่างจากในอดีต เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจ มีสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่พักในแต่ละจังหวัดเพิ่มมากขึ้น เส้นทางที่มีความหลากหลายมากขึ้นเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายในการเดินทาง และเมื่อปี พ.ศ.2563 เกิดภัยโรคระบาดโควิด-19 ซึ่งเป็นปัญหาหลักที่เพิ่มเข้ามาอย่างกะทันหัน เนื่องจากยังใหม่กับโรคที่การรับรู้และการเปิดรับข่าวสารโควิด-19 (ชนพัฒน์ ช่วยครุฑ, อมรฤทัย ภูสนาม และอรอนงค์ เดชมณี. 2563) ยังดำเนินอยู่โดยในช่วงเวลาที่หลายฝ่ายมองหาแก่นแกนใหม่ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ททท.ได้เสนอแนวทางการฟื้นฟูภายใต้แผนพลิกฟื้นฉบับใหม่อย่าง ‘แผนพีนิทซ์’ ครอบคลุมระยะเวลา 2 ปี ตั้งแต่ 2564-2465 หวังพลิกฟื้นการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ สร้างการท่องเที่ยวไทยให้เป็นการท่องเที่ยวที่มีมูลค่าสูงบนพื้นฐานของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบและอยู่บนอุปทานที่เหมาะสม โดยเน้นหนักในการลดการพึ่งพิงนักท่องเที่ยวต่างชาติและเน้นทำตลาดศักยภาพหารายได้มากกว่าปริมาณ เพื่อรับมือกับโลกยุคหลังโควิด (Zhang, 2021)

สิ่งสำคัญที่จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงคือ ‘การลดจำนวนนักท่องเที่ยว’ แต่ ‘เพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัว’ เพื่อปรับภาพท่องเที่ยวไทยจากตลาดแมส (mass tourism) ให้เป็นจุดหมายปลายทางคุณภาพ สร้างการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อชนสามารถขายสินค้าท่องเที่ยวที่มีราคาแตกต่างจากที่ผ่านมา โดยในปี 2564 ททท.เสนอเน้นทำตลาดในประเทศ จับกลุ่มนักท่องเที่ยวไทยที่ยังคงมีกำลังซื้อ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มคนโสด คนทำงาน วัยผู้สูงวัย ครอบครัว ผู้มีความหลากหลายทางเพศ ฯลฯ และยังมีกลุ่มประชุมสัมมนาที่มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนประเทศ ส่วนในปี 2565 ที่จะต้องขยับกลับรูดตลาดต่างชาติ จะให้ความสำคัญกับการทำตลาดที่มีความเฉพาะมีศักยภาพในการใช้จ่ายสูงอย่างเช่นกลุ่มที่รักสุขภาพ กลุ่มที่มารักษาตัว กลุ่มแข่งขันกีฬาประเภทต่างๆ ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในระดับประเทศจะต้องมีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น มุ่งสู่การท่องเที่ยวมูลค่าสูง (High Value Tourism) ใน 3 เรื่อง ทั้งมีมูลค่าสูงในเรื่องของเศรษฐกิจ มูลค่าสูงในเรื่องของสิ่งแวดล้อม และมูลค่าสูง

ในเรื่องของสังคม โดยอยู่บนพื้นฐานของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ มีปริมาณนักท่องเที่ยวที่เหมาะสม (optimum scale) (ยุทธศักดิ์ สุภสร, 2021) อย่างไรก็ตามเมื่อนักท่องเที่ยวมีจำกัด การเดินทางที่ไม่สะดวก จึงอาจจะต้องมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมากขึ้น แต่ถ้าวิเคราะห์ในมุมมองของการท่องเที่ยวในรูปแบบวิถีใหม่ที่พฤติกรรมของลูกค้าเปลี่ยนไป ธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก ซึ่งเป็นบูติค รีสอร์ทที่มีเพียงไม่กี่ห้องอาจจะได้รับความนิยมนมากกว่าโรงแรมขนาดใหญ่ แม้จะต้องเสียค่าใช้จ่ายที่แพงก็ตาม เพราะการท่องเที่ยวครั้งต่อไป คือ ต้องการประสบการณ์การพักผ่อนที่แตกต่างออกไป และหลากหลายมากขึ้นมากกว่าจังหวัดมหาสารคามเอง ถึงแม้เป็นเพียงเมืองท่องเที่ยวรองก็ได้รับผลกระทบอย่างหนักจากโรคระบาด Covid-19 ทั้งระลอกแรกและระลอกที่สองที่ผ่านมา ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวลดลงกว่า 90% โดยแหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัดคือ พระบรมธาตุนาดี มีการงดจัดงานไหว้พระธาตุ และลดระยะเวลาการเข้าสักการะพระธาตุจาก 18.00 น. เหลือแค่ 15.00 น. (สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดมหาสารคาม, 2563)

ดังนั้นจากความสำคัญของปัญหาข้างต้นคณะผู้วิจัยจึงศึกษาความพร้อม พฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคามเพื่อให้ได้มาซึ่งชุดข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในปัจจุบันบนความปกติใหม่ เพื่อที่จะเป็นประโยชน์ต่อการนำข้อมูลไปสู่การใช้ประโยชน์ในการวางแผนการท่องเที่ยวในอนาคตเพื่อรองรับกับการเดินทางที่เปลี่ยนไปของนักท่องเที่ยว รวมทั้งคณะผู้วิจัยหวังว่าจะเกิดประโยชน์ต่อการนำไปใช้เชิงนโยบายและเชิงวิชาการต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความพร้อมทางการเดินทางท่องเที่ยวในปัจจุบันของจังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ได้กำหนดขอบเขตการวิจัยการ โดยใช้ระยะเวลาวิจัยตั้งแต่เดือน มีนาคม พ.ศ. 2563 ถึงเดือน มกราคม พ.ศ.2564 กับกลุ่มตัวอย่าง 400 คนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคามใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) และในแต่ละชั้นภูมิจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2542) สถิติจากสำนักท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดมหาสารคาม รวม 4 แห่งที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปมากที่สุดในจังหวัด คือ พระบรมธาตุนาดี วนอุทยานโกสัมพี วัดป่าวังน้ำเย็นและวัดพุทธมงคลแจนและกระจายการลงภาคสนามเก็บข้อมูลอย่างทั่วถึงวิจัยได้แบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคามกระจายแบบสอบถามสำหรับกลุ่มตัวอย่างคือ 100 คนต่อแห่ง รวม 4 แห่ง การเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก รวมถึงการใช้วิธีวิจัยเอกสาร (Documentary Research) โดยรวบรวมและเรียบเรียงเอกสาร วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ ผ่านหนังสือ ตำรา บทความวิชาการ นิตยสาร สื่ออิเล็กทรอนิกส์

ข้อมูลสถิติต่างๆ ทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อให้ได้มาซึ่งความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์มากขึ้น จากนั้นนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาข้อมูลของนักท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 54.50 อายุระหว่าง 51-60 ปี ร้อยละ 45.50 สถานภาพสมรส ร้อยละ 51.60 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 29.70 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 41.50 อาชีพรับราชการ ทำงานหน่วยงานของรัฐหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 28.50 และมีภูมิลำเนาภาคอีสาน ร้อยละ 77.00 สำหรับข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม ค้นพบดังนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลศึกษาความพร้อมทางการเดินทางการท่องเที่ยวปัจจุบันของจังหวัดมหาสารคาม

รายการ	N	%
วัตถุประสงค์ในการเดินทาง		
ท่องเที่ยว/เยี่ยมชมสถานที่	275	68.75
กิจกรรมเกี่ยวกับการศึกษา	75	18.75
ร่วมกิจกรรมต่างๆ/เทศกาล	25	6.25
เยี่ยมญาติ/พบปะเพื่อน	15	3.75
อบรม/ประชุม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน/ติดต่อเกี่ยวกับงานบริษัทหรือหน่วยงานราชการ	10	2.50
ความถี่ในการเดินทางต่อเดือน		
นานๆครั้ง	249	62.25
1 ครั้ง/เดือน	75	18.75
2 ครั้ง/เดือน	46	11.50
3 ครั้ง/เดือน	9	2.25
4 ครั้ง/เดือนขึ้นไป	21	5.25
ลักษณะการเดินทาง		
เดินทางมาคนเดียว	105	26.25
เดินทางมากับญาติหรือคนในครอบครัว	79	19.75
เดินทางมากับกลุ่มเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	158	39.50
เดินทางมากับบริษัททัวร์ เดินทางมากับแฟนหรือคู่รัก	16	4.00
อื่นๆ	42	10.50

ตารางที่ 1 ข้อมูลศึกษาความพร้อมทางการเดินทางการท่องเที่ยวปัจจุบันของจังหวัดมหาสารคาม (ต่อ)

รายการ	N	%
จำนวนผู้ร่วมเดินทาง		
ไม่มีผู้ร่วมเดินทาง	38	9.50
1 คน	108	27.00
2 คน	102	25.50
3 คน	22	5.50
4 คน	66	16.50
5 คน ขึ้นไป	64	16.00
ชนิดของพาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทาง		
รถยนต์ส่วนตัว	238	59.50
เครื่องบินโดยสาร	36	9.00
รถโดยสารประจำทาง	62	15.50
รถบริษัทนำเที่ยว	33	8.25
รถต้นสังกัด/บริษัท/องค์กร	18	4.50
รถจักรยานยนต์	13	3.25
ระยะเวลาที่เดินทาง		
น้อยกว่า 1 วัน	184	46.00
1 วัน	105	26.25
2 วัน	60	15.00
3 วัน	33	8.25
4 วัน	18	4.50
ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง		
1,000 บาทหรือต่ำกว่า	166	41.50
1,001 - 5,000 บาท	143	35.75
5,001 - 10,000 บาท	39	9.75
มากกว่า 10,001 บาทขึ้นไป	52	13.00
นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนี้จากสื่อใด		
โทรทัศน์/วิทยุ	69	17.25
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร	31	7.75

ตารางที่ 1 ข้อมูลศึกษาความพร้อมทางการเดินทางการท่องเที่ยวปัจจุบันของจังหวัดมหาสารคาม (ต่อ)

รายการ	N	%
อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์/โซเชียลเน็ตเวิร์ค เช่น Facebook, Line เป็นต้น	163	40.75
เพื่อน/ญาติ	94	23.50
อื่นๆ	43	10.75

จากการศึกษาข้อมูลความพร้อมทางการเดินทางการท่องเที่ยวปัจจุบันของจังหวัดมหาสารคาม โดยการสำรวจนักท่องเที่ยว 400 คน สามารถสรุปในแต่ละหัวข้อที่อยู่ในระดับมากที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ท่องเที่ยว/เยี่ยมชมสถานที่ ร้อยละ 68.75 ความถี่ในการเดินทางต่อเดือน นานๆครั้ง ร้อยละ 62.25 ลักษณะการเดินทางมายังจังหวัดมหาสารคาม มีเดินทางมากับกลุ่มเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน ร้อยละ 39.50 จำนวนผู้ร่วมเดินทาง 1 คน ร้อยละ 27.00 มีชนิดของพาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทาง รถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 59.50 มีระยะเวลาที่เดินทางน้อยกว่า 1 วัน ร้อยละ 46.00 ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง 1,000 บาทหรือต่ำกว่า ร้อยละ 41.50 และมีนักท่องเที่ยวทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนี้จากสื่อใด อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์/โซเชียลเน็ตเวิร์ค เช่น Facebook, Line เป็นต้น ร้อยละ 40.75

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อพฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับความคิดเห็น
1. ต้องการเดินทางท่องเที่ยวภายในภูมิภาค	4.17	1.14	มาก
2. หลีกเลี่ยงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ไกล	4.11	1.12	มาก
3. คำนึงถึงความสะอาด	4.81	0.80	มากที่สุด
4. คำนึงถึงความปลอดภัย	3.21	1.17	ปานกลาง
5. ต้องการเดินทางไปยังพื้นที่สงบ คนไม่พลุกพล่าน	4.61	1.05	มากที่สุด
6. ต้องการเดินทางไปยังพื้นที่จัดงานเทศกาล	2.20	1.21	น้อย
7. การสวมหน้ากากอนามัยของพนักงานบริการตามสถานที่/แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	4.63	1.02	มากที่สุด
8. วางแผนเดินทางท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติในอนาคต	4.98	0.74	มากที่สุด

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม (ต่อ)

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อพฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับความคิดเห็น
9.วางแผนเดินทางท่องเที่ยวแหล่งประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในอนาคต	4.77	0.87	มากที่สุด
รวม	4.17	1.01	มาก

จากการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม จากการสำรวจนักท่องเที่ยว 400 คน สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อพฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) สำหรับปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับและลำดับที่น้อยที่สุด คือวางแผนเดินทางท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติในอนาคต ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.98$) รองลงมาคือ คำนึงถึงความสะดวกอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.81$) ถัดมาคือ วางแผนเดินทางท่องเที่ยวแหล่งประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในอนาคต อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.77$) และปัจจัยด้านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อพฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม ที่มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ ต้องการเดินทางไปยังพื้นที่จัดงานเทศกาล อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.20$)

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาความพร้อมทางการท่องเที่ยวในปัจจุบันของจังหวัดมหาสารคามสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ท่องเที่ยว/เยี่ยมชมสถานที่ ร้อยละ 68.75 การเดินทางต่อเดือน นานๆครั้ง ร้อยละ 62.25 ลักษณะการเดินทาง เดินทางมากับกลุ่มเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน ร้อยละ 39.50 จำนวนผู้ร่วมเดินทาง 1 คน ร้อยละ 27.00 มีชนิดของพาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทาง รถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 59.50 มีระยะเวลาที่เดินทางน้อยกว่า 1 วัน ร้อยละ 46.00 ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง 1,000 บาทหรือต่ำกว่า ร้อยละ 41.50 และมีนักท่องเที่ยวทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนี้จากสื่อใด อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์/โซเชียลเน็ตเวิร์ค เช่น Facebook, Line เป็นต้น ร้อยละ 40.75 งานวิจัยสอดคล้องกับ พุทธพร โคตรภัก (2562) พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว/เยี่ยมชมสถานที่เพื่อศึกษาหาความรู้ โดยเดินทางไปกับครอบครัว/ญาติพี่น้อง ขณะเดียวกันก็ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการสืบค้นข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวส่วนเรื่องการเดินทางนิยมใช้รถส่วนตัว และมักจะเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูง ได้แก่ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

(ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมา ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.10) ด้านกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.03) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ รวมทั้งสอดคล้องกับ ศิริเพ็ญ ดาบเพชร (2563) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี การศึกษาในระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 5,000 – 10,000 บาท อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม พบว่า มีความแตกต่างกันในเรื่องจุดมุ่งหมายในการเดินทาง ส่วนมากเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวที่/เยี่ยมชมสถานที่จุดหลายปลายทาง

สำหรับพฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อพฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม สรุปว่านักท่องเที่ยววางแผนเดินทางท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติในอนาคต ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.98$) รองลงมาคือ คำนึงถึงความสะดวก อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.81$) สอดคล้องกับ ชนพัฒน์ ช่วยครุฑ, อมรฤทัย ภูสนาม และอรอนงค์ เดชมณี, (2563) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนไทยหลังยุคโควิด-19 สภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว ความสะดวกของสถานที่อยู่ในระดับมากที่สุด ท่องเที่ยว ถัดมาคือวางแผนเดินทางท่องเที่ยวแหล่งประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในอนาคต อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.77$) และปัจจัยด้านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อพฤติกรรมการเดินทางบนความปกติใหม่ของการท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคามที่มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ ต้องการเดินทางไปยังพื้นที่จัดงานเทศกาล อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.20$) งานวิจัยคล้ายกับ พัชรียา แก้วชู (2564) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล น้ำตก ภูเขา เกาะฯ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 นักท่องเที่ยวมักคำนึงถึงความปลอดภัยเพิ่มขึ้นอย่างมาก และสอดคล้องกับวิจัยของ Krungthai COMPASS (2563) พบว่า หลังเกิดโรคระบาดเกิดภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย ทำให้พฤติกรรมในการท่องเที่ยวของผู้คนมีการเปลี่ยนแปลงไป ซึ่ง 3 New Normal ของการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศหลังวิกฤติโควิด-19 ได้แก่ 1) เที่ยวในประเทศเป็นตัวเลือกแรก 2) เที่ยวใกล้ ๆ สั้น ๆ ขับรถไป และ 3) เที่ยวที่ Unseen คนไม่พลุกพล่าน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้วิจัยเห็นว่าควรศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ในด้านอื่น ๆ นอกเหนือจากปัจจัยทั้ง 3 ด้านที่ผู้วิจัยได้ศึกษาไปแล้ว เช่น ปัจจัยทางการตลาด ปัจจัยผลักดันทางการท่องเที่ยวจากภายในอุปสรรคทางการท่องเที่ยวแบบ New Normal เป็นต้น
2. ควรมีการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ในด้านอื่นเพิ่มเติม นอกเหนือจากด้านที่ผู้วิจัยศึกษาแล้ว เช่น วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว การเลือกที่พักและรูปแบบการท่องเที่ยว เป็นต้น

3. ประชากรที่ศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้เป็นเพียงประชากรในเขตจังหวัดมหาสารคามเท่านั้น ซึ่งหากต้องการข้อมูลที่มีความหลากหลายมากขึ้น ควรมีการขยายขอบเขตประชากรที่แตกต่างจากเดิม หรือเพิ่มกลุ่มขนาดประชากร เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น วิจัยในระดับคลัสเตอร์ หรือ ภูมิภาค เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2542). *สถิติเพื่อการตัดสินใจ: การวิเคราะห์สถิติ* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542
- ชนพัฒน์ ช่วยครุฑ, อมรฤทัย ภูสนาม และ อรอนงค์ เดชมณี. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนไทยหลังยุคโควิด 19. *วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 10(3), 187-201.
- พัชรียา แก้วชู. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19. *วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 7(1), 77-89.
- พุทธพร โคตรภักท. (2562). การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ Alexander จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 10(2), 158-171.
- ยุทธศักดิ์ สุธาส. (2021). *ท่องเที่ยวไทยในโลกหลังโควิด*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ศิริเพ็ญ ดาบเพชร. (2563). การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวครั้งแรกและนักท่องเที่ยวซ้ำ. *วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร*, 9(2), 41-59.
- สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดมหาสารคาม. (2563). *สถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดมหาสารคาม*. มหาสารคาม: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดมหาสารคาม.
- Bhaskara, G. I. (2021). The COVID-19 pandemic and organizational learning for disaster planning and management: A perspective of tourism businesses from a destination prone to consecutive disasters. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 50(1), 364-375.
- Krungthai COMPASS (2563). *แนะธุรกิจใส่ใจสิ่งแวดล้อม ปรับใช้เทคโนโลยีชีวภาพและดิจิทัล รับมือ 3 กระแสเปลี่ยนโลก*. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 กันยายน 2563, จาก <https://krungthai.com/th/krungthai-update/news-detail/641>
- Sharma, G. D. (2021). Reviving tourism industry post-COVID-19: A resilience-based framework. *Tourism Management Perspectives*, 37, 107-118.
- Tourism Authority of Thailand. (2020). *คาดการณ์แนวโน้มสถานการณ์ท่องเที่ยว*. TAT Review, 1-12.
- Zhang, H. (2021). Forecasting tourism recovery amid COVID-19. *Annals of Tourism Research*, 10, 103-149.

ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
กรณีศึกษา ตำบลโพนงาม อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี

Consumers Attitudes in Mixed Marketing towards Friendly Environment Products
Case Study: Phonngam Subdistrict, Nonghan District, Udon Thani Province

ชนากานต์ อุณาพรหม¹, วลีรัตน์ แสงไชย², ศุภกานต์ โสภาพร³ และ ธนดล อามาตพล⁴

Chanakan Unaprom¹, Waleerat Sangchai², Suphakarn Sophaporn³ and Thanadol Armartpon⁴

¹ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการการค้า

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ศูนย์การศึกษาจังหวัดอุดรธานี

^{2,3} อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ศูนย์การศึกษาจังหวัดอุดรธานี

⁴ อาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ศูนย์การศึกษาจังหวัดอุดรธานี

¹ Curriculum Instructor of Bachelor of Business Administration Program in Trade Management

Suan Sunandha Rajabhat University, Udon Thani Education Center

^{2,3} Lecturer of Political Science Suan Sunandha Rajabhat University, Udon Thani Education Center

⁴ Lecturer of Tourism Industry and Hospitality Management Suan Sunandha Rajabhat University,

Udon Thani Education Center

อีเมล: chanakan.un@ssru.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

28 พฤศจิกายน 2565

22 มีนาคม 2566

29 มีนาคม 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษา ตำบลโพนงาม อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี และเพื่อเปรียบเทียบทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษา ตำบลโพนงาม อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี ที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่าง 389 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการทางสถิติ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แบบมาตรฐานวัดประมาณค่า และสถิติเชิงอนุมาน คือ t – Test, F – Test (ANOVA) โดยใช้วิธี LSD เพื่อการทดสอบรายคู่ ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุ 35 – 44 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. อาชีพ เกษตรกร รายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท มีทัศนคติ ด้านส่วนประสม-

ทางการตลาดของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยรวมทั้งหมด 4 ด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติ ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก และด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก จากการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค พบว่า อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ มีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผู้ประกอบการและนักการตลาดสามารถนำผลวิจัยไปประยุกต์เป็นแนวทางการพัฒนาคุณภาพ มาตรฐาน และ กลยุทธ์การตลาดของผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการผู้บริโภคที่นิยมบริโภคผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม, ทัศนคติ, ส่วนประสมทางการตลาด

ABSTRACT

The research aimed 1) to study consumers' attitudes in mixed marketing towards friendly environment products case study: Phonngam subdistrict, Nonghan district, Udon Thani province, and 2) to compare consumers' attitudes in mixed marketing towards friendly environment products case study: Phonngam subdistrict, Nonghan district, Udon Thani province with different gender, ages, status, educational levels, occupations and average monthly income. The data were collected from questionnaires which collected from 389 samples. The statistic used were frequency, percentage, mean, standard deviation, rating scale, t – Test and F – Test (ANOVA) using the LSD (Post Hoc) for testing. The results found that the majority of the samples were female, who were between 35–44 years and married. They graduated with higher secondary school/vocational certificate, and working as an agriculturists. They earned less than 10,000 baht monthly income. The consumers' attitudes in mixed marketing towards friendly environment products of 4 aspects found that the majority of the consumers' attitudes about the product was at high level, promotion was at high level, place was a high level, and price was at high level respectively. The comparison of consumers' personal factors had statistically significant differences on consumers' attitudes in mixed marketing towards friendly environment products. The entrepreneurs and the marketers can apply the research as guidelines for developing quality standards and marketing strategies of the products for responding to the consumers who preferred to consume friendly environment products.

Keywords: Friendly Environment Products, Attitude, Mixed Marketing

บทนำ

ปัจจุบันการเพิ่มขึ้นของประชากรโดยเฉลี่ยทั่วโลกมีแนวโน้มสูงขึ้น และการที่ประชากรเพิ่มจำนวนมากขึ้นหมายถึงความต้องการในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในการดำรงชีวิตก็เพิ่มขึ้นด้วย ประกอบกับการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วทำให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมนานาประการทั้งทางตรงและทางอ้อม ดังนั้นการช่วยกันดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติจึงต้องเป็นการร่วมมือกันหลายๆ ฝ่ายไม่ว่าจะเป็นส่วนบุคคลหรือองค์กรภาครัฐที่ต้องเข้ามาขับเคลื่อนเป็นตัวหลักและสนับสนุนฝ่ายต่างๆ อีกทั้งองค์กรเอกชนซึ่งเป็นพลังส่วนหนึ่งในการผลักดันและจัดให้มีโครงการต่างๆ ที่ช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมธรรมชาติ นอกจากนี้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าและบริการที่มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อช่วยลดผลกระทบต่างๆ ในการผลิตที่อาจเกิดอันตรายต่อมนุษย์และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งช่วยลดการปล่อยมลพิษที่เป็นสาเหตุให้เกิดภาวะโลกร้อนได้ (SD Perspectives, 2565) สำหรับประเทศไทยการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้บริโภคเป็นแนวทางสำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้ประเทศไทยพัฒนาสู่สังคมการบริโภคอย่างยั่งยืน โดยภาครัฐต้องทำให้ประชาชนคนไทยเกิดความตระหนักและจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมพร้อมนำเอาปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมมาประกอบในการตัดสินใจซื้อโดยมีกลยุทธ์ในการดำเนินงานคือ การเร่งรัดการผลิตและกระจายสินค้าสีเขียวแก่ผู้บริโภค การเร่งวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสม การขยายฐานผู้บริโภคสีเขียว การพัฒนากฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานของสินค้าและบริการสีเขียว และสิทธิผู้บริโภค การสร้างความตระหนักและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค โดยการให้การศึกษาและสร้างสังคมฐานความรู้และเร่งรัดให้มีจิตสำนึกในการบริโภคอย่างยั่งยืน การสร้างกลไกแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ความรู้เท่ากันและสามารถตัดสินใจซื้อหาสินค้าที่มีคุณภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การสร้างแนวปฏิบัติ สร้างนิสัยและปลูกจิตสำนึกเพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมและวิถีชีวิตประจำวัน (ไพฑูริย์ พิมพ์, 2559) ในการสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันผู้ประกอบการและนักการตลาดจะให้ความสำคัญโดยการนำแนวคิดด้านการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Marketing) หรือการตลาดสีเขียว (Green Marketing) เข้ามาช่วยในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ที่ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เพื่อสร้างความสนใจ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์และองค์การ

ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ECO Product) คือ สินค้ารักษ์โลกชนิดหนึ่ง ซึ่งเป็นหนึ่งในแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์แบบยั่งยืนเพื่อสิ่งแวดล้อม ไม่สิ้นเปลืองพลังงาน ไม่ก่อขยะหรือมลพิษให้กับโลกที่ส่วนใดส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์หรือทั้งหมดสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้โดยผ่านกระบวนการ 4R ได้แก่ Reduce : ลดการใช้ Reuse : การนำมาใช้ซ้ำ Recycle : การนำกลับมาใช้ใหม่ Repair : การซ่อมบำรุง ซึ่งข้อดีของ ECO Product นั้นย่อมสร้างคุณค่าให้กับโลกได้อย่างมหาศาล ในด้านของการลดก่อขยะ และการทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าคุณค่าให้กับโลกได้อย่างมหาศาล ในด้านของการลดก่อขยะ และการทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าคุณค่าให้กับโลกได้อย่างมหาศาล ในด้านของการลดก่อขยะ และการทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าคุณค่าให้กับโลกได้อย่างมหาศาล (Fillgoods, 2564) ในส่วนของปัญหาขยะมูลฝอยนับเป็นปัญหาสำคัญของประเทศและมีแนวโน้มทวีความรุนแรงมากขึ้นทุกปี เป็นปัญหาสิ่งแวดล้อมที่สำคัญปัญหาหนึ่งในชุมชนทุกประเทศทั่วโลก อันเนื่องมาจากจำนวนประชากรที่มากขึ้น รวมทั้ง

การพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน (สันชัย พรหมสิทธิ์, 2562) แต่ในขณะเดียวกันผู้บริโภคเริ่มใส่ใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น แม้ว่าสินค้าหรือบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น ตะกร้าพลาสติกสาน กระบอกน้ำหรือแก้วน้ำที่ผลิตจากไม้ไผ่ หลอดสแตนเลส ฯลฯ จะมีราคาสูงกว่าสินค้าหรือบริการทั่วไปในประเภทเดียวกันผู้บริโภคก็เต็มใจที่จะซื้อเพื่อให้ได้เป็นส่วนหนึ่งในการช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมและช่วยลดขยะควบคู่กันไป เช่นเดียวกับจังหวัดอุดรธานี ได้มีการสนับสนุนให้ประชาชนตระหนักและใส่ใจเกี่ยวกับสุขภาพและสิ่งแวดล้อมโดยได้จัดทำโครงการต่างๆ ในจังหวัดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น โครงการส่งเสริมให้เกษตรกรรวมกลุ่มเพาะปลูกพืชผักปลอดสารพิษนั้นคือ "กลุ่มปลูกผักปลอดภัยสารพิษตำบลนาดี" ที่อ่างเก็บน้ำกุดลิงง้อ บ้านกุดลิงง้อ ตำบลนาดี อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี (ศรีภูมิ ทองใหญ่ ณ อยุธยา, 2562) และโครงการถนนสวยเมืองสะอาด ใส่ใจสิ่งแวดล้อม (อบรมการตัดแต่งและดูแลรักษาต้นไม้) (สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นจังหวัด, 2563) ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในตำบลโพนงาม อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี เนื่องจากประชาชนในพื้นที่จะมีการตัดแยกขยะก่อนทิ้งและมีการใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติกในการซื้อสินค้าเพื่อบริโภคในครัวเรือน นอกจากนี้ยังเป็นพื้นที่ที่มีการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนที่ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับด้านเกษตรอินทรีย์และสิ่งแวดล้อม จำนวน 19 แห่ง จากทั้งหมด 146 แห่ง ในอำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2560)

จากการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลที่ได้จะสามารถนำไปเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการและนักการตลาด เพื่อใช้ในการวางแผนกระบวนการผลิต ปรับปรุงคุณภาพและมาตรฐาน การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจและแก้ไขปัญหาเพื่อตอบสนองความต้องการต่อกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญในการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้

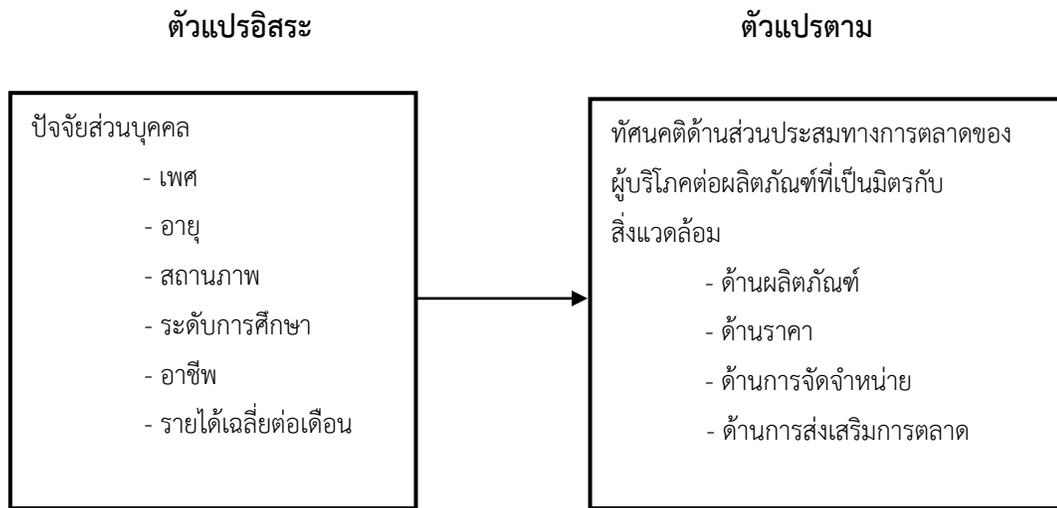
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษา ตำบลโพนงาม อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษา ตำบลโพนงาม อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี ที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน มีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมตำบลโพนงาม อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ประชาชนที่เคยซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในตำบลโพรงงาม อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี จำนวน 21 หมู่บ้าน รวมทั้งหมด 14,006 คน (องค์การบริหารส่วนตำบลโพรงงาม อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี, 2565)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป โดยได้การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง (n) เป็นกรณีที่ผู้วิจัยทราบขนาดของประชากร (N) ที่แน่นอนและยอมรับความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างได้ ร้อยละ 5 หรือ 0.05 โดยมีรายละเอียดในการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550) จากการคำนวณงานวิจัยนี้ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดอยู่ที่ 389 คน โดยผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างโดยไม่ได้อาศัยทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) และเลือกวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) คือ การสุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของหมู่บ้านในพื้นที่ของ ตำบลโพรงงาม อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี โดยได้กลุ่มตัวอย่างตามโควตาดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนตัวอย่างที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า

หมู่บ้าน	ประชากร (คน)	จำนวนตัวอย่าง (คน)
1. บ้านโพนงาม (ม.1)	663	18
2. บ้านนิคมหนองตาล (ม.2)	984	27
3. บ้านสะคาม	620	17
4. บ้านทุ่งยั้ง	441	12
5. บ้านโคก	714	20
6. บ้านหนองสองห้อง	464	13
7. บ้านศาลา (ม.21)	707	20
8. บ้านดงคำ	1,062	29
9. บ้านดอนบาก	489	14
10. บ้านดอนยางเดี่ยว	694	19
11. บ้านนาจิว	678	19
12. บ้านหนองดินจี่	357	10
13. บ้านโคกสว่างนาดี	1,276	35
14. บ้านนิคมหนองตาล (ม.14)	528	15
15. บ้านโพนงาม (ม.15)	903	25
16. บ้านดงคำ	930	26
17. บ้านโคกพัฒนา	903	25
18. บ้านโนนศรีพัฒนา	295	9
19. บ้านโพนงาม (ม.19)	286	8
20. บ้านนิคมหนองตาล (ม.20)	409	11
21. บ้านศาลา (ม.7)	603	17
รวม	14,006	389

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นคำถามปลายปิดทั้ง 2 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด จำนวน 20 ข้อ โดยผู้วิจัยพัฒนาเครื่องมือจากงานวิจัยของกนกอร นิลวรรณจะณกุล (2555) โดยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของ Likert Scale ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนตามลำดับ 5 ระดับ เพื่อวัดทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

คะแนน	ระดับทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

การแปลความหมายระดับทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดจะใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์ และแปลผลข้อมูล (บุญชม ศรีสะอาด, 2545) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีระดับทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดในผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีระดับทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดในผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีระดับทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดในผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีระดับทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดในผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีระดับทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดในผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

วิธีรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลมาจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่จำนวน 389 คน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลต่างๆ จากหนังสือ งานวิจัย วารสารทางวิชาการ บทความทางวิชาการและอื่นๆ ตลอดจนการสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย

1. สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ โดยใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม ตอนที่ 1 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วน ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแบบมาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของ Likert Scale ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามตอนที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

2. สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t – Test, F – Test โดยใช้วิธี LSD เพื่อการทดสอบรายคู่ โดยใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามตอนที่ 1 และตอนที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษา ตำบลโพนงาม อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี โดยใช้สถิติทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent t-test) และมากกว่า 2 กลุ่มใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (Analysis of Variance : ANOVA) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนหลายตัวแปร (Multivariate Analysis of Variance : MANOVA)

การทดสอบเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการ try out กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เป็นจำนวน 30 ชุด ได้ค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์ครอนบาค เท่ากับ 0.96 และนำเอาแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไข ก่อนนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 389 ชุด จากนั้นนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์ และวิเคราะห์ข้อมูลรวมถึงการนำมาลงรหัส (Coding) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษา ตำบลโพนงาม อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 51.2) อายุ 35 – 44 ปี (ร้อยละ 27.5) รองลงมา 45 – 54 ปี (ร้อยละ 27.2) สถานภาพสมรส (ร้อยละ 63.8) รองลงมาโสด (ร้อยละ 31.6) ระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. (ร้อยละ 33.2) รองลงมา ปริญญาตรี (ร้อยละ 22.4) อาชีพ เกษตรกร (ร้อยละ 45.0) รองลงมา นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 20.3) รายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท (ร้อยละ 57.3) รองลงมา 10,001 – 20,000 บาท (ร้อยละ 31.1)

2. ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษา ตำบลโพนงาม อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี พบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.35$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก

ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.40$) รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.36$) ด้านการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.33$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ด้านราคา ($\bar{X} = 4.32$) โดยมีรายละเอียดในแต่ละด้านดังนี้

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ผู้บริโภคคิดว่าผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมากกว่าสินค้าทั่วไปในผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน ($\bar{X} = 4.55$) ผู้บริโภคคิดว่าผู้บริโภคในปัจจุบันหลีกเลี่ยงการซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นอันตรายต่อสภาพแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น ($\bar{X} = 4.50$) รองลงมาคือ ผู้บริโภคคิดว่าผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจะมีการติดฉลากรับรองที่ชัดเจน สามารถสังเกตได้ง่าย ($\bar{X} = 4.40$) ผู้บริโภคคิดว่าตราผลิตภัณฑ์ (ยี่ห้อ) ของผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 4.28$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ผู้บริโภคคิดว่าปัจจุบันมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมออกสู่ตลาดมากขึ้นทำให้ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายให้เลือกและตรงต่อความต้องการ ($\bar{X} = 4.26$)

2.2 ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.36$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ผู้บริโภคพบเห็นการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจากสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เฟซบุ๊ก เป็นต้น ($\bar{X} = 4.63$) ผู้บริโภคคิดว่าการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม ฯลฯ มีส่วนทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น ($\bar{X} = 4.55$) รองลงมาคือ ผู้บริโภคคิดว่าผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้มีการโฆษณา/ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าว่ามีส่วนช่วยลดปัญหาสิ่งแวดล้อมได้ ($\bar{X} = 4.30$) ผู้บริโภคคิดว่าการประชาสัมพันธ์เรื่องประโยชน์ของการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีส่วนทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เหล่านั้นมากขึ้น ($\bar{X} = 4.18$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ผู้บริโภคคิดว่าผลิตภัณฑ์ควรมีการจัดกิจกรรมเพื่อให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมและเสนอความคิดเห็นในด้านการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 4.13$)

2.3 ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุดจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ผู้บริโภคคิดว่าในปัจจุบันผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสามารถหาซื้อได้ง่ายมีการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ซ้อปปี เป็นต้น ($\bar{X} = 4.50$) รองลงมาอยู่ในระดับมาก ผู้บริโภคคิดว่าผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีการจัดวางเป็นที่เฉพาะหรือมีการตกแต่งอย่างโดดเด่นว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 4.33$) ผู้บริโภคคิดว่าผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่มีการจัดวางอยู่ในร้านค้าจัดอยู่ในที่สะดวกแก่ การหยิบ/มองเห็น ($\bar{X} = 4.30$) และมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดเท่ากันจำนวน 2 ข้อ คือ ผู้บริโภคคิดว่าผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสามารถหาซื้อได้ง่ายมีวางจำหน่ายในร้านค้าทั่วไป และผู้บริโภครู้ว่าผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมบางประเภทสามารถให้บริการขนส่งถึงที่ได้อื่น เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า เฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น ($\bar{X} = 4.25$)

2.4 ด้านราคา พบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้บริโภคคิดว่าผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพที่มีคุณสมบัติในการช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 4.35$) รองลงมาคือ ผู้บริโภคคิดว่าผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีราคาเหมาะสมกับการนำไปใช้ประโยชน์ ($\bar{X} = 4.33$) ผู้บริโภคคิดว่าผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีราคาเหมาะสมกับปริมาณ ($\bar{X} = 4.32$) ผู้บริโภคคิดว่าผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีราคาใกล้เคียงกับสินค้าทั่วไปในประเภทเดียวกัน ($\bar{X} = 4.31$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ผู้บริโภคคิดว่าผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีราคาสูง แต่คุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับ การช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 4.30$)

3. การทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน มีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมตำบลโพธิ์งาม อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี แตกต่างกัน โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t - Test, F - Test และใช้วิธี LSD เพื่อการทดสอบรายคู่ในการทดสอบมีรายละเอียดดังนี้

3.1 เพศ เมื่อทำการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยรวมและรายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน

3.2 อายุ เมื่อทำการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่านัยสำคัญ (0.000*) เมื่อทำการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 35 - 44 ปี อายุ 45 - 54 ปี และอายุ 55 ปีขึ้นไป มีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยรวม มากกว่า อายุ 15 - 24 ปี และอายุ 25 - 34 ปี

3.3 สถานภาพ เมื่อทำการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยรวมไม่แตกต่างกัน

3.4 ระดับการศึกษา เมื่อทำการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่านัยสำคัญ (0.000*) เมื่อทำการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา ไม่ได้เรียน ประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. อนุปริญญา / ปวส. มีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยรวม มากกว่า ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี

3.5 อาชีพ เมื่อทำการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่านัยสำคัญ (0.000*) เมื่อทำการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ นักเรียน / นักศึกษา ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ / พนักงานของรัฐ พนักงานบริษัทเอกชน

/ ลูกจ้าง ธุรกิจส่วนตัว และเกษตรกร มีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยรวม มากกว่า รับจ้างทั่วไป ค้าขาย และอื่นๆ

3.6 รายได้ต่อเดือน เมื่อทำการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยรวมไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผลการวิจัย

1. ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษา ตำบลโพรงงาม อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมากโดยเรียงลำดับดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย และด้านราคา ตามลำดับ

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ผู้บริโภคคิดว่าผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมากกว่าสินค้าทั่วไปในผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุวดี แก้วมา (2559) ศึกษา ค่านิยมของผู้บริโภคและประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม พบว่า การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่างจะรู้สึกถึงคุณภาพความปลอดภัยมากกว่าผลิตภัณฑ์โดยทั่วไป และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hsuan-Hsuan K, Chien-Chih K, Ching-Luen W & Chih-Ying W (2013 อ้างถึงใน วีรภัทร วัชรระ, 2558) ศึกษา การศึกษาการรับรู้ของผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคที่ออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม พบว่า กลุ่มผู้บริโภคให้ความสนใจต่อผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อมมากกว่าผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันในตลาดที่ไม่ใช่ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม

1.2 ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) ผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้บริโภคพบเห็นการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจากสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เฟซบุ๊ก เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชนิกร สุโขติรัตน์ (2563) ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากวัสดุรีไซเคิลของผู้บริโภค พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นมาก คือ มีบริการจัดส่งสินค้าและการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สื่อออนไลน์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เจตนา ชิวเจริญกุล (2562) ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กันแดดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมทางทะเลของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด (Beach Attraction) กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก คือ มีการประชาสัมพันธ์ถึงภัยของผลิตภัณฑ์กันแดดทั่วไปต่อสิ่งแวดล้อมทางทะเล มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ

1.3 ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้บริโภคคิดว่าในปัจจุบันผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสามารถหาซื้อได้ง่าย มีการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ซอปปี้ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชนิกร สุโขติรัตน์ (2563) ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากวัสดุรีไซเคิลของผู้บริโภค พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลัดดาวัลย์ โชคถาวร และ ขวัญกมล ดอนขวา (2560) ศึกษา อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยทัศนคติที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ ร้านที่มีช่องทางการสั่งซื้อออนไลน์

1.4 ด้านราคา (Price) ผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้บริโภคคิดว่าผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพที่มีคุณสมบัติในการช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐติกา แก้วดี, เสาวลักษณ์ ชมทอง, กัญญาวีร์ เอ็มโอษฐ์ และ ปวีณา ลิ้มปิที่ปรากฏ (2565) ศึกษา ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในกลุ่มผู้ค้าตลาดเจริญศรี อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า กลุ่มผู้ค้าให้ความสำคัญในเรื่องราคาต่อชิ้นของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับคุณภาพและสอดคล้องกับงานวิจัยของ เจตนา ชิวเจริญกุล (2562) ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กันแดดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมทางทะเลของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด (Beach Attraction) กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก คือ ราคามีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์

2. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน มีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมตำบลโปงนางาม อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี แตกต่างกัน

ผู้บริโภค ที่มีเพศแตกต่างกัน มีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยรวมและรายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เจตนา ชิวเจริญกุล (2562) ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กันแดดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมทางทะเลของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด (Beach Attraction) กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต พบว่า เพศที่ต่างกันมีความรู้ความเข้าใจและทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กันแดดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมทางทะเลไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปารมี พัฒนดุล และ วิโรจน์ เกษภูาลักษณ์ (2559) ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่า เพศที่ต่างกันมีผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมไม่ต่างกัน

ผู้บริโภค ที่มีอายุแตกต่างกัน มีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยรวมแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชนิกร สุโขติรัตน์ (2563) ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อ

การตัดสินใจซื้อสินค้าจากวัสดุรีไซเคิลของผู้บริโภค พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากวัสดุรีไซเคิลที่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริพัฒน์ญ ชินเศรษฐพงษ์ (2561) ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค พบว่า อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ต่างกัน

ผู้บริโภค ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชนิกร สุขโชติรัตน์ (2563) ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากวัสดุรีไซเคิลของผู้บริโภค พบว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากวัสดุรีไซเคิลที่ไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสาวนีย์ ศรีจันทร์นิล (2563) ศึกษา ทัศนคติของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรีที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และอรรถประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุอาหาร พบว่า สถานภาพสมรสต่างกันมีทัศนคติต่ออรรถประโยชน์ในการใช้บรรจุภัณฑ์อาหารไม่แตกต่างกัน

ผู้บริโภค ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยรวมแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชินีช อ้อพงษ์ (2564) ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกใช้ซ้ำ (Reusable packaging) ในการขนส่งสินค้า พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกใช้ซ้ำ (Reusable packaging) ในการขนส่งสินค้าที่ต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริพัฒน์ญ ชินเศรษฐพงษ์ (2561) ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ต่างกัน

ผู้บริโภค ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยรวมแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชินีช อ้อพงษ์ (2564) ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกใช้ซ้ำ (Reusable packaging) ในการขนส่งสินค้า พบว่า อาชีพที่ต่างกันมีผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกใช้ซ้ำ (Reusable packaging) ในการขนส่งสินค้าที่ต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิญญา ศรีอักษร (2560) ศึกษา การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า อาชีพที่ต่างกันส่งผลในด้านการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน

ผู้บริโภค ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยรวมไม่แตกต่างกัน เจตนา ชิวเจริญกุล (2562) ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กันแดดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมทางทะเลของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด (Beach Attraction) กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต พบว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กันแดดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมทางทะเลไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปารมี พัฒนกุล และ วิโรจน์ เกษภูาลักษณ์ (2559)

ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมไม่ต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง ทักษะคิดด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษา ตำบลโพรงงาม อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี สามารถสรุปประเด็นสำคัญที่เป็นข้อเสนอแนะได้ดังนี้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการและนักการตลาดสามารถนำผลวิจัยไปเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาควบคุมคุณภาพและมาตรฐานของกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมให้มีความปลอดภัยและไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภคได้ เพราะผู้บริโภคในพื้นที่คิดว่าผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมากกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไปในผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันและมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพที่มีคุณสมบัติในการช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมจึงได้เลือกบริโภค

2. ผู้ประกอบการและนักการตลาดสามารถนำผลวิจัยไปพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดในด้านการส่งเสริมการขาย การทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ที่ต้องสื่อสารให้บริโภคเข้าใจตระหนักถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้นทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์

3. ผู้ประกอบการและนักการตลาดสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนเพื่อพิจารณาการลงทุนการประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อตอบสนองความต้องการผู้บริโภคในพื้นที่ตำบลโพรงงาม อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี และพื้นที่ที่มีบริบทใกล้เคียงได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเปรียบเทียบในพื้นที่ที่มีบริบทใกล้เคียงกัน เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเกี่ยวกับทัศนคติผู้บริโภค

2. การวิจัยครั้งต่อไปอาจจะทำให้ครอบคลุมพื้นที่ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือทั่วประเทศ เพื่อจะได้พัฒนาเป็นโมเดลของผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่ตรงตามทัศนคติของผู้บริโภค ซึ่งข้อมูลที่ได้อาจจะเป็นประโยชน์ในการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมต่อผู้บริโภคให้มีคุณภาพดี มีมาตรฐานตรงกับความต้องการของผู้บริโภคที่ตระหนักและใส่ใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้

เอกสารอ้างอิง

- กนกอร นิลวรรณจะณกุล. (2555). *ความรู้และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี).
- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2560). *รายชื่อวิสาหกิจชุมชน/เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน*. สืบค้นเมื่อ 7 มีนาคม 2565, จาก https://smce.doae.go.th/ProductCategory/SmceCategory.php?region_id=&province_id=41&hur_id=06&key_word=
- จารุวดี แก้วมา. (2559). *ค่านิยมของผู้บริโภคและประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- เจตนา ชิวเจริญกุล. (2562). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กันแดดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมทางทะเลของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด (Beach Attraction) กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต).
- ชินินุช อ้อพงษ์. (2564). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการบรรจุภัณฑ์ขึ้นนอกใช้ซ้ำ (Reusable packaging) ในการขนส่งสินค้า*. (สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล).
- ณัฐติกา แก้วดี, เสาวลักษณ์ ชมทอง, กัญญาวีร์ เอ็มโอษฐ์ และ ปวีณา ลิ้มปีที่ปรากฏ. (2565). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในกลุ่มผู้ค้าตลาดเจริญศรี อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี*. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 11(2), 65-82.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2550). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS*. กรุงเทพฯ: บริษัท วี อินเทอร์เน็ต จำกัด.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *วิจัยเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ปารมี พัฒนดุล และ วิโรจน์ เกษภูาลักษณ์. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี*. *วารสารฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และศิลปะ*, 9(2), 857-872.
- ไพฑูรย์ พิมพ์ดี. (2559). *พฤติกรรมการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของนักศึกษา : การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน*. *วารสารวิจัยและพัฒนา มจร*, 39(3), 317-326.
- รัชนิกร สุโขติรัตน์. (2563). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากวัสดุรีไซเคิลของผู้บริโภค*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์).

- ลัดดาวลัย โขศถาวร และ ขวัญกมล ดอนขวา. (2560). อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยทัศนคติที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดนครราชสีมา. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยขอนแก่น (ฉบับบัณฑิตศึกษา) สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 5(1), 79-91.
- วีรภัทร วัสสระ. (2558). การศึกษาการรับรู้ของผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคที่ออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ศรีภูมิ ทองใหญ่ ณ อยุธยา. (2562). พ่อเมืองอุดร ชวนปั่นชมแปลงผักปลอดสารพิษเกษตรแปลงใหญ่ที่บ้านกุดลิงง้อ. สืบค้นเมื่อ 23 พฤศจิกายน 2565, จาก <https://thainews.prd.go.th/th/news/detail/TCATG190206221144774>
- สันชัย พรหมสิทธิ์. (2562). การจัดการขยะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นขนาดใหญ่ กลาง เล็ก ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 9(1), 67-81.
- สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นจังหวัด. (2563). *โครงการถนนสวย เมืองสะอาด ใส่ใจสิ่งแวดล้อม (อบรมการตัดแต่งและดูแลรักษาต้นไม้)*. สืบค้นเมื่อ 7 มีนาคม 2565, จาก http://www.udonthanilocal.go.th/system_files/256/23efb0cb9ebc95c0bec000da_6955635b.pdf
- สิริพัฒน์ญ ชินเศรษฐพงศ์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- เสาวนีย์ ศรีจันทร์นิล. (2563). ทัศนคติของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรีที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และอรรถประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุอาหาร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 6(2), 85-96.
- องค์การบริหารส่วนตำบลโพนงาม อำเภอนองหาน จังหวัดอุดรธานี. (2565). *ข้อมูลหน่วยงาน*. สืบค้นเมื่อ 4 มีนาคม 2565, จาก <https://www.phonngam.go.th/index/?page=article1932>
- อภิญา ศรีอักษร. (2560). การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี. (ภาคนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี).
- Fillgoods. (2564). *เจาะเทรนด์สินค้ารักษ์โลกเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อผู้บริโภคสายกรีน*. สืบค้นเมื่อ 28 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://www.fillgoods.co/online-biz/shop-orders-trend-product-environmental-friendly-for-green/>
- SD Perspectives. (2565). *ผลสำรวจมิถุนายน 2565 “ปัญหาสิ่งแวดล้อม” คนไทยกังวลอันดับที่สอง รองจากค่าครองชีพที่สูงขึ้น*. สืบค้นเมื่อ 23 พฤศจิกายน 2565, จาก <https://www.sdperspectives.com/next-gen/17063-marketbuzz-envi/>

คำแนะนำในการเตรียมบทความเพื่อลงตีพิมพ์ใน วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

นโยบายการพิจารณากลับกรองบทความ (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) รับผิดชอบบทความครอบคลุมในด้านบริหารธุรกิจ การท่องเที่ยว เศรษฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ ภาษาศาสตร์ นิเทศศาสตร์ และนิติศาสตร์

บทความที่จะได้รับการพิจารณาลงตีพิมพ์จะต้องผ่านการพิจารณาจากกองบรรณาธิการ และผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องเพื่อประเมินคุณภาพของบทความว่าอยู่ในระดับที่เหมาะสมที่จะลงตีพิมพ์หรือไม่ บทความแต่ละเรื่องจะได้รับการประเมินคุณภาพทางวิชาการโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย 3 ท่าน โดยกระบวนการพิจารณากลับกรองนี้ ผู้ทรงคุณวุฒิจะไม่สามารถทราบข้อมูลของผู้ส่งบทความ (Double-Blind Process) และบทความที่จะลงตีพิมพ์ในวารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จะต้องเป็นบทความที่ไม่เคยได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่น ๆ การละเมิดลิขสิทธิ์เป็นความรับผิดชอบของผู้ส่งบทความโดยตรง

ข้อตกลงของวารสาร

ผู้เขียนจะต้องชำระเงินค่าดำเนินการพิจารณาคำขอตีพิมพ์วารสาร 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 รวมบทคัดย่อภาษาไทย 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 ใส่หมายเลขหน้าทุกหน้าที่ด้านขวากลางของกระดาษ
2. คำโครงหน้ากระดาษ 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 ยกเว้นคำบุพบทที่ใช้ตัวอักษรพิมพ์เล็ก
 - ชื่อผู้เขียน (ทุกคน)
 - ชื่อผู้เขียน ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ขนาด 16 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 เซนติเมตรไปเรื่อย ๆ 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** เอกสารอ้างอิงที่แปลเป็นภาษาไทยให้ยึดตัวอักษรในการเรียงลำดับ และตามด้วยเอกสารอ้างอิงเป็นภาษาอังกฤษ

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 (In-text citation) ให้ใช้นาม-ปี โดยกำหนดดังนี้

2.1 กรณีผู้แต่ง 1-3 คน ให้กำหนด (ชื่อ1/สกุล1, ชื่อ2/สกุล2, & ชื่อ3/สกุล3, 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)

2.3 การอ้างอิงจากข้อมูลจากแหล่งข้อมูลระดับทุติยภูมิ

งานของผู้เขียน (1) ถูกอ้างอยู่ในงานของผู้เขียน (2) (ชื่อ1/สกุล1/(ปี,/อ้างถึงใน/ชื่อ2/สกุล2,/ปี).....) เช่น สุวัจน์ ธีรุต (2560, อ้างถึงใน ธนบวร สิริคุณากรกุล 2563) Thompson (2004, as cited in Siddiqui, 2013)

2.4 การอ้างอิงจากบทสัมภาษณ์

ชื่อผู้สัมภาษณ์/สกุลผู้สัมภาษณ์/(การสื่อสารส่วนบุคคล,/วัน/เดือน/ ปี) เช่น กัลยา วานิชปัญญา (การสื่อสารส่วนบุคคล, 1 ตุลาคม 2562)

2.5 การอ้างอิงราชกิจจานุเบกษา

การอ้างอิงราชกิจจานุเบกษาทำข้อความในเนื้อหานั้น ให้ใช้ชื่อกฎหมายและตามด้วยปี เช่น (พระราชบัญญัติการอุดมศึกษา พ.ศ. 2562, 2562)

รูปแบบการอ้างอิงส่วนท้ายบทความ

1. หนังสือ

รูปแบบ	ชื่อ/สกุล/(ปีที่พิมพ์)/ชื่อหนังสือ/(ครั้งที่พิมพ์)/สำนักพิมพ์.
ผู้แต่ง 1 คน	จินตนา บุญบงการ. (2554). <i>จริยธรรมทางธุรกิจ</i> (พิมพ์ครั้งที่ 14). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
ผู้แต่ง 2 คน	นราศรี ไวนิชกุล และ ชุศักดิ์ อุดมศรี. (2537). <i>ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ</i> (พิมพ์ครั้งที่ 5). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
ผู้แต่ง 3 - 20 คน ให้ใส่ชื่อทุกคน	สุภมาส อังศุโชติ ¹ , สมถวิล วิจิตรวรรณ ² , รัชนีกุล ภิญโญภาณุวัฒน์ ³ , มารวย วิชาญ ยุทธนากุล ⁴ , รัศมี อิสลาม ⁵ , ยุทธ ไกยวรรณ ⁶ , กัลยา วานิชปัญชา ⁷ , ธนบวรสิริ คุณากรกุล ⁸ , ณิชศาสตร์ ปัญญานะ ⁹ , ผกามาศ เชื้อประดิษฐ์ ¹⁰ . (2562). <i>สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัยเชิงสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์: เทคนิคการใช้โปรแกรม LISREL</i> (พิมพ์ครั้งที่ 4). เจริญดีมั่นคงการพิมพ์.
ผู้แต่ง 21 คน ขึ้นไป ใส่ชื่อคนที่ 1-19 และคนสุดท้าย	สุภมาส อังศุโชติ ¹ , สมถวิล วิจิตรวรรณ ² , รัชนีกุล ภิญโญภาณุวัฒน์ ³ , มารวย วิชาญ ยุทธนากุล ⁴ , รัศมี อิสลาม ⁵ , ยุทธ ไกยวรรณ ⁶ , กัลยา วานิชปัญชา ⁷ , ธนบวรสิริ คุณากรกุล ⁸ , ณิชศาสตร์ ปัญญานะ ⁹ , ผกามาศ เชื้อประดิษฐ์ ¹⁰ , ...ศิริรัตน์ พิกุล ^{คนสุดท้าย} . (2552). <i>ระบบสารสนเทศทางการจัดการ</i> . มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.
ผู้แต่งเป็นสถาบัน	สำนักนายกรัฐมนตรี สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2553). <i>แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบ พ.ศ.2550-2554</i> . วี.เจ. พรินติ้ง.
หนังสือแปล	กรอฟ, ทอด และ โจนส์, โทมัส. (2554). <i>Introduction to Knowledge Management: KM in Business</i> [การจัดการความรู้เบื้องต้น]. โอกรูปเพรส.

2. บทความ

บทความในหนังสือ	
รูปแบบ	ชื่อ/สกุล./ (ปีพิมพ์)/ชื่อบทหรือชื่อบทความ./ใน/ชื่อบรรณาธิการ/(บ.ก.)/ชื่อหนังสือ ////////(น./เลขหน้า)/สำนักพิมพ์. สุวรรณ จินตนาการ. (2554). ภาวะผู้นำยุค 4.0. ใน สุกสินธุ์ จันทร์ทร (บรรณาธิการ), <i>หลักการจัดการ</i> . (น.104-105). ซีเอ็ดยูเคชั่น.
บทความในวารสารแบบรูปเล่ม/อิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่มีเลข DOI	
รูปแบบ	ชื่อ/สกุล./ (ปี พิมพ์)/ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร./เลขของปีที่(เลขของฉบับที่)/เลขหน้า. วิมล อารยะรัตน์. (2546). ธุรกิจแฟรนไชส์. <i>วารสารเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่</i> , 7(2), 43-51.
บทความในวารสารแบบรูปเล่ม/อิเล็กทรอนิกส์ที่มีเลข DOI	
รูปแบบ	ชื่อ/สกุล./ (ปีพิมพ์)/ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร./เลขของปีที่(เลขของฉบับที่), ////////เลขหน้า./https://doi.org/เลขdoi Plows, J. F., Stanley, J. L., Baker, P. N., Reynolds, C. M., & Vickers, M. H. (2018). The pathophysiology of gestational diabetes mellitus. <i>International journal of molecular sciences</i> , 19(11), 3342. https://doi.org/10.3390/ijms19113342

3. นิตยสาร

รูปแบบ	ชื่อ/สกุล./ (ปี,เดือนที่พิมพ์)/ชื่อบทความ./ชื่อนิตยสาร./ปีที่ (ฉบับที่), ////////เลขหน้าที่ปรากฏ. มาลีรัตน์ ทิพย์อารักษ์วงศ์. (มีนาคม 2542). กลยุทธ์การทำธุรกิจแฟรนไชส์ให้ ประสบความสำเร็จ. <i>ผู้ส่งออก</i> , 12(276), 24-31.
--------	---

4. หนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์

รูปแบบ	ชื่อ/สกุล./ (ปี,เดือนที่พิมพ์)/ชื่อบทความ./ชื่อหนังสือพิมพ์./ปีที่ ////////(ฉบับที่)/เลขหน้าที่ปรากฏ. ทิพย์เกสร วงศ์วาน. (2552, 15 ตุลาคม). กลยุทธ์การส่งออกจีน. <i>เดลินิวส์</i> , น.14. นิตการุณย์ มิ่งรุจิราลัย. (2563, 2 กันยายน). โอกาสในวิกฤติที่อยู่อัน. <i>ไทยรัฐออนไลน์</i> . https://www.thairath.co.th/news/foreign/1921920
--------	---

5. วิทยานิพนธ์

วิทยานิพนธ์ปริญญาคุณวุฒิบัณฑิตและวิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต	
รูปแบบ	ชื่อ/สกุล./(ปีพิมพ์)./ชื่อวิทยานิพนธ์./[วิทยานิพนธ์ปริญญา ///////////มหาบัณฑิตหรือวิทยานิพนธ์ปริญญาคุณวุฒิบัณฑิต],/ชื่อมหาวิทยาลัย. นวลจันทร์ วันเพ็ญ. (2559). <i>กลยุทธ์การตลาดในธุรกิจเฟอร์นิเจอร์รีโนเวทในเขตภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ</i> . [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.
วิทยานิพนธ์ปริญญาคุณวุฒิบัณฑิตและวิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตจากเว็บไซต์	
รูปแบบ	ชื่อ/สกุล./(ปีที่เผยแพร่)./ชื่อวิทยานิพนธ์/[วิทยานิพนธ์ปริญญาคุณวุฒิบัณฑิต หรือ ///////////วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]./ชื่อเว็บไซต์./URL กฤษณา ทวีทรัพย์สมบูรณ์. (2560). <i>การศึกษาการปฏิบัติบทบาทผู้นำการพยาบาล ทางคลินิกของ พยาบาลวิชาชีพ หอผู้ป่วยวิกฤต โรงพยาบาลศูนย์ สังกัด กระทรวงสาธารณสุข</i> [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR). http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/58250

6. เอกสารประกอบการประชุม/การประชุมวิชาการ

รูปแบบ	ชื่อผู้แต่ง./(ปีพิมพ์,/วันที่/เดือน)./ชื่อบทความหรือชื่อเรื่องของบท/[การนำเสนอ]./ ///////////ชื่อการประชุม, เมืองที่ประชุม.
	พงษ์ศักดิ์ ดรพินิจ. (2563, 30 พฤษภาคม). <i>การพัฒนาการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ แบบห้องเรียนกลับด้าน (Flipped classroom) ด้วยการบูรณาการการ เรียนการสอนรายวิชาคอมพิวเตอร์ในชีวิตประจำวันผ่าน class start</i> [เอกสารนำเสนอ]. การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่7: เรื่อง นวัตกรรมการเรียนรู้สู่การพัฒนาชุมชน, ขอนแก่น, ประเทศไทย.

7. เว็บไซต์

รูปแบบ	ชื่อ/สกุล./(ปี,/วัน/เดือนที่เผยแพร่)./ชื่อบทความ./ชื่อเว็บไซต์./URL
	วิฑูรย์ สิมะโชคดี. (2562, 17 มกราคม). <i>การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์</i> . ผู้จัดการ รายวัน. http://www.rspg.or.th/botanical_school/index.htm

การเรียงรายการบรรณานุกรม

1. การเรียงลำดับให้รายการภาษาไทยก่อนรายการภาษาอังกฤษ
2. การจัดเรียงลำดับสำหรับผู้แต่งชาวไทย ให้เรียงตามลำดับตัวอักษรของชื่อและสกุลของผู้แต่งคนแรก โดยยึดหลักพจนานุกรมภาษาไทยฉบับราชบัณฑิตยสถาน
3. การจัดเรียงลำดับสำหรับผู้แต่งชาวต่างประเทศหรือผู้แต่งชาวไทยที่แต่งเป็นภาษาอังกฤษ เรียงตามลำดับอักษรของนามสกุลของผู้แต่งคนแรก
4. เอกสารใดไม่มีผู้แต่ง ให้ใช้ชื่อเรื่อง หรือชื่อบทความ เรียงรายการตามลำดับตัวอักษร
5. เอกสารที่ผู้แต่งคนเดียวกัน ลงชื่อผู้แต่งทุกรายการ เรียงลำดับตามปีที่พิมพ์จากปีน้อยไปมาก
6. เอกสารที่ผู้แต่งหลายคน และผู้แต่งคนแรกเดียวกัน ให้เรียงรายการตามชื่อผู้แต่งคนที่สอง หากชื่อผู้แต่งคนที่สองซ้ำ ให้เรียงตามผู้แต่งคนที่สาม

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

วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

<https://so04.tci-thaijo.org/index.php/neuarj/index>

E-mail: neuarj@neu.ac.th



มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

199/19 ถนนมิตรภาพ ตำบลในเมือง

อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40000

โทรศัพท์ (043)222959-61, โทรสาร (043)226823

Website: www.neu.ac.th

