



มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
NORTHEASTERN UNIVERSITY

NEU
KHON KAEN

NEUARJ

NEU ACADEMIC AND RESEARCH JOURNAL

ปีที่ 15
ฉบับที่ 3

วารสารวิชาการและวิจัย

มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

กรกฎาคม - กันยายน 2568

ISSN 2697-3731 (Online)

Thai-Journal Citation Index Centre Tier #2



เว็บไซต์ NEUARJ



043-222-959



www.neu.ac.th



@neuinfo

บรรณาธิการแถลง

วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีที่ 15 ฉบับที่ 3 กรกฎาคม – กันยายน 2568 นี้ ซึ่งศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย TCI จัดคุณภาพให้เป็นวารสารกลุ่มที่ 2 กองบรรณาธิการมีความมุ่งมั่นคัดสรรผลงานทางวิชาการที่เปี่ยมไปด้วยคุณภาพในด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ เพื่อเป็นการเผยแพร่องค์ความรู้ให้แก่ผู้อ่าน ทั้งในรูปแบบของบทความวิจัยและบทความทางวิชาการในด้านรัฐประศาสนศาสตร์ บริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ มนุษยศาสตร์ นิเทศศาสตร์ นิติศาสตร์ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ศึกษาศาสตร์ และที่เกี่ยวข้องกับด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

สำหรับวารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ฉบับนี้ นำเสนอผลงานที่ผ่านการประเมินคุณภาพอย่างเป็นระบบจากผู้ทรงคุณวุฒิทางวิชาการที่เชี่ยวชาญในแต่ละสาขา รวมทั้งหมด 23 เรื่อง เป็นบทความวิจัย จำนวน 21 เรื่อง และบทความวิชาการ จำนวน 2 เรื่อง การนำเสนอบทความจากผลงานวิจัยที่มีคุณภาพ เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ทางวิชาการที่เป็นประโยชน์แก่สาธารณะนั้น ทุกบทความที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารจึงต้องผ่านกระบวนการทั้งในส่วนของคณะกรรมการกลั่นกรองบทความของวารสารและผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ จำนวน 3 ท่าน ที่ทางกองบรรณาธิการได้กำหนดเป็นกรอบที่จะรับบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ โดยกองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าบทความที่นำเสนอในวารสารนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านทั้งในแง่ของการนำไปประยุกต์ใช้เพื่อการพัฒนาองค์กรหรือท้องถิ่น หรือการวิจัยต่อยอด ดังนั้น จึงขอเชิญชวนนักวิชาการ นักวิจัยจากทุกสถาบัน ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เสนอผลงานทางวิชาการของท่าน ทั้งที่เป็นบทความวิจัยหรือบทความวิชาการในด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ เพื่อเผยแพร่เป็นคุณค่าแก่สังคมต่อไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกอร บุญมี
บรรณาธิการ

สารบัญ

บทความวิจัย

การศึกษาแรงจูงใจในการเรียนภาษาจีนผ่านแอปพลิเคชันของนักศึกษามหาวิทยาลัย.....	1
---	---

ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Motivation for Learning Chinese via Mobile Applications among University Students in Northeastern

ภุริพันธุ์ โพธิ์ชัยแก้ว สุทธิดา มังคะรัตน์ เสาวลักษณ์ แสงจันทร์ และ
เกศกนก หาทรัพย์

Phuripan Pochaikaew Suttida Mungkarat Saowalak Saengchan and
Ketkanok Hasap

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการโรงพิมพ์ กรณีศึกษา โรงพิมพ์แห่งหนึ่งใน.....	14
---	----

จังหวัดขอนแก่น

Marketing Mix Factors in Decision-Making to Printing Services: A Case Study of
a Printing House in Khon Kaen Province

พิมพ์ชนก หาญพานิชย์ และ ธนภณ วิมูลอาจ

Phimchanok Hanphanit and Thanapon Wimonard

การพัฒนาความสามารถทางด้านสมรรถภาพทางกายของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5.....	29
--	----

โดยการจัดการเรียนรู้ด้วยกิจกรรมนันทนาการประเภทการเล่นเกม

Developing Physical Fitness of Grade 5 Students by Organizing Learning through
Game-type Recreational Activities

ชนัญชิตา พรหมศิริ และ สันติ วิจักขณาลัญญ์

Chananchida Promsiri and Santi Wijugkanalun

อิทธิพลการยอมรับเทคโนโลยีการถ่ายทอดสดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า.....	38
--	----

ผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคเจนเนอเรชันวายในประเทศไทย

The Influence of Live Streaming Technology Acceptance on Online Purchase
Decisions of Generation Y Consumers in Thailand

ปิยะ แก้วบัวดี ทรงพล สัตย์เชื้อ และ พรหมจิรา เจาลา

Piya Kaewbuadee Songpon Satsue and Promchira Chaola

สารบัญ (ต่อ)

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหาร.....	53
ประเภทอาหารตามสั่งของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยขอนแก่น	
The Study of Marketing Mix Factors Affecting Decision-Making on Choosing Made-to-Order Food Restaurants of Undergraduate Students at Khon Kaen University	
แสงชัย นิคมเขตต์ และ อารีย์ นัยพินิจ	
Sangchai Nikhomket and Aree Naipinit	
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิก.....	65
ในจังหวัดลำปางผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	
E-Marketing Mix Factors Affecting Purchase Decision of Ceramic Products in Lampang Province via E-Commerce Platforms	
พิรภาพ จันทรแสนตอ บัณฑิต บุชบา อารยา อริยา นุสรุา แสงอร่าม	
วีรพร สุพจน์ธรรมจारी วิจิตรา แซ่ตั้ง อภิชาติ ตัณนิตศุภวงษ์ และ	
พรนภา บุญนำมา	
Piraprob Junsantor Bundit Busaba Araya Ariya Nusara Saengaram	
Weeraporn Supotthamjaree Wijitra Seangtane Aphichat Tannitisuphawong and Pornnapa Boonnamma	
การพัฒนาโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตนโดยการประยุกต์ใช้ไพ่ทาโรต์เพื่อเสริมสร้างพลังสุขภาพจิต.....	80
สำหรับนักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี	
Development of Personal Growth Group Program by Applying Tarot Card on Improving Resilience Quotient of Students at Faculty of Education, Kanchanaburi Rajabhat University	
รุ่งรอง งามศิริ กรรณิการ์ พันทอง มลฤดี โอบมาวุฒิกุล และ	
สายชล เทียนงาม	
Rungrong Ngamsiri Kannika Phantong Monluedee Opamawutthikul and Saichon Thienngam	

สารบัญ (ต่อ)

ผลของการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร สมรรถนะด้านดิจิทัล และพฤติกรรมเชิงรุก.....	94
ต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน กรณีศึกษาพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์	
The Effects of Perceived Organizational Support, Digital Competence, and Proactive Work Behavior on Job Performance: A Case Study of Employees at the Government Housing Bank	
ฉนวนนท์ ต้นสกุล และ โสภิตา วระนิล	
Chananon Tunsakul and Sopida Woranin	
การพัฒนาสมรรถนะด้านการทบทวนวรรณกรรมและการอ้างอิงผ่านการวิจัยเชิงปฏิบัติการ.....	108
แบบมีส่วนร่วมในชั้นเรียนระดับอุดมศึกษา	
Enhancing Literature Review and Citation Competencies through Participatory Action Research in Higher Education Classroom	
วีรวิชัย เลิศรัตน์ธำรงกุล	
Weerawit Lertratthamrongkul	
คุณภาพชีวิตในการทำงาน วัฒนธรรมองค์กร และความสุขในการทำงานที่ส่งผลต่อ.....	123
ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่	
Quality Of Life at Work Corporate Culture and Happiness at Work that Affects the Performance of Employees of the Housing Bank, Head Office	
ภูวดล ต้นจันดี และ ติดาร์ตัน พงษ์วชิรินทร์	
Puwadon Tonjandee and Tidarat Pongvachirint	

สารบัญ (ต่อ)

ปัจจัยการดำเนินงานวิชาการที่ส่งผลต่อคุณภาพผู้เรียนในสถานศึกษา.....	136
--	-----

สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา อุตรธานี

Academic Operation Factors Affecting Student Quality in Schools under

Udon Thani Primary Educational Service Area

ธีระเดช จิราชนัตถ์ รong ปัญสงกา วรพล คล่องเชิงศรี

ประหยัด ฤชากุล ปัญญารัฐณ์ จันทรก้อง และ มิลินท์ ศิริจันทร์กัญญา

Thiradet Jirathanathat Rong Punsungka Worapon Klongcherngson

Prayad Ruechakul Panyarat Chankong and Milint Sirinkaya

ปัจจัยด้านทัศนคติ การรับรู้ความเสี่ยง การยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อ.....	147
--	-----

การใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่

Factors of Attitudes, Risk Perception, and Technology Acceptance Influencing

the Use of Electronic Contracts (E-Contract) of the Government Housing Bank

Head office

ณรงค์เดช เอี่ยมทอง

Narongdej Eiamthong

กลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่อส่งเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21.....	162
--	-----

ของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน:

กรณีศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Strategies for Basic Education Institute Administration to Promote Skills in Using

Technology in the 21st Century of Schools under the Office of the Basic

Education Commission: Case Study Northeastern Region

คัชรินทร์ การพินิจ มานิตย์ สีสง่า คุณากร พันธุระศรี

ทัศนีย์ ช่อเทียนทิพย์ และ กนกอร ทองศรี

Katchrin Kanpinit Manit Sisanga Kunakorn Phanthurasri

Tassanee Chotientip and Kanokon Tongsri

สารบัญ (ต่อ)

การพัฒนากิจกรรมชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) เพื่อส่งเสริมภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม.. 190
ของครูผู้สอน โรงเรียนต้นแบบทรูปลูกปัญญา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา
อุดรธานี เขต 1

The Development of Professional Learning Communities to Enhance Innovative
Leadership for Teachers of Trueplookpunya Model School Under Udon Thani
Primary Educational Service Area Office 1

เจตนิพัทธ์ ยางกลาง

Jetnipat Yangklang

คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการรถไฟสายไทย-เวียงจันทน์ (คำสะหวาด)..... 203
ผ่านความพึงพอใจของลูกค้า

Service Quality Affecting Intention to Use Thai-Vientiane (Kham Savath) Railway
Service through Customer Satisfaction

สุรศรี วงษ์วาท และ สืบชาติ อันทะไชย

Surasri Wongwart and Subchat Untachai

การพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายมรดกให้กับประชาชนในพื้นที่..... 217
องค์การบริหารส่วนตำบลขามป้อม อำเภอพระยีน จังหวัดขอนแก่น

Developing Knowledge and Understanding of Law of Succession for People in
the Area of Kham Pom Subdistrict Administrative Organization,
Phra Yuen District, Khon Kaen Province

หทัยวรรณ ัญญพานิชย์ และ ประมุข ศรีชัยวงศ์

Hathaiwan Tunyapanich and Pramuk Srichaiwong

แนวทางการส่งเสริมความรู้เพื่อปลอดบุหรี่ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ยาสูบ..... 228
ของนักศึกษาและบุคลากร วิทยาลัยบัณฑิตเอเซีย

Guidelines for Promoting Knowledge for Non-Smoking E-Cigarette and Tobacco
Product of Students and Personnel at College of Asian Scholars

ชีวิน อ่อนลออ วีณา อิศรางกูร ณ อยุธยา สุทธินันท์ บุญมี และ สวิตา อ่อนลออ

Chevin Oonla-or Veena Isarankura Na Ayudhaya Suttinun Boonmee and

Savita Onlaor

สารบัญ (ต่อ)

สภาพความต้องการจำเป็นและแนวทางการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและ.....	242
การสื่อสารในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น	
Situation, Needs and Guidelines for the Development of Information Technology Utilization and Communication of Administrators in Schools under KhonKaen Secondary Educational Service Area Office	
วีระชน แสงศรีเรือง ยุทธศาสตร์ กองเพชร และ นียดา เปี่ยมพีชนะ	
Weerachon Saengsriuaeng Yutthasat Kongphet and Niyada Piampuechana	
ประสบการณ์ลูกค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ การบอกต่อ และความตั้งใจซื้อซ้ำ.....	257
ของธุรกิจร้านกาแฟประเภทแฟรนไชส์ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี	
The Customer Experience Affecting Customer Satisfaction, Word-of-Mouth, and Repurchase Intention of Franchise Coffee Shop: Udon Thani Municipality	
ณัฐพร โอนอ่อน และ สืบชาติ อันทะไชย	
Natthaporn Ownon and Subchat Untachai	
แนวทางการพัฒนาทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงาน.....	271
เขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม	
Guidelines for Future Skills Development of School Administrators under Maha Sarakham Secondary Educational Service Area Office	
วิสิฐศักดิ์ จันทะคุณ กุหลาบ ปุริสาร และ อาทิตย์ ฉัตรชัยพลรัตน์	
Wisitsak Jantakun Kularb Purisarn and Artit Chutchaipolrut	
The Impact of Social Media Influencers' Attributes on Generation Z's Online.....	296
Fast-Fashion Purchase Decisions in Ho Chi Minh City, Vietnam: The Mediating Roles of Brand Awareness and Electronic Word-of-Mouth	
Nguyen Ai Nhat Trinh and Subchat Untachai	

สารบัญ (ต่อ)

บทความวิชาการ

เรียนรู้การออกเสียงผ่านเทคโนโลยี: การศึกษาการใช้แอปพลิเคชัน CAKE..... 177

ในชั้นเรียนEBC11367 การออกเสียงภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร

Learning Pronunciation through Technology: A Study of the Use of CAKE

Application in the EBC11367 English Pronunciation for Communication Class

เฟื่องฟ้า พลอนเบิร์ก และ บุญเลิศ วงศ์พรหม

Fuengfa Planberg and Boonlert Wongprom

Inclusive Teaching for Children with Disabilities in Early Childhood Education..... 286

Settings

Pitak Jongnantawat and Yupharat Phumikari

คำแนะนำในการเตรียมบทความ..... 311

การศึกษาแรงจูงใจในการเรียนภาษาจีนผ่านแอปพลิเคชันของนักศึกษามหาวิทยาลัย ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Motivation for Learning Chinese via Mobile Applications among University Students in Northeastern

ภุริพันธุ์ โพธิ์ชัยแก้ว^{1*} สุทธิดา มังคะรัตน์² เสาวลักษณ์ แสงจันทร์³ และ เกศกนก หาททรัพย์⁴

Phuripan Pochaikaew^{1*} Suttida Mungkarat² Saowalak Saengchan³ and Ketkanok Hasap⁴

^{1,3}หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์
มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

²หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาจีน คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์

⁴หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาจีน คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

^{1,3}Bachelor of Arts, Program in Chinese for Communication, Faculty of Social Sciences and Humanities,
Northeastern University

²Bachelor of Arts, Program in Chinese, Faculty of Liberal Arts, Kalasin University

⁴Bachelor of Arts, Program in Chinese, Faculty of Arts and Sciences, Roi Et Rajabhat University

*Corresponding author's email: phuripan.poc@neu.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

24 กรกฎาคม 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

13 สิงหาคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

15 สิงหาคม 2568

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันในการเรียนภาษาจีนของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ 2) เพื่อศึกษาแรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอกในการเรียนภาษาจีนผ่านแอปพลิเคชัน กลุ่มตัวอย่าง (ปี พ.ศ.2568) จำนวน 163 คน จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1973) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (e) เท่ากับ 0.05 จากประชากรทั้งหมด 281 คน โดยศึกษาทั้งพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันและแรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอกอิงตามทฤษฎีของ Deci and Ryan (1985) ใช้แบบสอบถามเชิงโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการวิจัย ใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูล และประเมินความเชื่อมั่นด้วยค่า Cronbach's alpha = 0.876 ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ ร้อยละ 35.0 ใช้แอปพลิเคชันอย่างสม่ำเสมอ (ใช้ทุกวัน) ในแต่ละครั้งใช้เวลาเฉลี่ย 10–30 นาที แอปพลิเคชันยอดนิยม ได้แก่ HelloChinese (80.4%), Duolingo (66.3%) และ SuperChinese (35.0%) เนื้อหาที่เรียนมากที่สุดคือคำศัพท์และการฟัง ส่วนด้านทักษะการเขียนมีสัดส่วนต่ำที่สุด แรงจูงใจภายในมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าแรงจูงใจภายนอก โดยนักศึกษาให้ความสำคัญกับความสนุก ความภาคภูมิใจ และการพัฒนาตนเองมากกว่าการเรียนรู้เพื่อเป้าหมายจากแรงจูงใจภายนอก ผลลัพธ์ชี้ให้เห็นว่าแรงจูงใจภายในเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมการเรียนภาษาจีนผ่านแอปพลิเคชันอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: แรงจูงใจในการเรียนรู้, ภาษาจีน, แอปพลิเคชัน

ABSTRACT

This study aimed (1) to examine the application usage behavior for Chinese language learning among university students in the Northeastern region of Thailand, and (2) to investigate intrinsic and extrinsic motivation in learning Chinese via applications. The sample comprised 163 students in 2025, determined using Taro Yamane's (1973) formula with an acceptable margin of error (e) of 0.05 from a population of 281. The study explored application usage behavior and motivation based on Deci and Ryan's (1985) Self-Determination Theory. Data were collected using a structured questionnaire, with reliability measured by Cronbach's alpha = 0.876, and analyzed using descriptive statistics. Results revealed that most students (35.0%) used applications everyday, with an average session duration of 10–30 minutes. The most popular applications were HelloChinese (80.4%), Duolingo (66.3%), and SuperChinese (35.0%). Vocabulary and listening were the most frequently studied contents, while writing skills received the least attention. Intrinsic motivation scored higher than extrinsic motivation, with students prioritizing enjoyment, pride, and self-development over externally driven goals. Findings suggest that intrinsic motivation plays a crucial role in sustaining Chinese language learning through applications.

Keywords: Learning motivation, Chinese language, Applications

บทนำ

ในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของมนุษย์ การเรียนรู้ภาษาต่างประเทศผ่านแอปพลิเคชันได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดแรงงานโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รายงาน “Future of Jobs Report 2025” จากการประชุมประจำปีของสภาเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum) ซึ่งอ้างอิงข้อมูลจากตำแหน่งงานกว่า 17 ล้านตำแหน่งทั่วโลกเผยว่าทักษะสำคัญที่แรงงานควรพัฒนาในปี 2025 หนึ่งในนั้นคือ “ความรู้หลายภาษา” (Multi-lingualism) ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มทักษะด้านความคิด (Cognitive Skills) (World Economic Forum, 2025) การเรียนรู้ภาษาต่างประเทศจึงมิได้เป็นเพียงเครื่องมือในการสื่อสารเท่านั้น แต่ยังเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจและอาชีพในอนาคต แรงจูงใจนับเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการเรียนรู้ โดยทำหน้าที่เป็นกลไกทางจิตวิทยาที่ผลักดันให้ผู้เรียนมีความพยายาม มีความพึงพอใจ และตั้งใจมุ่งสู่เป้าหมายที่ต้องการ (วรทา รุ่งบานจิต และคณะ, 2560) ในปัจจุบัน ชาวไทยใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยถึง 7 ชั่วโมง 6 นาทีต่อวัน

และกว่า 88.6% ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตใช้แอปพลิเคชันเพื่อการเรียนรู้หรือพัฒนาทักษะตนเอง (We Are Social and Meltwater, 2024) ข้อมูลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้เรียนจากการพึ่งพาห้องเรียนแบบดั้งเดิม ไปสู่การเรียนรู้แบบยืดหยุ่นและปรับให้เหมาะสมกับตนเองได้มากยิ่งขึ้น

การเรียนรู้ภาษาจีนผ่านแอปพลิเคชันกำลังได้รับความนิยมในกลุ่มผู้เรียนชาวไทย เนื่องจากความสะดวกในการใช้งาน การเข้าถึงที่ง่าย และมีการแนะนำบอกต่ออย่างทั่วถึง รวมถึงเนื้อหาการเรียนรู้ที่มีความหลากหลาย ไม่จำกัดเพียงเนื้อหาในห้องเรียน ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคลได้อย่างมีประสิทธิภาพ นักวิชาการได้ทำการศึกษาและแสดงให้เห็นถึงข้อดีและข้อจำกัดของการเรียนการสอนภาษาจีนในฐานะภาษาต่างประเทศผ่านแอปพลิเคชันบนแท็บเล็ต เช่น Facebook YouTube และ Tiktok รวมทั้งศึกษาถึงแนวโน้มของการเรียนการสอนภาษาจีนผ่านช่องทางออนไลน์ในปัจจุบันพบว่า การเรียนรู้ภาษาจีนผ่านแอปพลิเคชันบนแท็บเล็ตเป็นที่นิยมและมีแนวโน้มที่จะพัฒนาการเรียนการสอนจากแพลตฟอร์มออนไลน์ดังกล่าวต่อไปอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากมีรูปแบบการเผยแพร่และการใช้งานที่หลากหลาย (ยุพดี หวลอารมณ์ และคณะ, 2564)

ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ซึ่งมีความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ การค้า และวัฒนธรรมกับประเทศจีนเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง มหาวิทยาลัยที่เปิดหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับภาษาจีนในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือในปัจจุบันรวมทั้งสิ้น 14 แห่ง ประกอบด้วย กลุ่มมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐ 5 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยมหาสารคาม มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี มหาวิทยาลัยนครพนม และมหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ กลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏ 8 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา และมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ กลุ่มมหาวิทยาลัยเอกชน 1 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากสถิติจำนวนมหาวิทยาลัยที่เปิดหลักสูตรภาษาจีน จะเห็นได้ว่าภาษาจีนกลายเป็นทักษะที่สำคัญและมีการขยายตัวของจำนวนนักศึกษาในภูมิภาคนี้

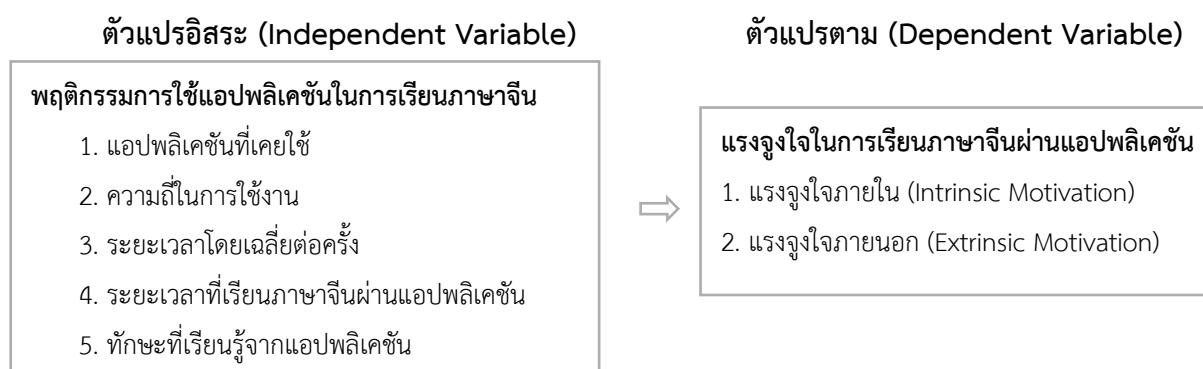
ในขณะที่แอปพลิเคชันด้านภาษาจีนก็มีหลากหลายรูปแบบทั้งแบบใช้ฟรี และแบบมีค่าใช้จ่ายผ่านระบบสมาชิก โดยมุ่งเน้นเนื้อหาทางภาษาจีนที่สอดคล้องกับความต้องการและบริบทของผู้เรียน อีกทั้งยังมีบทบาทในการกระตุ้นแรงจูงใจในการเรียนรู้ของผู้เรียน อย่างไรก็ตาม แรงจูงใจในการเรียนรู้ของนักศึกษาหรือผู้เรียนแต่ละคนย่อมแตกต่างกันออกไปตามแรงจูงใจภายใน เช่น ความสนใจเฉพาะตัว ความใฝ่รู้ และเป้าหมายส่วนบุคคล รวมถึงแรงจูงใจภายนอก เช่น โอกาสในการทำงาน การสนับสนุนทางสังคม หรือเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการเรียนรู้ (Deci and Ryan, 1985) แม้จะมีงานวิจัยจำนวนหนึ่งที่ศึกษาการเรียนภาษาผ่านแอปพลิเคชันและการใช้ Gamification แต่ยังไม่พบงานวิจัยที่มุ่งศึกษาแรงจูงใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยโดยใช้กรอบแนวคิด Self-Determination Theory (SDT) ซึ่งสามารถอธิบายแรงจูงใจทั้งภายในและภายนอกได้อย่างเป็นระบบ งานวิจัยนี้จึงมีเป้าหมายเพื่อเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว โดยวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันและแรงจูงใจของนักศึกษาภาษาจีนในภูมิภาคนี้

เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนที่ตอบสนองต่อบริบทท้องถิ่นและแนวโน้มเทคโนโลยีการศึกษาในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันในการเรียนภาษาจีนของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอกในการเรียนภาษาจีนผ่านแอปพลิเคชัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมการเรียนภาษาจีนผ่านแอปพลิเคชันและวิเคราะห์แรงจูงใจในการเรียนภาษาจีนผ่านแอปพลิเคชันของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. แนวคิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self-Directed Learning: SDL) ตามแนวคิดของ Knowles (1975) ผู้เรียนมีบทบาทเป็นผู้กำหนดเป้าหมาย วางแผน เลือกรูปแบบการเรียนรู้ และประเมินตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับบริบทของการใช้แอปพลิเคชันเรียนภาษาจีนที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนจัดการกระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างอิสระ

2. ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) โดย Davis (1989) พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันขึ้นอยู่กับการรับรู้ประโยชน์ (PU) และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU) ซึ่งสามารถอธิบายพฤติกรรมของผู้เรียนในการตัดสินใจเลือกใช้หรือไม่ใช้แอปพลิเคชันเรียนภาษาจีน

3. ทฤษฎีแรงจูงใจในการเรียนรู้ (Self-Determination Theory: SDT) ของ Deci and Ryan (1985) ซึ่งแบ่งแรงจูงใจในการเรียนรู้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) เช่น ความสนุก ความสนใจส่วนตัว ความรู้สึกท้าทาย และแรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) เช่น การสอบผ่าน การยอมรับจากสังคม หรือความจำเป็นทางอาชีพ เป็นต้น

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยที่กำลังศึกษาในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับภาษาจีนในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 281 คน จาก 3 สถาบัน ได้แก่

1. มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี (UBU) จำนวน 240 คน
2. มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด (RERU) จำนวน 35 คน
3. มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (NEU) จำนวน 6 คน

การคัดเลือกมหาวิทยาลัยทั้ง 3 แห่ง พิจารณาจากการเป็นตัวแทนของสถาบันการศึกษาที่อยู่ภายใต้สังกัดกระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) ครอบคลุมทั้งมหาวิทยาลัยของรัฐ มหาวิทยาลัยราชภัฏ และมหาวิทยาลัยเอกชน เพื่อให้ได้กลุ่มประชากรที่มีความหลากหลายด้านภูมิหลังทางสังคม เศรษฐกิจ ทรัพยากรการเรียนรู้ และรูปแบบการจัดการศึกษา ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์พฤติกรรมและแรงจูงใจในการเรียนรู้ภาษาจีนผ่านแอปพลิเคชัน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยที่กำลังศึกษาในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับภาษาจีนในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จำนวน 163 คน จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (e) เท่ากับ 0.05 จากประชากรทั้งหมด 281 คน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สรุปการจัดสรรกลุ่มตัวอย่างโดยแยกแต่ละสถาบัน

สถาบัน	ประชากร (คน)	สัดส่วนจากประชากร ทั้งหมด	ค่าคำนวณดิบ $(N_h/N) \times 163$	กลุ่มตัวอย่าง สุดท้าย (คน)
UBU	240	0.8541	139.2171	139
RERU	35	0.1246	20.3025	20
NEU	6	0.0214	3.4804	4
รวม	281	1.0000	163.0000	163

การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกดังนี้

1. เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยที่ศึกษาในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับภาษาจีน
2. กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
3. เคยมีประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชันเพื่อการเรียนภาษาจีนอย่างน้อย 1 ชนิด

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง (Structured Questionnaire) โดยแบ่งเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เพศ อายุ ชั้นปี มหาวิทยาลัยที่ศึกษา ระดับความรู้ภาษาจีน (HSK1-6)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันในการเรียนภาษาจีน ประกอบไปด้วย 5 ด้าน คือ แอปที่เคยใช้ ความถี่ในการใช้งาน ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในแต่ละครั้ง ความต่อเนื่องของการใช้ และเนื้อหาที่เรียนรู้

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจในการเรียนภาษาจีนผ่านแอปพลิเคชัน โดยแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) และ แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ เพื่อวัดระดับความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละประเด็นโดยให้ค่าระดับตั้งแต่

1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

2 = เห็นด้วยน้อย

3 = เห็นด้วยปานกลาง

4 = เห็นด้วยมาก

5 = เห็นด้วยมากที่สุด (Likert, 1961)

เกณฑ์การแปลผลเพื่อสะท้อนระดับแรงจูงใจของผู้เรียน แบ่งค่าเฉลี่ยของแต่ละด้านออกเป็น 3 ระดับดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 2.33 = แรงจูงใจน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.34 – 3.66 = แรงจูงใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.67 – 5.00 = แรงจูงใจมาก (Ary et al., 2019)

การตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

การตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามด้านเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านการเรียนการสอนภาษาจีนทำการประเมินความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาของแต่ละข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยผู้ทรงคุณวุฒิให้คะแนนความเหมาะสมของแต่ละข้อด้วยเกณฑ์ 4 ระดับ (ไม่เหมาะสม-เหมาะสมมาก) จากนั้นผู้วิจัยคำนวณ ดัชนีความตรงเชิงเนื้อหา (CVI: Content Validity Index) พบว่า CVI ของแบบสอบถามรวมเท่ากับ 0.92 ซึ่งอยู่ในระดับสูง

ด้านความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ได้ดำเนินการโดยการทดลองใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างนำร่อง (Try-out) จำนวน 30 คน ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จากนั้นจึงทำ

การวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคด้วยโปรแกรม SPSS ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่าค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .876 ซึ่งอยู่ในระดับสูง

วิธีรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการส่งแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ (Google Form) โดยประสานงานผ่านอาจารย์ผู้สอนและอาจารย์ประจำหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับภาษาจีนตามรายชื่อมหาวิทยาลัยกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้ตอบแบบสอบถามได้รับคำอธิบายเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และให้ความยินยอมก่อนตอบแบบสอบถาม ใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล 3 สัปดาห์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันในการเรียนภาษาจีน ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจในการเรียนภาษาจีนผ่านแอปพลิเคชัน ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันในการเรียนภาษาจีนของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ส่วนที่ 1 ด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง (n = 163)

ข้อมูล	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ (%)
เพศ		
ชาย	54	33.1
หญิง	104	63.8
อื่น ๆ	5	3.1
อายุ		
ต่ำกว่า 18 ปี	2	1.2
18-20 ปี	62	38.0
21-23 ปี	89	54.6
มากกว่า 23 ปี	10	6.1
ชั้นปีที่ศึกษา		
ปี 1	48	29.4
ปี 2	49	30.1
ปี 3	37	22.7

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ (%)
ปี 4 ขึ้นไป	29	17.8
มหาวิทยาลัยที่ศึกษา		
มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี	122	74.8
มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด	35	21.5
มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	6	3.7
ระดับความรู้ภาษาจีน (HSK)		
HSK 1-2	59	36.2
HSK 3-4	79	48.5
HSK 5-6	25	15.3
รวมทั้งหมด	163	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (63.8%) และอายุ 21-23 ปี (54.6%) ซึ่งอยู่ในช่วงวัยเรียนระดับปริญญาตรีปี 2-3 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาจากมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี (74.8%) นอกจากนี้ ยังพบว่าความรู้ภาษาจีนของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับ HSK 3-4 (48.5%) รองลงมาคือ HSK 1-2 (36.2%)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันในการเรียนภาษาจีน

ตารางที่ 3 แสดงผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันในการเรียนภาษาจีน (n = 163)

รายการ	ตัวเลือก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. แอปพลิเคชันที่เคยใช้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	HelloChinese	131	80.4
	Duolingo	108	66.3
	SuperChinese	57	35.0
	อื่น ๆ (เช่น YouTube, TikTok)	4	2.5
2. ความถี่ในการใช้งาน	ทุกวัน	57	35.0
	4-5 วัน/สัปดาห์	46	28.2
	2-3 วัน/สัปดาห์	40	24.5
	น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	20	12.3
3. ระยะเวลาโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	น้อยกว่า 10 นาที	32	19.6
	10-20 นาที	51	31.3
	21-30 นาที	38	23.3
	มากกว่า 30 นาที	42	26.0
4. ระยะเวลาที่เรียนภาษาจีนผ่านแอป	น้อยกว่า 1 เดือน	15	9.2
	1-3 เดือน	40	24.5
	4-6 เดือน	59	36.3
	มากกว่า 6 เดือน	49	30.0
5. ทักษะที่เรียนรู้จากแอป (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	คำศัพท์	147	90.2
	การฟัง	131	80.4
	ไวยากรณ์	114	69.9

ตารางที่ 3 (ต่อ)

รายการ	ตัวเลือก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	การออกเสียง	106	65.0
	การพูด	95	58.3
	การอ่าน	71	43.8
	การเขียน	63	38.7

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลตารางที่ 3 พบว่า นักศึกษามีพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันในการเรียนภาษาจีนที่หลากหลาย โดยแอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยมสูงสุด ได้แก่ HelloChinese (ร้อยละ 80.4) รองลงมา ได้แก่ Duolingo (ร้อยละ 66.3) และ SuperChinese (ร้อยละ 35.0) ทั้งนี้ ยังพบว่านักศึกษาบางส่วน (ร้อยละ 2.5) เลือกใช้แอปพลิเคชันประเภทโซเชียลมีเดีย เช่น YouTube และ TikTok เป็นแหล่งการเรียนรู้ภาษาจีนเพิ่มเติมอีกด้วย

ในด้านความถี่ของการใช้งาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้แอปพลิเคชันอย่างสม่ำเสมอ โดยใช้ทุกวัน (ร้อยละ 35.0) และ 4–5 วันต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 28.2)

สำหรับระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการเรียนรู้ผ่านแอปพลิเคชัน พบว่า ระยะเวลาที่ใช้ในลำดับสูงสุดคือ 10–20 นาทีต่อครั้ง (ร้อยละ 23.3) รองลงมาคือ 21–30 นาที (ร้อยละ 32.1) และ มากกว่า 30 นาที (ร้อยละ 26.0)

ด้านทักษะที่เรียนรู้จากแอป พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (รวมร้อยละ 66.3) เคยใช้แอปพลิเคชันเพื่อการเรียนรู้ภาษาจีนมาแล้ว โดยแบ่งเป็น 4–6 เดือน (ร้อยละ 36.3) และ มากกว่า 6 เดือน (ร้อยละ 30.0)

ในส่วนเนื้อหาของเนื้อหาที่เรียนรู้ผ่านแอปพลิเคชัน พบว่า ทักษะที่ได้รับการฝึกฝนมากที่สุด คือ คำศัพท์ (ร้อยละ 90.2) และ การฟัง (ร้อยละ 80.4) รองลงมาคือ ไวยากรณ์ การออกเสียง และ การพูด ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ทักษะด้านการเขียน มีสัดส่วนการเรียนรู้ต่ำที่สุด (ร้อยละ 38.7)

2. ผลการศึกษาแรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอกในการเรียนภาษาจีนผ่านแอปพลิเคชัน

ส่วนที่ 3 ระดับแรงจูงใจในการเรียนภาษาจีนผ่านแอปพลิเคชัน

ตารางที่ 4 แสดงแรงจูงใจภายในและภายนอก

รายการ		$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation)				
1	รู้สึกสนุกเมื่อได้เรียนภาษาจีนผ่านแอปพลิเคชัน	4.28	0.74	มาก
2	ใช้แอปเพราะอยากพัฒนาตัวเองโดยไม่ต้องมีใครบังคับ	4.41	0.65	มาก
3	รู้สึกภูมิใจเมื่อสามารถเรียนรู้คำศัพท์ใหม่ ๆ ได้ด้วยตนเอง	4.36	0.68	มาก
4	เรียนภาษาจีนเพราะอยากสื่อสารกับเจ้าของภาษาได้จริง	4.45	0.62	มาก
5	อยากเรียนภาษาจีนเพราะรู้สึกว่ามันท้าทาย	4.20	0.73	มาก

ตารางที่ 4 (ต่อ)

	รายการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ค่าเฉลี่ยรวมแรงจูงใจภายใน		4.34	0.53	มาก
แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation)				
6	เรียนภาษาจีนเพราะต้องใช้ในการเรียนหรือทำงานในอนาคต	4.43	0.67	มาก
7	เรียนภาษาจีนเพราะต้องการได้เกรดดีหรือคะแนนดีในวิชาเรียน	4.05	0.78	มาก
8	ใช้แอปเพราะเพื่อนหรืออาจารย์แนะนำให้ใช้	3.75	0.84	มาก
9	เรียนเพราะผู้ปกครองหรือคนรอบข้างสนับสนุน	3.72	0.91	มาก
10	ต้องการสอบผ่าน HSK หรือใช้ภาษาจีนเพื่อโอกาสทางอาชีพ	4.38	0.63	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมแรงจูงใจภายนอก		3.89	0.62	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมด		4.12	0.58	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่านักศึกษามีแรงจูงใจในการเรียนภาษาจีนอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมดเท่ากับ 4.12 (S.D. = 0.58) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่าแรงจูงใจภายในมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าแรงจูงใจภายนอก กล่าวคือ ค่าเฉลี่ยแรงจูงใจภายในอยู่ที่ 4.34 (S.D. = 0.53) ในขณะที่แรงจูงใจภายนอกมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.89 (S.D. = 0.62) สำหรับแรงจูงใจภายใน รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ “เรียนภาษาจีนเพราะอยากสื่อสารกับเจ้าของภาษาได้จริง” ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.62) ขณะที่รายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ “อยากเรียนภาษาจีนเพราะรู้สึกว่ามันท้าทาย” ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.73) ในด้านแรงจูงใจภายนอก พบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ “เรียนภาษาจีนเพราะต้องใช้ในการเรียนหรือทำงานในอนาคต” ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.67) ขณะที่รายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ “เรียนเพราะผู้ปกครองหรือคนรอบข้างสนับสนุน” ($\bar{X} = 3.72$, S.D. = 0.91)

สรุปผลการวิจัยภาพรวม

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันในการเรียนภาษาจีนของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่านักศึกษามีการใช้งานแอปพลิเคชันอย่างหลากหลาย โดยแอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือ HelloChinese รองลงมาคือ Duolingo และ SuperChinese ขณะเดียวกันยังมีนักศึกษาบางส่วนเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น YouTube และ TikTok เป็นช่องทางเสริมในการเรียนรู้ นอกจากนี้ นักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันอย่างสม่ำเสมอ โดยใช้ทุกวันหรือ 4-5 วันต่อสัปดาห์ ใช้เวลาต่อครั้งโดยเฉลี่ยประมาณ 10-20 นาที และส่วนหนึ่งใช้เวลามากกว่า 30 นาทีต่อครั้ง อีกทั้งยังมีประสบการณ์การใช้งานต่อเนื่องนานกว่า 4-6 เดือนขึ้นไป สำหรับทักษะที่นักศึกษาได้รับการพัฒนามากที่สุดคือคำศัพท์และการฟัง รองลงมาคือไวยากรณ์ การออกเสียง และการพูด ส่วนทักษะที่ได้รับการฝึกน้อยที่สุดคือ การเขียน ในด้านแรงจูงใจในการเรียนภาษาจีนผ่านแอปพลิเคชัน ผลการวิจัยพบว่านักศึกษามีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะแรงจูงใจภายในซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าแรงจูงใจภายนอก แรงจูงใจภายในของนักศึกษา

มาจากความสนใจส่วนตัว ความสนุก ความภูมิใจในการเรียนรู้ด้วยตนเอง และความต้องการที่จะสามารถสื่อสารกับเจ้าของภาษาได้จริง ส่วนแรงจูงใจภายนอกที่มีอิทธิพล ได้แก่ การนำความรู้ไปใช้ในการเรียนหรือการทำงานในอนาคต การสอบผ่าน HSK หรือการได้รับคำแนะนำจากอาจารย์และเพื่อน

กล่าวโดยสรุป นักศึกษาเรียนภาษาจีนผ่านแอปพลิเคชันเพราะแรงผลักดันจากความสนใจและความต้องการพัฒนาตนเองเป็นสำคัญ มากกว่าการเรียนรู้เพื่อเกรดหรือแรงกดดันจากสิ่งแวดล้อมภายนอก อีกทั้งยังใช้แอปพลิเคชันอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อพัฒนาทักษะทางภาษา โดยเฉพาะด้านคำศัพท์และการฟัง

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและมีอายุระหว่าง 21–23 ปี ซึ่งตรงกับช่วงวัยของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่กำลังแสวงหาความรู้และพัฒนาตนเอง โดยเฉพาะนักศึกษาหญิงที่มักมีแนวโน้มใช้เทคโนโลยีเพื่อการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศมากกว่านักศึกษาชาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศยามล ศรสุวรรณศรี (2563) ที่ระบุว่านักศึกษาหญิงมีแรงจูงใจภายในและการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้มากกว่าเพศชาย นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังมาจากมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ซึ่งสะท้อนถึงสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่เอื้อต่อการนำแอปพลิเคชันมาใช้ควบคู่กับบทเรียนตามแนวคิด Blended Learning (Garrison, 2003) ที่เน้นการผสมผสานระหว่างการเรียนรู้ในห้องเรียนและการเรียนออนไลน์ เพื่อเพิ่มทั้งประสิทธิภาพและความยืดหยุ่นในการเรียนรู้ ในด้านระดับความรู้ภาษาจีน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับ HSK 3–4 และรองลงมา คือ HSK 1–2 ซึ่งบ่งชี้ว่าแอปพลิเคชันมีบทบาทในการช่วยพัฒนาผู้เรียนตั้งแต่ระดับต้นถึงระดับกลาง สอดคล้องกับ Godwin Jones (2011) ที่กล่าวว่าผู้เรียนในระดับนี้มักพึ่งพาแอปพลิเคชันเพื่อฝึกคำศัพท์ การฟัง และการออกเสียง เนื่องจากสามารถเรียนได้ยืดหยุ่นและเห็นผลลัพธ์ทันที ผลการวิจัยด้านพฤติกรรมการใช้งานพบว่า แอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยมสูงสุด ได้แก่ HelloChinese, Duolingo และ SuperChinese ซึ่งต่างออกแบบมาสำหรับผู้เรียนภาษาจีนโดยเฉพาะ ส่งผลให้ตอบสนองต่อความต้องการได้อย่างตรงจุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Godwin Jones (2011) ที่กล่าวว่าแอปพลิเคชันที่พัฒนาสำหรับผู้เรียนเฉพาะกลุ่มมักได้รับความนิยมมากกว่าแอปทั่วไป อีกทั้งนักศึกษายังมีพฤติกรรมการใช้งานอย่างสม่ำเสมอ โดยเรียนทุกวันหรือเกือบทุกวัน ครั้งละ 10–30 นาที ซึ่งสะท้อนถึงการเรียนรู้แบบนำตนเองในยุคดิจิทัล งานวิจัยของอิศ ไชยศิริพันธ์ และคณะ (2568) ก็ยืนยันว่า การเรียนรู้แบบนำตนเองช่วยเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ขณะที่ Traxler (2018) อธิบายว่าการเรียนรู้ผ่านมือถือสอดคล้องกับวิถีชีวิตเร่งรีบของผู้เรียนยุคใหม่ที่ต้องการความกระชับและยืดหยุ่น เมื่อพิจารณาด้านเนื้อหาการเรียนรู้ พบว่านักศึกษาให้ความสำคัญกับการเรียนรู้คำศัพท์และการฟังมากที่สุด สะท้อนถึงรูปแบบของแอปพลิเคชันที่เน้นการฝึกฟัง-พูดควบคู่กับเกมและภาพเสียง ซึ่งช่วยสร้างแรงจูงใจภายใน เช่น ความสนุกและความพึงพอใจ สอดคล้องกับแนวคิดของ Deci and Ryan (1985) ที่เสนอว่าการเรียนรู้ที่ขับเคลื่อนด้วยแรงจูงใจภายในจะนำไปสู่การเรียนรู้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ในด้านแรงจูงใจ พบว่านักศึกษามีแรงจูงใจภายในสูงกว่าแรงจูงใจภายนอก โดยแรงจูงใจภายใน เช่น

ความสนใจ ความท้าทาย และความภูมิใจในความสามารถของตนเอง มีบทบาทสำคัญกว่าปัจจัยภายนอก เช่น การสอบหรือแรงกดดันจากสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Self-Determination Theory ของ Deci and Ryan (1985) ที่อธิบายว่าแรงจูงใจภายในเป็นปัจจัยสำคัญต่อการสร้างพฤติกรรมการเรียนรู้ที่ยั่งยืน

กล่าวโดยสรุป งานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันของนักศึกษาและแรงจูงใจที่มีอยู่ ล้วนสะท้อนถึงความพร้อมและความต้องการในการเรียนรู้แบบนำตนเอง โดยมีแรงจูงใจภายในเป็นตัวผลักดันหลักในการเรียนภาษาจีนผ่านแอปพลิเคชัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. สถาบันการศึกษา โดยเฉพาะในระดับอุดมศึกษา ควรส่งเสริมการใช้แอปพลิเคชันภาษาจีนควบคู่กับการเรียนการสอนในห้องเรียนตามแนวทาง Blended Learning เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเรียนรู้และสร้างแรงจูงใจที่ยั่งยืน

2. ส่งเสริมการใช้แอปพลิเคชันในกลุ่มผู้เริ่มต้นและระดับกลาง เนื่องจากผลวิจัยนี้พบว่าแอปพลิเคชันมีบทบาทต่อผู้เรียนในระดับ HSK 1-4 (ระดับต้น-ระดับกลาง) อย่างชัดเจน จึงควรมีการแนะนำแอปที่พลิเคชันเหมาะสมกับระดับภาษา และจัดระบบสนับสนุน เช่น คู่มือการใช้ หรือการแนะนำจากครูผู้สอน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. จากผลการวิจัยที่พบว่าแรงจูงใจภายใน (intrinsic motivation) เป็นแรงผลักดันสำคัญในการเรียนรู้ภาษาจีนผ่านแอปพลิเคชัน อาจต่อยอดโดยศึกษาปัจจัยเฉพาะที่มีผลต่อแรงจูงใจนี้ เช่น ความสนุก ความรู้สึกท้าทาย การได้รับรางวัลในแอป การออกแบบ UX/UI หรือฟังก์ชันที่มีปฏิสัมพันธ์แบบเรียลไทม์

เอกสารอ้างอิง

- ยุพดี หวลอารมณ์ และคณะ. (2564). การจัดการเรียนการสอนภาษาจีนผ่านแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 10(1), 37-52.
- วรทา รุ่งบานจิต และคณะ. (2560). แรงจูงใจในการเรียนวิชาภาษาจีนของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- ศยามล ศรสุวรรณศรี. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเลือกเรียนภาษาเกาหลีระดับมัธยมศึกษาและระดับมหาวิทยาลัยในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย. *มนุษยศาสตร์สาร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 21(3), 152-176.
- อติศ ไชยศิริพันธ์ และคณะ. (2568). การพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน โดยใช้วิธีการเรียนรู้แบบนำตนเอง. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 15(2), 217-228.

- Ary, D., et al. (2019). *Introduction to Research in Education* (10th ed.). Cengage Learning.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Deci, E. L. and Ryan, R. M. (1985). Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25(1), 54–67.
- Garrison, D. R. (2003). Self Directed Learning and Distance Education. In M. G. Moore, & W. G. Anderson (Eds.) *Handbook of Distance Education*. (pp.161-168). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Godwin Jones, R. (2011). Emerging Technologies: Mobile Apps for Language Learning. *Language Learning & Technology*, 15(2), 2–11.
- Knowles, M. (1975). *Self-directed Learning: A Guide for Learners and Teachers*. Follett Publishing Company.
- Likert. (1961). *New Patterns of Management*. McGraw-Hill.
- Traxler, J. (2018). Learning with Mobiles in Developing Countries – Technology, Language and Literacy. *International Journal of Mobile and Blended Learning*, 10(1), 1–15.
- We Are Social and Meltwater. (2024). *Digital 2024 : Global Digital Overview*. <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024>
- World Economic Forum. (2025). *The Future of Jobs Report 2025*. <https://www.weforum.org/publications/the-future-of-jobs-report-2025>
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. Harper & Row.

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการโรงพิมพ์

กรณีศึกษา โรงพิมพ์แห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น

Marketing Mix Factors in Decision-Making to Printing Services:

A Case Study of a Printing House in Khon Kaen Province

พิมพ์ชนก หาญพานิชย์^{1*} และ ธนภณ วิมูลอาจ²

Phimchanok Hanphanit^{1*} and Thanapon Wimonard²

^{1,2}วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

^{1,2}College of Graduate Study in Management, Khon Kaen University

*Corresponding author's email: thanwim@kku.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

19 พฤษภาคม 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

27 กรกฎาคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

27 กรกฎาคม 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการโรงพิมพ์แห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของธุรกิจโรงพิมพ์แห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น และ 3) เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาธุรกิจให้แก่ธุรกิจโรงพิมพ์แห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ตัดสินใจคนเดียว นิยมใช้บริการสิ่งพิมพ์เพื่อการโฆษณา ความถี่ในการใช้บริการประมาณ 1-2 ครั้งต่อปี และมีค่าใช้จ่ายอยู่ระหว่าง 10,001-30,000 บาท เมื่อนำหลักการส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) มาวิเคราะห์พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจสูงสุดในด้านผลิตภัณฑ์ เพราะมีงานพิมพ์ที่มีคุณภาพ รองลงมาคือด้านบุคลากร ที่มีความเชี่ยวชาญและเป็นมืออาชีพ แต่ยังมีจุดอ่อนคือขาดความหลากหลายในทางเลือกการพิมพ์ ทำให้ที่ตั้งไม่สะดวกต่อการเดินทาง และขาดการแสดงผลงานช่องทางออนไลน์ ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาด 7Ps ในการใช้บริการโรงพิมพ์แห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น ทดสอบด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient, r) พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์สูงสุด ($r=.675$) รองลงมาคือ ด้านกระบวนการ ($r=.547$) และด้านการนำเสนอทางกายภาพ ($r=.542$) โดยปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้าน มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 แนวทางการพัฒนาธุรกิจโรงพิมพ์ควรเริ่มต้นจากการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนอย่างรอบด้าน เพื่อใช้จุดแข็งเป็นจุดขายหลัก

ขณะเดียวกันต้องเร่งแก้ไขจุดอ่อนด้วยกลยุทธ์ที่เหมาะสม พร้อมทั้งนำหลักการส่วนประสมการตลาด 7Ps มาใช้เป็นกลยุทธ์ในการวางแผนพัฒนาธุรกิจ

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมการตลาด, 7Ps, ธุรกิจโรงพิมพ์, โรงพิมพ์ในจังหวัดขอนแก่น

ABSTRACT

This quantitative research aimed to: 1) study consumer behavior in using printing services by a printing business in Khon Kaen Province, 2) examine the relationship between satisfaction and the service marketing mix factors of this business, and 3) determine business development guidelines for the printing company. Data were collected through questionnaires from 400 respondents. Statistical analyses included percentages, means, standard deviations, and Pearson's correlation coefficient for examining variable relationships.

These research findings revealed that most service users made purchasing decisions independently, primarily used printing services for advertising materials, used the services 1-2 times per year, and had expenditures ranging between 10,001-30,000 baht. Marketing mix analysis (7Ps) showed that consumers had the highest satisfaction with Product due to high-quality printing work, followed by the People who, demonstrated expertise and professionalism. However, weaknesses included a lack of variety in printing options, inconvenient location for transportation, and the absence of an online portfolio display. Correlation analysis by Pearson's correlation coefficient revealed that Product factor had the highest correlation ($r = .675$), followed by the Process ($r = .547$) and the Physical Evidence ($r = .542$). All seven marketing mix factors showed positive correlations at the .01 statistical significance level, indicating strong relationships between marketing mix elements and customer satisfaction in the printing service industry. The development of a printing business should begin with a comprehensive analysis of its strengths and weaknesses. Strengths should be leveraged as key selling points. At the same time, weaknesses must be promptly addressed with appropriate strategies. Furthermore, the marketing mix concept (7Ps) should be applied as a strategic framework for business development planning

Keywords: Marketing Mix Factor, 7Ps, Printing House, Printing house in Khon Kaen

บทนำ

ในการพัฒนาจังหวัดขอนแก่น ธุรกิจการพิมพ์ในจังหวัดขอนแก่นมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนเศรษฐกิจและความเจริญของภูมิภาคนี้ เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีการเติบโตด้านการค้า การศึกษา และอุตสาหกรรม ธุรกิจการพิมพ์จึงมีส่วนสำคัญในการให้บริการด้านสื่อสิ่งพิมพ์และการตลาดในหลากหลายรูปแบบ ตั้งแต่การพิมพ์เอกสารทั่วไป โบรชัวร์ โปสเตอร์ ไปจนถึงสิ่งพิมพ์คุณภาพสูง เช่น หนังสือ นิตยสาร และงานพิมพ์เชิงพาณิชย์ หนึ่งในจุดเด่นของธุรกิจการพิมพ์ในขอนแก่น คือการพัฒนาเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า ธุรกิจต่าง ๆ ในพื้นที่มีการนำเครื่องจักรที่ทันสมัยมาใช้ในการกระบวนการผลิต ซึ่งช่วยให้การผลิตมีประสิทธิภาพ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้หลากหลาย และธุรกิจการพิมพ์ยังมีบทบาทสำคัญในแวดวงการศึกษาของจังหวัดขอนแก่น ซึ่งมีมหาวิทยาลัยและสถาบันการศึกษาหลายแห่งที่ต้องการสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนและกิจกรรมทางวิชาการ การพิมพ์ตำราเรียน วารสารวิชาการ และเอกสารการประชุมสัมมนาจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ช่วยขับเคลื่อนการศึกษาให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพสูง ธุรกิจการพิมพ์มีบทบาทในการสนับสนุนภาคธุรกิจและการท่องเที่ยวของจังหวัด โดยสามารถผลิตสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ช่วยส่งเสริมการตลาดของธุรกิจต่าง ๆ ธุรกิจนี้จึงเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้กับชุมชน

จังหวัดขอนแก่นที่เป็นศูนย์กลางสำคัญทางเศรษฐกิจและการศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมีโอกาสในการเติบโตของธุรกิจการพิมพ์ สืบเนื่องจากความต้องการจากสถาบันการศึกษา ธุรกิจท้องถิ่น และ SMEs ที่ยังคงมีอยู่ อย่างไรก็ตามถึงแม้จะมีโอกาสเติบโต แต่ธุรกิจการพิมพ์ในขอนแก่นก็ต้องเผชิญกับความท้าทาย เช่น การแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นทั้งในกลุ่มผู้ประกอบการเองและทางเลือกใหม่ในการใช้สื่อดิจิทัล การพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง ความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป อย่างไรก็ตาม การลงทุนในเทคโนโลยีการพิมพ์ที่ทันสมัยและการพัฒนาคุณภาพงานจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถแข่งขันและตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพได้ ทั้งนี้ จาก โรงพิมพ์ 8 แห่งที่กล่าวมาข้างต้น มีบริษัทที่ธุรกิจสิ่งพิมพ์แห่งหนึ่งซึ่งเป็นธุรกิจที่เก่าแก่ที่สุดในจังหวัดขอนแก่น คือ โรงพิมพ์ D ที่ก่อตั้งขึ้นและเริ่มดำเนินกิจการมาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2514 ปัจจุบันได้มีการขยายกิจการและจดทะเบียนจัดตั้งเป็นนิติบุคคล ด้วยทุนจดทะเบียน 4,350,000 บาท

งานวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการโรงพิมพ์ในจังหวัดขอนแก่น เข้าใจพฤติกรรมและความต้องการที่แตกต่างของลูกค้าในท้องถิ่นอย่างชัดเจน ซึ่งการทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคในท้องถิ่นซึ่งมีความต้องการที่แตกต่างกันของแต่ละกลุ่มลูกค้า ผนวกกับความสามารถของผู้ประกอบการโรงพิมพ์ในการปรับแต่งส่วนประสมการตลาดให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในขอนแก่น จะช่วยให้ธุรกิจโรงพิมพ์สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ซึ่งความสำเร็จของการประยุกต์ใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการนั้น จะขึ้นอยู่กับกระบวนการทุกองค์ประกอบเข้าด้วยกันอย่างสมดุล ผ่านการศึกษาและเข้าใจตลาดเป้าหมาย การปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่องตามการเปลี่ยนแปลงของ

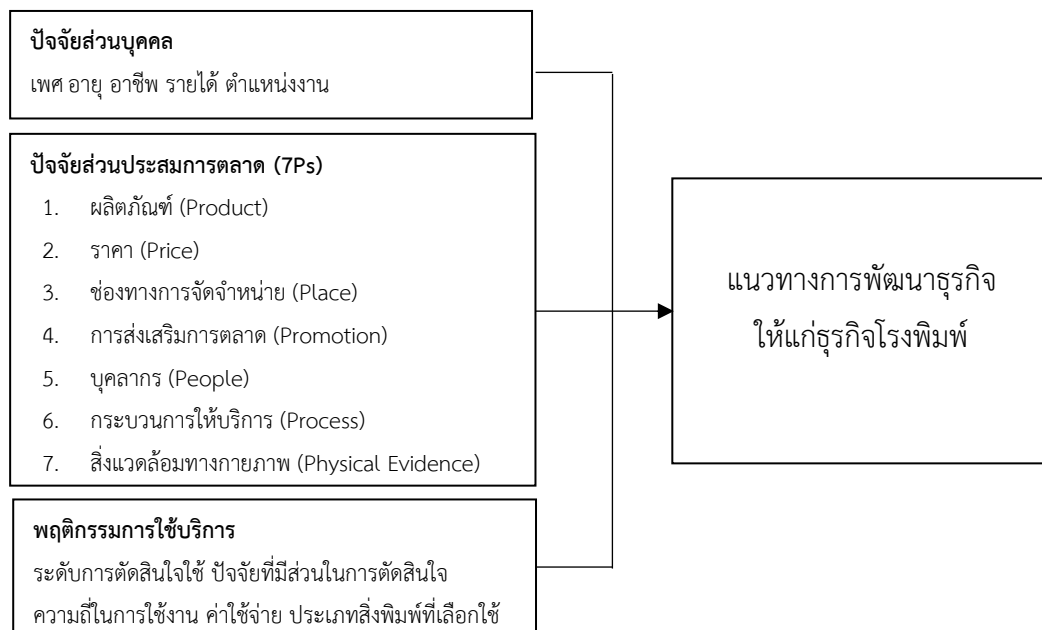
สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เพื่อนำข้อมูลเหล่านี้มาปรับใช้ส่วนประสมการตลาดบริการให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในพื้นที่ ซึ่งการประยุกต์ใช้หลักการปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการอย่างเป็นระบบและสอดคล้องกับบริบทท้องถิ่นและความต้องการของผู้บริโภค จะช่วยให้โรงแรมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ครบถ้วน และช่วยสร้างความพึงพอใจ และเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันให้แก่ธุรกิจโรงแรมได้ในระยะยาว

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการโรงแรมแห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของธุรกิจโรงแรมแห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น
3. เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาธุรกิจให้แก่ธุรกิจโรงแรมแห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น

แนวคิดทฤษฎีที่ใช้

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมแห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจโรงแรม และพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจใช้บริการโรงแรม ในส่วนของการหาแนวทางเพื่อพัฒนาธุรกิจจะพิจารณาตามหลักส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) 7Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการให้บริการ (Process) และลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และศึกษาพฤติกรรมในการใช้บริการของผู้บริโภค เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาธุรกิจโรงแรมต่อไป ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ประชากร คือ ผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าของโรงพิมพ์พิมพ์ และผู้ที่เคยใช้บริการของโรงพิมพ์ที่เป็นลูกค้าเดิม ลูกค้าปัจจุบันและกลุ่มที่อยู่ในกลุ่มเป้าหมายของโรงพิมพ์ในอนาคต

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการโรงพิมพ์ โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้การคำนวณตามสูตรไม่ทราบจำนวนประชากรของ Taro Yamana (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นประมาณ 95 % ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ ระดับ 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 ราย สูตรที่ใช้ คือ

$$n = \left\{ \frac{Z^2}{4e^2} \right\}$$

เมื่อ n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

Z = ระดับความเชื่อมั่นกำหนดที่ 95 %

e = ค่าความผิดพลาดที่ยอมรับได้โดยกำหนดที่ $\pm 5\%$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คือ

$$\text{แทนค่า} = \left\{ \frac{1.96^2}{4(0.05)^2} \right\}$$

$$= 384.16 \text{ คน}$$

เพื่อความสะดวกผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาเพิ่มรวมเป็นจำนวน 400 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยผู้วิจัยขอความร่วมมือจากผู้ใช้บริการในการตอบแบบสอบถาม ร่วมกับการใช้นำแบบสอบถามไปใส่ในโปรแกรม Google Form แล้วจัดส่งลิงค์ให้กับผู้ที่สะดวกให้ข้อมูลร่วมตอบแบบสอบถามออนไลน์

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบให้เลือกตอบเป็น แบบ check list จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลในการใช้บริการ และพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจโรงพิมพ์ ประกอบด้วย ข้อถาม 8 ข้อ คือ 1) ระดับในการตัดสินใจใช้บริการโรงพิมพ์ 2) ประเภทธุรกิจ/การบริการ/หน่วยงาน 3) ส่วนงานที่สังกัด 4) ระดับความรู้ความเข้าใจในด้านสิ่งพิมพ์ และ 5) ประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์ที่ท่านได้ใช้บริการ 6) ความถี่ในการใช้บริการ 7) ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโรงพิมพ์โดยเฉลี่ยต่อครั้ง และ 8) ความคาดหวังบริการใดจากโรงพิมพ์

ส่วนที่ 3 ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจสิ่งพิมพ์ ประกอบด้วย ข้อคำถาม 6 ข้อ เกี่ยวกับปัจจัย/และอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อ เลือกใช้บริการโรงพิมพ์

ส่วนที่ 4 ข้อมูลการใช้บริการด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจโรงพิมพ์ ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ให้เลือกตอบตามความคิดเห็น 5 ระดับ (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) คือ 1) เห็นด้วยมากที่สุด ให้ค่าน้ำหนัก 5 คะแนน 2) เห็นด้วยมาก ให้ค่าน้ำหนัก 4 คะแนน 3) เห็นด้วยปานกลาง ให้ค่าน้ำหนัก 3 คะแนน 4) เห็นด้วยน้อย ให้ค่าน้ำหนัก 2 คะแนน 5) เห็นด้วยน้อยที่สุด ให้ค่าน้ำหนัก 1 คะแนน ในส่วนนี้ ประกอบด้วยปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7Ps) 7 ด้าน จำนวน 40 ข้อ ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ จำนวน 6 ข้อ 2) ด้านราคา จำนวน 6 ข้อ 3) ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย จำนวน 6 ข้อ 4) ด้านกระบวนการ (Process) จำนวน 6 ข้อ 5) ด้านการส่งเสริมการตลาด จำนวน 5 ข้อ 6) ด้านบุคลากร จำนวน 5 ข้อ และ 7) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Presentation) จำนวน 6 ข้อ

การทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบความเที่ยงตรงและหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ได้นำแบบสอบถามไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อทดสอบว่ามีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา (IOC: Index of item objective congruence) หรือไม่และนำผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.90 การหาความเชื่อมั่น (Reliability) ก่อนที่จะนำแบบสอบถามไปใช้ในการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบใช้ (Try out) กับกลุ่มประชากรที่ใกล้เคียงกับกลุ่มที่จะทำการศึกษาก่อนจำนวน 30 คน เพื่อวิเคราะห์เพื่อหาความเชื่อมั่นตามวิธีของ Cronbach's Coefficient Alpha ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .974

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มผู้บริโภครแล้ว จะถูกนำไปลงรหัสและป้อนสู่ระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อทำการประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS for Window งานวิจัยนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วยรายละเอียดการวิเคราะห์ ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลในการใช้บริการ พฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจโรงพิมพ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) นำเสนอข้อมูลด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจโรงพิมพ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกณฑ์ที่ใช้ในการวัดระดับความคิดเห็น จะใช้การแจกแจงความถี่ แล้วนำมาคำนวณหาค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) จากแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2560)

ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายถึง ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายถึง ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายถึง ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 - 2.50 หมายถึง ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.50 หมายถึง ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจสิ่งพิมพ์ จะนำเสนอด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

การทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาด 7 Ps ในการใช้บริการโรงพิมพ์แห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น ทดสอบโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient, r) ว่ามีปัจจัยส่วนประสมการตลาดใดบ้างที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพิมพ์ และนำค่าที่ได้มาแปลความหมาย ตามแนวคิดของ บุญศรี พรหมมาพันธุ์ (2561) ดังนี้

ถ้าค่า r มีค่าเท่ากับ 0.00 แปลว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ถ้าค่า r มีค่าต่ำกว่า .40 แปลว่า มีความสัมพันธ์น้อย

ถ้าค่า r มีค่า .40 ถึง .60 แปลว่า มีความสัมพันธ์ปานกลาง

ถ้าค่า r มีค่า .60 ขึ้นไป แปลว่า มีความสัมพันธ์มาก

สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 68.50 ด้านอายุ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 49.00 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 21-30 ปี ร้อยละ 23.20 และช่วงอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 22.00 ตามลำดับ ด้านอาชีพ ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนร้อยละ 43.00 รองลงมาคือ ประกอบธุรกิจส่วนตัวร้อยละ 35.70 และอาชีพรับราชการร้อยละ 15.80 ตามลำดับ ด้านรายได้ ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 35.20 รองลงมาคือ รายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 24.00 และรายได้ 40,001-50,000 บาท ร้อยละ 21.70 ตามลำดับ ด้านการศึกษา ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 77.50 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรีร้อยละ 18.20 ด้านประเภทส่วนงานที่รับผิดชอบ ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มจัดซื้อ/จัดหาพัสดุ หรือวัสดุสำนักงานร้อยละ 41.50 รองลงมาคือ เจ้าของกิจการ/ผู้บริหารร้อยละ 32.00 และส่วนงานประชาสัมพันธ์ร้อยละ 13.50 ตามลำดับ และด้านประเภทธุรกิจและบริการ ส่วนใหญ่อยู่ในประเภทธุรกิจจำหน่ายสินค้าทั่วไปร้อยละ 67.00 รองลงมาคือ สถาบันการศึกษา (ทั้งภาครัฐและเอกชน) ร้อยละ 12.50 และจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคร้อยละ 6.70 ตามลำดับ

ผลการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคที่ใช้บริการโรงพิมพ์ในจังหวัดขอนแก่น

ผลการศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างในด้านพฤติกรรมการใช้บริการโรงพิมพ์ ดังนี้ ด้านระดับการตัดสินใจในการใช้บริการโรงพิมพ์ ส่วนใหญ่เป็นผู้ตัดสินใจคนเดียวร้อยละ 37.50 รองลงมาคือ เป็นผู้แนะนำบริการและข้อมูลประกอบการตัดสินใจแก่ผู้บริหารหรือหัวหน้างานร้อยละ 34.50 และ ต้องตัดสินใจร่วมกับผู้อื่นร้อยละ 28.00 ตามลำดับ ด้านประเภทสิ่งพิมพ์ที่ใช้บริการ ส่วนใหญ่ใช้บริการสิ่งพิมพ์ เพื่อการโฆษณาร้อยละ 76.20 รองลงมาคือ ใช้บริการผลิตหนังสือ ตำรา ผลงานวิชาการและวิจัย ร้อยละ 12.70 และใช้บริการสิ่งพิมพ์ลักษณะพิเศษตามโอกาสร้อยละ 4.30 ตามลำดับ ด้านความถี่ในการใช้บริการโรงพิมพ์ ส่วนใหญ่ใช้บริการประมาณ 1-2 ครั้งต่อปี ร้อยละ 88.70 รองลงมาคือ ใช้บริการประมาณ 3-4 ครั้งต่อปี ร้อยละ 7.00 และกลุ่มที่ใช้บริการมากกว่า 5 ครั้งต่อปี น้อยกว่าร้อยละ 5.00 ตามลำดับ ด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโรงพิมพ์ ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 10,001-30,000 บาท ร้อยละ 50.20 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายระหว่าง 30,001-50,000 บาท ร้อยละ 20.50 และค่าใช้จ่ายระหว่าง 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 12.00 ตามลำดับ

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพิมพ์ในจังหวัดขอนแก่น

ตารางที่ 1 แสดงระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	แปลความ
1. กิจกรรมงานพิมพ์ที่มีคุณภาพ ภาพและสีคมชัด ถูกต้อง	4.76	0.70	มากที่สุด
2. โรงพิมพ์สามารถค้นหาได้ง่ายผ่านแผนที่ google map	4.81	0.68	มากที่สุด
3. กิจกรรมการบริการเปรียบเทียบราคากับโรงพิมพ์สำนักพิมพ์อื่น	2.75	1.07	ปานกลาง
4. กิจกรรมการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ	3.24	0.87	ปานกลาง
5. กิจกรรมการส่งเสริมการขาย เช่น สะสมแต้มให้ส่วนลด/ให้ของสมนาคุณ เป็นต้น	2.56	0.81	น้อย
6. กิจกรรมมีส่วนลดและของสมนาคุณหากแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการ	2.46	0.73	น้อย
7. กิจกรรมมีส่วนลดหากเป็นผู้ที่ได้รับคำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการ	3.79	0.77	ปานกลาง
8. กิจกรรมการดูแล ติดตามและรักษาสถานลูกค้าเก่าไว้เป็นอย่างดี	3.77	0.60	ปานกลาง
9. ชื่อเสียงของโรงพิมพ์เป็นที่รู้จักในวงการการพิมพ์	4.57	0.57	มากที่สุด
10. โรงพิมพ์มีการแสดงผลงานผ่านเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ	3.43	0.73	ปานกลาง
11. โรงพิมพ์ที่มีช่องทางในการติดต่อได้อย่างสะดวกและมีหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ โทรสาร LINE FACEBOOK Instagram	3.69	0.58	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดของโรงพิมพ์ พบว่าด้านผลิตภัณฑ์และบุคลากรได้รับความพึงพอใจสูงสุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.33 และ 4.32 ตามลำดับ ขณะที่ด้านการส่งเสริมการตลาดได้รับความพึงพอใจต่ำที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย 3.16 ในด้านผลิตภัณฑ์ โรงพิมพ์มีจุดแข็งที่โดดเด่นในเรื่องคุณภาพงานพิมพ์ที่มีภาพและสีคมชัดด้วยค่าเฉลี่ย 4.76 ซึ่งถือเป็นคะแนนสูงสุด นอกจากนี้ยังมีมาตรฐานและความถูกต้องของงานพิมพ์ในระดับสูง รวมถึงคุณภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยอมรับ อย่างไรก็ตามทางเลือกในการพิมพ์ยังเป็นจุดที่ต้องปรับปรุง เนื่องจากได้คะแนนต่ำสุดในด้านนี้ที่ 3.88 สำหรับด้านราคาผู้บริโภคมีความพึงพอใจสูงกับความคุ้มค่าของการบริการเมื่อเทียบกับราคาที่จ่ายด้วยค่าเฉลี่ย 4.43 ประกอบกับการแจ้งอัตราค่าบริการที่ชัดเจนและความโปร่งใสด้านราคาที่อยู่ในระดับดี แต่ความเหมาะสมของราคากับสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันยังเป็นประเด็นที่ต้องปรับปรุง โดยได้คะแนนเพียง 3.61 ด้านสถานที่ที่มีจุดเด่นที่การค้นหาได้ง่ายผ่าน Google Map ซึ่งได้คะแนนสูงถึง 4.81 รวมถึงมีที่จอดรถเพียงพอและการเข้าถึงโดยรวมที่อยู่ในระดับดี อย่างไรก็ตาม ความสะดวกในการเดินทางยังเป็นปัญหาที่ต้องแก้ไข เนื่องจากได้คะแนนเพียง 3.88 ในด้านกระบวนการ โรงพิมพ์มีความเป็นเลิศในการส่งมอบงานตรงเวลาด้วยค่าเฉลี่ย 4.43 มีบริการจัดส่งสิ่งพิมพ์ที่ดีและขั้นตอนการให้บริการโดยรวมที่อยู่ในระดับดี ทว่าการบริการเปรียบเทียบกับโรงพิมพ์อื่นเป็นจุดอ่อนสำคัญที่ได้คะแนนต่ำมากเพียง 2.75 ส่วนการส่งเสริมการตลาดเป็นด้านที่ต้องการการปรับปรุงมากที่สุด แม้ว่าจะมีส่วนลดสำหรับผู้ที่ได้รับคำแนะนำจากลูกค้าเดิมที่ได้คะแนน 3.79 กิจกรรมส่งเสริมการขายทั่วไปและการประชาสัมพันธ์พื้นฐานที่อยู่ในระดับปานกลาง แต่ส่วนลดและของสมนาคุณสำหรับผู้แนะนำลูกค้าใหม่กลับได้คะแนนต่ำมากเพียง 2.46 และด้านบุคลากรเป็นจุดแข็งที่สำคัญของโรงพิมพ์ โดยความเชี่ยวชาญและความเป็นมืออาชีพของพนักงานได้คะแนนสูงถึง 4.42 มีการต้อนรับที่ดีและการให้บริการอย่างเพียงพอในระดับสูง แม้ว่าความรวดเร็วในการให้บริการจะได้คะแนน 4.27 ซึ่งแม้จะสูงแต่ยังต่ำกว่าประเด็นอื่นในด้านนี้

สุดท้ายในด้านลักษณะทางกายภาพ ชื่อเสียงของโรงพิมพ์ที่เป็นที่รู้จักในวงการได้คะแนนสูงสุดที่ 4.57 มีความหลากหลายของเครื่องพิมพ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัยในระดับสูง แต่การแสดงผลงานผ่านเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ยังต้องปรับปรุงเนื่องจากได้คะแนนเพียง 3.43

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยการใช้บริการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด 7Ps ในภาพรวม

บุคคล	ค่าเฉลี่ย	แปลความ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.33	มาก
ปัจจัยด้านราคา	4.04	มาก
ปัจจัยด้านสถานที่	4.22	มาก
ปัจจัยด้านกระบวนการ	4.04	มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.16	ปานกลาง
ปัจจัยด้านบุคลากร	4.32	มาก
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	4.07	มาก

จากตารางที่ 2 เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่า ผลการสำรวจความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของโรงพิมพ์ได้ชี้ให้เห็นว่า ลูกค้าพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัย **ด้านผลิตภัณฑ์** (ค่าเฉลี่ย 4.33) **บุคลากร** (ค่าเฉลี่ย 4.32) และ **สถานที่** (ค่าเฉลี่ย 4.22) ในขณะที่ปัจจัย **ด้านการส่งเสริมการตลาด** กลับเป็นส่วนที่ได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น (ดังตารางที่ 2) ซึ่งบ่งชี้ว่าโรงพิมพ์ยังมีโอกาสในการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดเพื่อดึงดูดลูกค้าต่อไป

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลในการใช้บริการโรงพิมพ์

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพิมพ์มากที่สุดคือ เพื่อนและคนรู้จัก โดยคิดเป็นร้อยละ 38.00 รองลงมาคืออิทธิพลจาก หัวหน้างานหรือผู้บริหาร (ร้อยละ 30.30) และ การตัดสินใจด้วยตนเอง (ร้อยละ 24.50) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลที่สุดในการตัดสินใจ พบว่าผู้บริโภคให้น้ำหนักกับ ปัจจัยด้านราคามากที่สุดอย่างมีนัยสำคัญ คิดเป็นร้อยละ 42.50 ตามมาด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ 33.00) และ ภาพลักษณ์ของโรงพิมพ์ (ร้อยละ 12.30) นอกจากนี้ ยังพบว่า ประสบการณ์ตรง ของผู้ใช้บริการ (ร้อยละ 54.00 ระบุว่ามีผลมาก) และการรับรู้ต่อคุณภาพและภาพลักษณ์ของโรงพิมพ์ (ร้อยละ 56.50 ระบุว่า มีผลมาก) ถือเป็นสองปัจจัยที่มีน้ำหนักอย่างยิ่งและส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจ ในทางกลับกัน อิทธิพลจากความคิดเห็นบนโลกออนไลน์ ยังไม่ชัดเจนนัก โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่ (ร้อยละ 49.50) มองว่ามีผลเพียงเล็กน้อย และมีถึงร้อยละ 26.25 ที่มองว่าไม่มีผลเลย เช่นเดียวกับประเด็นความจงรักภักดีต่อสินค้า/บริการ ซึ่งแม้ผู้บริโภคร้อยละ 43.25 จะมองว่าสำคัญ แต่ก็มีกลุ่มลูกค้าอีกถึงร้อยละ 30.00 ที่ระบุว่าปัจจัยนี้ไม่มีผลต่อการตัดสินใจของพวกเขาเลย

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาด 7Ps กับการใช้บริการโรงพิมพ์แห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient (r) เมื่อนำค่าที่ได้มาพิจารณา ตามแนวคิดของ บุญศรี พรหมมาพันธุ์ (2561) ผล ดังตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาด 7Ps กับการใช้บริการโรงพิมพ์แห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสัมพันธ์		การแปรผลระดับความสัมพันธ์	ทิศทางของความสัมพันธ์
	ค่า r	sig		
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	.675**	.001	ความสัมพันธ์มาก	มีแนวโน้มไปทิศทางเดียวกัน
ปัจจัยด้านราคา	.359**	.001	ความสัมพันธ์ปานกลาง	มีแนวโน้มไปทิศทางเดียวกัน
ปัจจัยด้านสถานที่	.481**	.001	ความสัมพันธ์ปานกลาง	มีแนวโน้มไปทิศทางเดียวกัน
ปัจจัยด้านกระบวนการ	.547**	.001	ความสัมพันธ์ปานกลาง	มีแนวโน้มไปทิศทางเดียวกัน
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	.499**	.001	ความสัมพันธ์ปานกลาง	มีแนวโน้มไปทิศทางเดียวกัน

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสัมพันธ์		การแปรผลระดับความสัมพันธ์	ทิศทางของความสัมพันธ์
	ค่า r	sig		
ปัจจัยด้านบุคลากร	.483**	.001	ความสัมพันธ์ปานกลาง	มีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกัน
ปัจจัยด้านการนำเสนอภาพ	.542**	.001	ความสัมพันธ์ปานกลาง	มีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกัน

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย กระบวนการ โปรโมชัน บุคลากร และการนำเสนอทางกายภาพ กับการใช้บริการโรงแรมแห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น ข้อมูลแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงบวกที่มีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างปัจจัยแต่ละตัวของ 7Ps และการใช้บริการ โดยมีค่า Pearson Correlation สูงสำหรับทุกคู่ความสัมพันธ์และค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.01 ซึ่งบ่งชี้ว่า ความสัมพันธ์เหล่านี้มีความน่าเชื่อถือสูง ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าการจัดการปัจจัยการตลาดบริการ 7Ps อย่างมีประสิทธิภาพมีส่วนสำคัญต่อการใช้บริการของลูกค้าในอุตสาหกรรมโรงแรม ซึ่งปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7Ps ได้แก่ Product Price Place Process Promotion People และ Present มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการใช้บริการโดยรวมของลูกค้า (Total7P) ในทุกปัจจัย โดยค่า Sig. (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.001 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่สำคัญอย่างยิ่งและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์สูงสุด คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลที่ได้จากงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยสามารถนำไปกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาธุรกิจ โดยพิจารณาได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) มีความสำคัญอย่างมาก โดยผู้ให้บริการมีความพึงพอใจสูงสุดในด้านผลิตภัณฑ์และด้านบุคลากร แต่เมื่อให้เลือกรายการจากทั้ง 7 ปัจจัย ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคามากที่สุด รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์

ในด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคพึงพอใจสูงสุดกับคุณภาพงานพิมพ์ที่มีภาพและสีคมชัด ถูกต้องตามคำสั่งพิมพ์ ซึ่งส่งผลให้เกิดการบอกต่อและการแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการ แต่ยังมีประเด็นที่ต้องปรับปรุง คือ การเพิ่มทางเลือกในการพิมพ์ที่หลากหลายและไม่จำกัดจำนวนขั้นต่ำ โดยควรพัฒนาระบบ Print on Demand เพื่อตอบสนองลูกค้ากลุ่มที่ต้องการงานพิมพ์จำนวนน้อย

ด้านราคา ผู้บริโภคพึงพอใจสูงสุดกับความคุ้มค่าของบริการเมื่อเทียบกับราคา แต่ยังคงต้องปรับปรุงให้ราคามีความเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน หรืออาจมีการลดราคาในบางโอกาสเพื่อสร้างความพึงพอใจให้มากขึ้น

ด้านสถานที่ โรงแรมมีจุดเด่นคือสามารถค้นหาได้ง่ายผ่าน Google Map แต่ยังมีข้อเสียในเรื่องทำเลที่ตั้งที่ไม่สะดวกต่อการเดินทาง ส่วนด้านกระบวนการ จุดแข็งคือการส่งมอบงานได้ตรงเวลา แต่ควรเพิ่มบริการเปรียบเทียบราคากับโรงแรมอื่นซึ่งเป็นความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะหน่วยงานราชการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด มีการให้ส่วนลดแก่ลูกค้าที่ได้รับคำแนะนำจากลูกค้าเก่า แต่ยังขาดการให้ของสมนาคุณสำหรับลูกค้าที่แนะนำผู้อื่นมาใช้บริการ ซึ่งเป็นประเด็นที่ควรปรับปรุงเพื่อสร้างความพึงพอใจและกระตุ้นการบอกต่อ

ด้านบุคลากรเป็นจุดแข็งของโรงพิมพ์ โดยผู้บริหารมีความพึงพอใจสูงที่สุดกับความเชี่ยวชาญและความเป็นมืออาชีพของพนักงานทุกส่วนงาน ซึ่งควรรักษาไว้ และสุดท้ายด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ จุดเด่นคือชื่อเสียงที่เป็นที่รู้จักในวงการการพิมพ์ แต่ควรพัฒนาการแสดงผลงานผ่านเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ให้มากขึ้น เนื่องจากความคิดเห็น การรีวิว และการบอกต่อในสื่อออนไลน์มีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค

โดยสรุป โรงพิมพ์มีจุดแข็งหลักในด้านคุณภาพงานพิมพ์ที่เป็นเลิศ บุคลากรมืออาชีพ และชื่อเสียงที่เป็นที่ยอมรับในวงการ อย่างไรก็ตาม ยังมีจุดที่ต้องปรับปรุงเร่งด่วน ได้แก่ การพัฒนาโปรแกรมการส่งเสริมการตลาดโดยเฉพาะสิทธิประโยชน์สำหรับผู้แนะนำลูกค้า การสร้างระบบเปรียบเทียบราคากับคู่แข่ง และการเพิ่มช่องทางการแสดงผลงานผ่านเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์

แนวทางการพัฒนาธุรกิจโรงพิมพ์แห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น

จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพิมพ์แห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น พบว่า โรงพิมพ์มีจุดแข็งสำคัญที่โดดเด่น คือ คุณภาพงานพิมพ์ที่มีความคมชัดของภาพและสีรวมถึงมีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญและเป็นมืออาชีพ ซึ่งจุดแข็งเหล่านี้เป็นรากฐานสำคัญที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจให้กับลูกค้าอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม โรงพิมพ์ยังเผชิญกับจุดอ่อนที่สำคัญ ได้แก่ ความหลากหลายของบริการที่ยังไม่เพียงพอทำให้ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความหลากหลายได้อย่างครบถ้วน ที่ตั้งของโรงพิมพ์ที่ไม่สะดวกต่อการเดินทาง ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคต่อการเข้าถึงบริการในอนาคต และการขาดการนำเสนอผลงานผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งส่งผลให้ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าสมัยใหม่และขยายตลาดในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยเหตุนี้ แนวทางการพัฒนาธุรกิจโรงพิมพ์จึงควรเริ่มต้นจากการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนอย่างรอบด้าน เพื่อใช้จุดแข็งเป็นจุดขายหลัก เช่น การเน้นรักษามาตรฐานคุณภาพงานพิมพ์และการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกันต้องเร่งแก้ไขจุดอ่อนด้วยกลยุทธ์ที่เหมาะสม ได้แก่ 1) การเพิ่มทางเลือกผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อรองรับลูกค้าที่ต้องการงานพิมพ์ในปริมาณน้อยหรือรูปแบบเฉพาะ 2) การขยายช่องทางการเข้าถึงด้วยการเปิดจุดบริการย่อยในพื้นที่สำคัญหรือพื้นที่ที่สะดวกต่อการเดินทาง 3) การพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น เว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย เพื่อแสดงผลงานตัวอย่าง สร้างความน่าเชื่อถือ และรองรับการรับออเดอร์ผ่านช่องทางดิจิทัล 4) การส่งเสริมการตลาดออนไลน์ด้วยโปรโมชั่นพิเศษสำหรับลูกค้าที่สั่งผ่านช่องทางดิจิทัล และ 5) การพัฒนาโปรแกรมแนะนำลูกค้าใหม่เพื่อขยายฐานลูกค้าอย่างยั่งยืน

อภิปรายผล

จากการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการของโรงพิมพ์แห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยเมื่อวิเคราะห์ความพึงพอใจในแต่ละปัจจัย ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับ ราคา มากที่สุด ตามด้วยผลิตภัณฑ์ ซึ่งสะท้อนภาพรวมที่ชัดเจนถึงความต้องการที่ถูกต้องทั้งด้านประสิทธิภาพและความคุ้มค่าของบริการ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) อยู่ในระดับสูง โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือด้านบุคลากร สอดคล้องกับงานวิจัยของ สหรัษฎ์ ศิริหงส์ (2564) ที่ชี้ให้เห็นว่าคุณภาพงานพิมพ์และความหลากหลายของบริการเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพิมพ์ เนื่องจากความต้องการของลูกค้าส่วนใหญ่สนใจในงานพิมพ์ที่มีคุณภาพ และสามารถตอบสนองความต้องการเฉพาะตัว เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบ Print on Demand และสอดคล้องกับ ชูสิวรรณ โชติวงษ์ (2562) ที่ค้นหาหารูปแบบการบริหารธุรกิจและกลยุทธ์ธุรกิจสิ่งพิมพ์ของมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ และพบว่า กลยุทธ์การตลาด 7P's ที่ต้องให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ (Product) คือ พัฒนาให้ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับคุณภาพและด้านบุคลากร (People) คือ ให้ความสำคัญกับบุคลากรที่มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อให้สามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและตรงตามความต้องการ นอกจากนี้ ยังต้องมีการสร้างแรงจูงใจและรักษาบุคลากรที่มีความสามารถให้อยู่กับองค์กรด้วย

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของโรงพิมพ์มีจุดแข็งในเรื่องชื่อเสียงที่เป็นที่รู้จักในวงการพิมพ์ แต่ยังขาดการนำเสนอผลงานอย่างเต็มที่ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ ทั้งนี้เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่มีแนวโน้มตัดสินใจจากรีวิวและข้อมูลในโลกออนไลน์เป็นสำคัญ การพัฒนาและยกระดับช่องทางการสื่อสารดังกล่าวจึงเป็นกลยุทธ์หลักที่จะช่วยยกระดับการเข้าถึง การประชาสัมพันธ์ และการขยายตลาดในอนาคต (สุทธิพรรณ ผลสินธุ์, 2562) นอกจากนี้ข้อมูลจากการศึกษานี้สอดคล้องกับผลการวิจัยด้านกลยุทธ์การตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคในวงการโรงพิมพ์ที่เน้นการตอบสนองความต้องการด้านคุณภาพและบริการ เพราะเทคโนโลยีดิจิทัลในการผลิตสิ่งพิมพ์เป็นโอกาสในการแสวงหาแนวทางใหม่ในการทำธุรกิจด้านสิ่งพิมพ์ การผสมผสานสื่อหลากหลายรูปแบบทั้งออนไลน์และสิ่งพิมพ์ การทำความเข้าใจกับความเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมผู้บริโภค จะนำไปสู่การปรับปรุงพัฒนากระบวนการ และเทคนิคในการพิมพ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในตัวสินค้าและผลิตภัณฑ์ได้ (ทพภวัน เทียนเจริญ และไชยนันท์ ปัญญาศิริ, 2565) ตลอดงานวิจัยของ ฐฎาพงษ์ กิติพันธ์กุล และพิชิต ขจรเดชะ (2563) ซึ่งสรุปไว้ว่า ความคาดหวังของผู้บริโภคมีต่อโรงพิมพ์ คือ คาดหวังในเรื่องของคุณภาพสินค้าและบริการมาเป็นอันดับแรก รองลงมาเป็นมาตรฐานงานพิมพ์ และเทคโนโลยีที่ทันสมัยเป็นอันดับสาม และในการใช้บริการโรงพิมพ์ผู้บริโภคยังให้ความสำคัญกับการวางกลยุทธ์ทางการตลาดของโรงพิมพ์ด้วย สรุปได้ว่า งานวิจัยที่ผ่านมาต่างให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งหมายถึง คุณภาพมาตรฐานงานพิมพ์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ รวมถึงการนำช่องทางออนไลน์

มาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการสื่อสารกับลูกค้า ดังนั้น การให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยอื่นที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค จะเป็นฐานข้อมูลสำคัญสำหรับวางแผนพัฒนาและปรับปรุงธุรกิจโรงแรม เพื่อให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการของตลาดและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในบริบทสังคมและเศรษฐกิจยุคปัจจุบันอย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

ข้อสรุปจากงานวิจัยนี้ ทำให้ทราบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสูงสุด คือ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจสูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านบุคลากร และเมื่อให้กลุ่มตัวอย่างเลือกจากทั้ง 7 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดต่อการใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านราคาสูงที่สุด รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์ และเมื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรม พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสูงสุด คือ ด้านกระบวนการ และโรงแรมแห่งนี้มีจุดแข็งสำคัญที่ควรสนับสนุน ได้แก่ คุณภาพงานพิมพ์ที่ยอดเยี่ยม บุคลากรมีอาชีพ และชื่อเสียงที่เชื่อถือได้ อย่างไรก็ตาม ยังมีความจำเป็นต้องเร่งพัฒนาปัจจัยที่เป็นจุดอ่อน ได้แก่ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการ เพิ่มช่องทางการเข้าถึงสถานที่ การปรับกลยุทธ์การตลาดด้านสิทธิประโยชน์สำหรับผู้แนะนำลูกค้า รวมทั้งการเพิ่มช่องทางการแสดงผลงานผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นแนวทางที่จะช่วยสนับสนุนการเติบโตและความยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมในยุคดิจิทัลและสภาพแวดล้อมการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) การวิจัยเปรียบเทียบกับโรงแรมอื่น โดยเฉพาะโรงแรมขนาดใหญ่ที่มีทุนจดทะเบียนสูง เพื่อหาคำตอบว่า โรงแรมหรือสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่มีวิธีการปรับตัวอย่างไรในภาวะที่ความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนไปและรูปแบบการพิมพ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน

2) ควรมีการทบทวนวรรณกรรมเพิ่มเติมและนำปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมมาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการใช้บริการโรงแรม

เอกสารอ้างอิง

- ชูลีวรรณ โชติวงษ์. (2562). รูปแบบการบริหารธุรกิจและกลยุทธ์ธุรกิจสิ่งพิมพ์ของมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 8(1), 10-21.
- ทพวัน เทียนเจริญ และ ไชยพันธ์ ปัญญาศิริ. (2565). กลยุทธ์การขยายธุรกิจและการเติบโตของอุตสาหกรรมพิมพ์ไทยในยุคความปกติใหม่ (New Normal). *สยามวิชาการ*, 23(41), 23- 38.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 10). สุวีริยาสาส์น.
- บุญศรี พรหมมาพันธุ์. (2561). เทคนิคการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการใช้สหสัมพันธ์และการถดถอยในการวิจัย. *วารสารศึกษาศาสตร์ มสธ.*, 11(1), 32 – 45.

- ชฎาพงษ์ กิตติพันธุ์กุล และ พิชิต ขจรเดชะ. (2563). พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการรับสิ่งพิมพ์ในยุคปัจจุบัน เพื่อการพัฒนาแผนธุรกิจการพิมพ์ ในระบบดิจิทัล. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมหาดใหญ่วิชาการ ระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 11. (หน้า 1825 – 1838). มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- สหรัษฎ์ ศิริหงส์. (2564). การปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงพิมพ์ขนาดย่อมและขนาดกลางใน กรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล. [สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ]. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สุทธิพรรณ ผลสินธุ์. (2562). แผนธุรกิจโรงพิมพ์สำหรับผู้ประกอบการ SMEs. [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Statistic* (2nd ed). Harper & Row.

การพัฒนาความสามารถทางด้านสมรรถภาพทางกายของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5

โดยการจัดการเรียนรู้ด้วยกิจกรรมนันทนาการประเภทการเล่นเกม

Developing Physical Fitness of Grade 5 Students

by Organizing Learning through Game-type Recreational Activities

ชนัญชิตา พรหมศิริ^{1*} และ สันติ วิจักขณาลัญญ์²

Chananchida Promsiri^{1*} and Santi Wijugkanalun²

^{1,2}คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

^{1,2}Faculty of Education, Northeastern University

*Corresponding author's email: namfonbow1410@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

11 ธันวาคม 2567

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

31 พฤษภาคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

1 มิถุนายน 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาสมรรถภาพทางกาย โดยใช้กิจกรรมนันทนาการประเภทการเล่นเกม ให้อยู่ในเกณฑ์ดีขึ้น ร้อยละ 70 ของจำนวนนักเรียน 2) ศึกษาความพึงพอใจ ที่มีต่อการฝึกสมรรถภาพทางกายโดยการจัดการเรียนรู้ด้วยกิจกรรมนันทนาการประเภทการเล่นเกม กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ นักเรียน โรงเรียนบ้านหนองหมากแซว สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 2 จำนวน 17 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือในการวิจัย แบบทดสอบเกณฑ์มาตรฐานสมรรถภาพทางกาย อายุระหว่าง 7 - 12 ปี แบบสอบถามความพึงพอใจเป็นแบบ 5 ระดับ จำนวน 15 ข้อ พบว่า 1) นักเรียนชาย และหญิง มีสมรรถภาพร่างกาย ดังนี้ ความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ วัดโดย ดันพื้นประยุกต์ 30 วินาที ผลรวมอยู่ในระดับต่ำ ($\bar{X} = 16.59$, S.D.=6.63) คิดเป็นร้อยละ 17.65 ซึ่งไม่ถึงตามเกณฑ์ร้อยละ 70 ความอดทนของกล้ามเนื้อ วัดโดย รายการลูก-นั่ง ผลรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 32.18$, S.D.=7.81) คิดเป็นร้อยละ 88.24 สูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 70 ความอ่อนตัว วัดโดย นั่งงอตัวไปข้างหน้า ผลรวมอยู่ในระดับต่ำมาก ($\bar{X} = 3.94$, S.D.=8.10) คิดเป็นร้อยละ 0.00 ไม่ถึงตามเกณฑ์ร้อยละ 70 ความอดทนของระบบหัวใจและไหลเวียนเลือด วัดโดย ผลรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 205.00$, S.D.=29.95) คิดเป็นร้อยละ 100 สูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 70 องค์ประกอบของร่างกายผลรวมอยู่ในระดับสมส่วน ($\bar{X} = 19.39$, S.D.=4.66) คิดเป็นร้อยละ 11.76 ไม่ถึงตามเกณฑ์ร้อยละ 70 และ 2) ความพึงพอใจ ที่มีต่อการฝึกสมรรถภาพทางกายโดยการจัดการเรียนรู้ด้วยกิจกรรมนันทนาการประเภทการเล่นเกม อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.09)

คำสำคัญ: การจัดการเรียนรู้, ความสามารถทางด้านสมรรถภาพทางกาย,

กิจกรรมนันทนาการประเภทการเล่นเกม

ABSTRACT

Developing the physical fitness of Grade 5 students by organizing learning through game-type recreational activities, this research is aimed to; 1) to develop the physical fitness of Grade 5 student by organizing learning through game-type recreational activities to a good level. 2) to study the satisfaction toward physical fitness training through game-type recreational activities. The target group includes 17 students from Ban Nong Mak Saeo School, under the Sakon Nakhon Primary Educational Service Area Office 2, selected by purposive sampling. The research instruments were 1) 12 physical education lesson plans incorporating game-type recreational activities aimed at improving physical fitness, 2) A standard physical fitness test for students, created by the Department of Physical Education, Ministry of Tourism and Sports, in order to obtain the basic physical fitness of primary school children aged 7-12 years, 3) A 5-level satisfaction questionnaire consisting of 15. The research found: 1) Muscle strength, measured by 30-second applied push-ups, showed an overall low level ($\bar{X} = 16.59$, S.D.=6.63). There were 3 students who passed the criteria and were at a good level. 2) Muscle endurance, measured by the sit-up task, showed an overall moderate level ($\bar{X} = 32.18$, S.D.=7.81). There were 15 students who passed the 60-second sit-up task and were at a good level. 3) Flexibility, measured by the sit-and-reach test, showed a very low level ($\bar{X} = 3.94$, S.D.=8.10). 4) Cardiovascular endurance showed a very good level ($\bar{X} = 205.00$, S.D.=29.95). There were 17 students who passed the criteria and were at a good level. 5) Body composition was at a proportionate level ($\bar{X} = 19.39$, S.D.=4.66). The satisfaction was at a good level ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.09)

Keywords: Learning Management, Physical Fitness Abilities, Game-type Recreational Activities

บทนำ

พลศึกษา เป็นศาสตร์แขนงหนึ่งในกระบวนการศึกษา โดยต้องอาศัยกิจกรรม การเคลื่อนไหว ลักษณะต่าง ๆ เพื่อการออกกำลังกาย เล่นกีฬา หรือนันทนาการ มีวัตถุประสงค์ คือพัฒนาการทางกาย จิตใจ อารมณ์ สังคมสติปัญญาและจิตวิญญาณ ศิลา น้ำจันทร์ (2560) ได้กล่าวว่าพลศึกษา เป็นศาสตร์ทางสังคม ที่สำคัญ ที่ถูกนำมาสร้างเสริมความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและกลุ่มบุคคลได้เป็นอย่างดี และเพื่อให้ผู้เรียน เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่พึงประสงค์ทั้งด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคม ซึ่งปัจจุบัน มนุษย์สนใจ โลกดิจิทัล สนใจสื่อออนไลน์มากกว่ากิจกรรมกลางแจ้ง ซึ่งมีทั้งเป็นประโยชน์และเป็นโทษต่อสังคม กิจกรรมเหล่านี้เป็นสิ่งที่มนุษย์ต่างคิดค้นสร้างสรรค์ เพื่อสนองตอบความต้องการของมนุษย์ คือ ความสุข ความพอใจ

ซึ่งบางครั้งไม่สามารถควบคุมให้อยู่ในกรอบหรือขอบเขตที่เหมาะสม และเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพ การสร้างเสริมสุขภาพให้ร่างกายแข็งแรงก็ไม่ใช่เรื่องยากเกินความสามารถที่ทุกคนจะพึงปฏิบัติได้ แต่เพียงให้ความสนใจต่อสุขภาพโดยการออกกำลังกาย การเล่นกีฬา หาเวลาว่างพักผ่อนหย่อนใจ การไปเที่ยว เข้าร่วมกิจกรรมสังคมหรือกิจกรรมอื่นที่ทำให้ตนเองเกิดความสุขสนาน กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2560) ได้ศึกษาปัจจุบัน มนุษย์สนใจโลกดิจิทัล สนใจสื่อออนไลน์มากกว่ากิจกรรมกลางแจ้งจึงต้องเผชิญปัญหากับกิจกรรมนันทนาการรูปแบบใหม่ ๆ ทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) การเผยแพร่ข้อมูลและรูปภาพออนไลน์ การเล่นเกม การเล่นอินเทอร์เน็ต และการเล่นโซเชียล ซึ่งมีทั้งเป็นประโยชน์และเป็นโทษต่อสังคม กิจกรรมเหล่านี้เป็นสิ่งที่มนุษย์ต่างคิดค้นสร้างสรรค์เพื่อสนองตอบความต้องการของมนุษย์ คือ สุขภาพใจ ซึ่งบางครั้งไม่สามารถควบคุมให้อยู่ในกรอบหรือขอบเขตที่เหมาะสม และเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพ ถึงแม้การเจ็บป่วยจะได้รับการบำบัดรักษาและเป็นวิธีหนึ่งที่จะทำให้ประชากรมีอายุที่ยืนยาว แต่การสร้างเสริมสุขภาพให้ร่างกายแข็งแรงก็จะเป็นอีกวิธีหนึ่งที่จำเป็น และมีความสำคัญในการช่วยป้องกันไม่ให้ร่างกายเจ็บป่วยได้ง่าย การสร้างเสริมสุขภาพให้ร่างกายแข็งแรงก็ไม่ใช่เรื่องยากเกินความสามารถที่ทุกคนจะพึงปฏิบัติได้ แต่เพียงให้ความสนใจต่อสุขภาพโดยการออกกำลังกาย การเล่นกีฬา หาเวลาว่างพักผ่อนหย่อนใจ การไปเที่ยว เข้าร่วมกิจกรรมสังคมหรือกิจกรรมอื่นที่ทำให้ตนเองเกิดความสุขสนาน

กัลพฤกษ์ พลสร และ พรจันทร์ โลจนะศุภฤกษ์ (2565) ได้อธิบายไว่ว่านันทนาการเป็นกิจกรรมสร้างสรรค์ที่ทำด้วยความสมัครใจในเวลาว่างให้เกิดความสุขสนาน เพลิดเพลินเป็นกิจกรรมที่สร้างคุณค่าในการใช้เวลาว่างเพื่อกระบวนการในสมองของเด็กโดยการพัฒนาทักษะพื้นฐาน เช่น ความจำ การมีสมาธิ การจดจำ การวางแผน ความมุ่งมั่น ความรับผิดชอบ การควบคุมอารมณ์ และการเรียนรู้ สิทธิพงษ์ ปานนาค (2563) ได้นำเกมเข้ามาประยุกต์ใช้กับกิจกรรมนันทนาการ และได้กำหนดเงื่อนไขวิธีการเล่น เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมหรือเกมได้เกิดการเรียนรู้ที่ดีอย่างมีเป้าหมาย เช่น เพื่อให้เกิดความสุขสนาน เกิดการเคลื่อนไหวและการออกกำลังกาย มีการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก เคารพกฎและกติกา ทักษะคติของการมีน้ำใจ นักกีฬา รู้จักการยอมแพ้ และผู้สอนควรวางแผนการสอนอย่างเหมาะสมและเต็มใจในการสนับสนุนกิจกรรมเกมที่ส่งเสริมสมรรถภาพทางกาย เช่น เกมกีฬา เกมการเล่นเพื่อสุขภาพ เกมที่เสริมสัมพันธ์กลุ่ม เกมเสริมทักษะการนำ และเกมที่สร้างความเพลิดเพลิน และเข้าไปร่วมในกระบวนการเรียนรู้ในห้องเรียนตรงตามเนื้อหาหลักของทุกประเภทของกีฬา การใช้เกมในการสอนเพื่อส่งเสริมสุขภาพร่างกายและทักษะการเคลื่อนไหว การเรียนรู้ปฏิบัติ ผู้เรียนสามารถใช้ชีวิตในสังคมอย่างมีความสุข

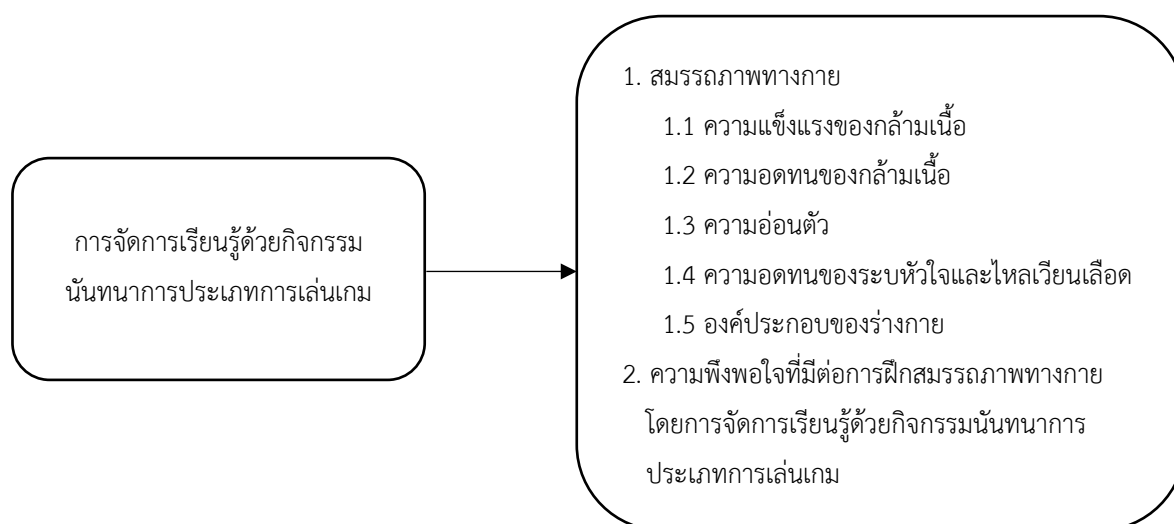
จากเหตุผลดังกล่าว ปัจจุบันนักเรียนสนใจแต่เทคโนโลยี สื่อออนไลน์ เกมออนไลน์ มากกว่ากิจกรรมกลางแจ้งหรือกิจกรรมที่ออกแรง ทั้งนี้จึงมีผลกระทบต่อมนุษย์เพราะอาจทำให้เกิดโรคได้ เช่น โรคอ้วน โรคเบาหวาน โรคของกระดูกและข้อต่าง ๆ ผู้วิจัยจึงได้เลือกประเภทการเล่นเกมเข้ามาจัดเป็นกิจกรรมในวิชาการเรียนการสอนในวิชาพลศึกษา เพราะจะช่วยในด้านพัฒนาสมรรถภาพทางกาย จิตใจ อารมณ์ สังคม และสติปัญญา ซึ่งสมรรถภาพทางกายจะช่วยพัฒนาให้สุขภาพร่างกายดีขึ้น ผู้วิจัยจึงนำแบบทดสอบเกณฑ์มาตรฐานสมรรถภาพทางกายในกลุ่มอายุ 7-12 ปี ของกรมพลศึกษา (สำนักวิทยาศาสตร์การกีฬากรมพลศึกษา

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) มาใช้เพื่อเป็นประโยชน์ในการประเมินสมรรถภาพทางกายเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานเหมาะสมตามวัย ทั้งยังเป็นการปูพื้นฐานที่ดีตั้งแต่ต้น และยังปลูกฝังให้เด็กได้ใช้ความคิดทักษะการเคลื่อนไหวร่างกาย การแสดงออกทางอารมณ์ จิตใจ การใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และใส่ใจสุขภาพเป็นเป้าหมายหลักในการพัฒนาสมรรถภาพทางกายที่ดีขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาสมรรถภาพทางกาย โดยใช้กิจกรรมนันทนาการประเภทการเล่นเกม ให้อยู่ในเกณฑ์ดีขึ้นร้อยละ 70 ของจำนวนนักเรียน
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจ ที่มีต่อการฝึกสมรรถภาพทางกายโดยการจัดการเรียนรู้ด้วยกิจกรรมนันทนาการประเภทการเล่นเกม ร้อยละ 70 ของจำนวนนักเรียน

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นนักเรียนประถมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนบ้านหนองหมากแซว สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 2 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2565 จำนวน 17 คน ซึ่งได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แบบทดสอบสมรรถภาพทางกาย (กรมพลศึกษา, 2562) จำนวน 5 รายการ ได้แก่

1.1 ความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ วัดโดยดันพื้นประยุกต์ 30 วินาที (30 Seconds Modified Push Ups) เกณฑ์การให้คะแนน ดีมาก = 5, ดี = 4, ปานกลาง = 3, ต่ำ = 2, ต่ำมาก = 1

1.2 ความอดทนของกล้ามเนื้อ วัดโดย ลูก-นั่ง 60 วินาที (60 Seconds Sit Ups) เกณฑ์การให้คะแนน ดีมาก = 5, ดี = 4, ปานกลาง = 3, ต่ำ = 2, ต่ำมาก = 1

1.3 ความอ่อนตัว วัดโดย นั่งงอตัวไปข้างหน้า (Sit and Reach) เกณฑ์การให้คะแนน ดีมาก = 5, ดี = 4, ปานกลาง = 3, ต่ำ = 2, ต่ำมาก = 1

1.4 ความอดทนของระบบหัวใจและหลอดเลือด วัดโดย ยืนยกเข่าขึ้น-ลง 3 นาที (3 Minutes Step Up and Down) เกณฑ์การให้คะแนน ดีมาก = 5, ดี = 4, ปานกลาง = 3, ต่ำ = 2, ต่ำมาก = 1

1.5 องค์ประกอบของร่างกาย วัดโดย ค่าดัชนีมวลกาย (Body mass index: BMI) เกณฑ์การให้คะแนน สมส่วน = 3 คะแนน, ผอม/ท้วม = 2 คะแนน, ผอมมาก/อ้วน = 1 คะแนน

2. แบบสอบถามความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ที่ฝึกสมรรถภาพทางกายโดยการจัดการเรียนรู้ด้วยกิจกรรมนันทนาการ เป็นแบบมาตรฐาน 5 ระดับ จำนวน 15 ข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ปฐมนิเทศชี้แจงวัตถุประสงค์การจัดการเรียนรู้ วิธีการเรียนการประเมินผล และข้อตกลงต่าง ๆ ในชั้นเรียน

2. ดำเนินการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ตามแผนการจัดการเรียนรู้ด้วยกิจกรรมนันทนาการประเภทการเล่นเกม

3. ทำการทดสอบนักเรียน โดยใช้แบบทดสอบสมรรถภาพทางกาย (กรมพลศึกษา, 2562) จำนวน 5 รายการ และผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลการทดสอบสมรรถภาพทางกาย แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์

4. สอบถามความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ที่ฝึกสมรรถภาพทางกายด้วยกิจกรรมนันทนาการประเภทการเล่นเกม

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

2.1 ความตรงของแบบวัด (Test Item Validity) โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC

2.2 สถิติที่ใช้การหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแบบวัดความพึงพอใจ

สรุปผลการวิจัย

1. การจัดการเรียนรู้ด้วยเกมกิจกรรมนันทนาการประเภทการเล่นเกม พิจารณาค่าเฉลี่ยแต่ละรายการได้ดังนี้ ความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ วัดโดย ดันพื้นประยุกต์ เพศชายอยู่ในเกณฑ์ = 3 ระดับปานกลาง ($\bar{X} = 18.40$, S.D.=8.17) เพศหญิงอยู่ในเกณฑ์ = 2 ระดับต่ำ ($\bar{X} = 15.83$, S.D.=6.13) ความอดทนของ

กล้ามเนื้อ วัดโดย ลูก-นั่ง เพศชายอยู่ในเกณฑ์ =3 ระดับปานกลาง ($\bar{X} = 32.80$, S.D.=13.54) เพศหญิงอยู่ในเกณฑ์ =4 ระดับดี ($\bar{X} = 31.92$, S.D.=4.68) ความอ่อนตัว วัดโดย นั่งงอตัวไปข้างหน้า เพศชายอยู่ในเกณฑ์ =1 ระดับต่ำมาก ($\bar{X} = 3.60$, S.D.=3.21) เพศหญิงอยู่ในเกณฑ์ =1 ระดับต่ำมาก ($\bar{X} = 4.08$, S.D.=9.58) ความอดทนของระบบหัวใจและหลอดเลือด วัดโดย ยืนยกเข่าขึ้น-ลง เพศชายอยู่ในเกณฑ์ =5 ระดับดีมาก ($\bar{X} = 223.20$, S.D.=28.23) เพศหญิงอยู่ในเกณฑ์ =5 ระดับดีมาก ($\bar{X} = 197.42$, S.D.=28.31) องค์ประกอบของร่างกาย วัดโดย ค่าดัชนีมวลกาย เพศชายอยู่ในเกณฑ์ =3 ระดับสมส่วน ($\bar{X} = 17.54$, S.D.=5.51) เพศหญิงอยู่ในเกณฑ์ =3 ระดับสมส่วน ($\bar{X} = 20.17$, S.D.=4.28)

2. ความพึงพอใจของนักเรียน ที่มีต่อการฝึกสมรรถภาพทางกายโดยการจัดการเรียนรู้ด้วยกิจกรรมนันทนาการประเภทการเล่นเกมนั้น มีความพึงพอใจ ในระดับดี ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.09)

อภิปรายผลการศึกษา

1. การใช้กิจกรรมนันทนาการประเภทการเล่นเกมนั้นในการเสริมสร้างสมรรถภาพของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนบ้านหนองหมากแฉว พบว่าการทดสอบสมรรถภาพทางกายประกอบแผนกิจกรรมการเรียนรู้ ผ่านไป 5 สัปดาห์ ผลการศึกษาพบว่า นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โดยการจัดการเรียนรู้ด้วยกิจกรรมนันทนาการประเภทการเล่นเกม คิดเป็นร้อยละ 100.00 ของจำนวนนักเรียนทั้งหมด โดยทั้งหมด 5 รายการ 1) ความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ วัดโดย ดันพื้นประยুক্ত ผลรวม ($\bar{X} = 16.59$, S.D.=6.63) เพศชายอยู่ในเกณฑ์ =3 ระดับการประเมินเฉลี่ยระดับปานกลาง ($\bar{X} = 18.40$, S.D.=8.17) เพศหญิงอยู่ในเกณฑ์ =2 ระดับการประเมินเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำ ($\bar{X} = 15.83$, S.D.=6.13) คิดเป็นร้อยละ 17.65 ไม่ถึงตามเกณฑ์ร้อยละ 70 ที่กำหนด 2) ความอดทนของกล้ามเนื้อ วัดโดย ลูก-นั่ง ผลรวม ($\bar{X} = 32.18$, S.D.=7.81) เพศชายอยู่ในเกณฑ์ =3 ระดับการประเมินเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 32.80$, S.D.=13.54) เพศหญิงอยู่ในเกณฑ์ =4 ระดับการประเมินเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 31.92$, S.D.=4.68) คิดเป็นร้อยละ 88.24 สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดร้อยละ 70 ของจำนวนนักเรียน 3) ความอ่อนตัว วัดโดย นั่งงอตัวไปข้างหน้า ผลรวม ($\bar{X} = 3.94$, S.D.=8.10) เพศชายอยู่ในเกณฑ์ =1 ระดับการประเมินเฉลี่ยระดับต่ำมาก ($\bar{X} = 3.60$, S.D.=3.21) เพศหญิงอยู่ในเกณฑ์ =1 ระดับการประเมินเฉลี่ยระดับต่ำมาก ($\bar{X} = 4.08$, S.D.=9.58) คิดเป็นร้อยละ 0.00 ไม่ถึงตามเกณฑ์ร้อยละ 70 ที่กำหนด 4) ความอดทนของระบบหัวใจและหลอดเลือด วัดโดย ยืนยกเข่าขึ้น-ลง ผลรวม ($\bar{X} = 205.00$, S.D.=29.95) เพศชายอยู่ในเกณฑ์ =5 ระดับการประเมินเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 223.20$, S.D.=28.23) เพศหญิงอยู่ในเกณฑ์ =5 ระดับการประเมินเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 197.42$, S.D.=28.31) คิดเป็นร้อยละ 100 สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดร้อยละ 70 ของจำนวนนักเรียน 5) องค์ประกอบของร่างกาย วัดโดย ค่าดัชนีมวลกาย ผลรวม ($\bar{X} = 19.39$, S.D.=4.66) เพศชายอยู่ในเกณฑ์ =3 ระดับการประเมินเฉลี่ยระดับสมส่วน ($\bar{X} = 17.54$, S.D.=5.51) เพศหญิงอยู่ในเกณฑ์ =3 ระดับการประเมินเฉลี่ยระดับสมส่วน ($\bar{X} = 20.17$, S.D.=4.28) คิดเป็นร้อยละ 11.76 ไม่ถึงตามเกณฑ์ร้อยละ 70 ที่กำหนด

จากการที่ผู้วิจัยได้นำกิจกรรมนันทนาการประเภทการเล่นเกมที่เหมาะสมกับบริบทของโรงเรียนมาใช้ขับเคลื่อนให้นักเรียนหันมาสนใจในการเล่นเกมที่หาด้วยความสนุกสนาน พบว่า ถึงแม้ว่าในภาพรวมนักเรียนจะมีสมรรถภาพทางกายที่พัฒนาขึ้นเป็นส่วนใหญ่ แต่เมื่อศึกษาจำแนกเป็นรายบุคคลยังพบนักเรียนจำนวนหนึ่งที่มีน้ำหนักและส่วนสูงที่ต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน โดยใช้ค่าดัชนีมวลกายเป็นหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาจะเป็นวัยรุ่นที่มีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อน ๆ เป็นส่วนใหญ่ มีกิจกรรมกับเพื่อน ๆ ค่อนข้างมาก จึงอาจจะใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับกิจกรรมที่บันเทิงเริงใจและสมรรถภาพทางกายของตนได้ และประเด็นที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ ด้วยข้อจำกัดเรื่องการแต่งกาย ดังนั้นการนำกิจกรรมนันทนาการประเภทการเล่นเกมที่เหมาะสมมาให้นักเรียนได้ร่วมเล่น จึงค่อนข้างจะได้รับความสนใจมากพอสมควร ผู้วิจัยได้ใช้แนวทางการพัฒนาสมรรถภาพทางกาย โดยใช้กิจกรรมนันทนาการประเภทการเล่นเกมเป็นเกมการฝึกสมรรถภาพทางกาย การเล่นจะทำให้เกิดการเรียนรู้ได้ การได้ใช้ประสาทและร่างกายสัมผัสกับสิ่งต่าง ๆ การทดลอง การปฏิบัติหรือการเล่นจะทำให้เด็กเกิดความคิดอย่างอิสระสามารถจินตนาการตามความคิดของตนเองได้และได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ (สุทนต์ พงศ์ อัมมาโน และ สมทรง สิทธิ, 2564) ได้ทำเรื่องการพัฒนาความสามารถทางด้านสมรรถภาพทางกายของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โดยการจัดการเรียนรู้ด้วยเกมการเล่นพื้นเมืองไทย โดยพบว่าสมรรถภาพทางกาย ผ่านเกณฑ์ในระดับดีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 ของจำนวนนักเรียนทั้งหมด เมื่อพิจารณารายด้านได้พบว่าด้านความเร็วเพศชายมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 7.85 ระดับการประเมินเฉลี่ยอยู่ในระดับดี เพศหญิงมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 8.39 ระดับการประเมินเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ด้านความแข็งแรงเพศชาย มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 44.67 ระดับการประเมินเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก เพศหญิงมีคะแนน นอกจากนี้นักเรียนยังพบว่ากิจกรรมเฉลี่ยเท่ากับ 34.9 ระดับการประเมินเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ด้านความคล่องแคล่วว่องไวเพศชายมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 10.39 ระดับการประเมินเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก เพศหญิงมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 11.81 ระดับการประเมินเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ดังนั้น นันทนาการประเภทการเล่นเกมให้คุณค่าส่งเสริมทางด้านร่างกายกับผู้เล่นได้ครบถ้วนทุกคุณค่า เพราะเกมการเล่น ส่วนใหญ่มีการเคลื่อนไหวร่างกายและอวัยวะต่าง ๆ เป็นการส่งเสริมการพัฒนาสมรรถภาพทางกายเพราะการเล่นเกมที่พัฒนาทักษะการเคลื่อนไหวต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Worasak Pianchob, 2005) ได้กล่าวว่า นักเรียนที่อยู่ในระดับประถมศึกษานั้นเป็นวัยเริ่มต้นของการพัฒนาร่างกายเหมาะที่จะจัดให้นักเรียนได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ เช่น กิจกรรมการเคลื่อนไหวเบื้องต้น เกมมูลฐานและเกมการเล่นต่าง ๆ ที่จะนำไปสู่กีฬาใหญ่ต่อไปได้อีกอย่างกว้างขวางและหลากหลาย เพราะนักเรียนที่อยู่ในวัยนี้เป็นวัยที่อยู่ในช่วงของการเจริญเติบโตของระบบต่าง ๆ ในร่างกาย โดยเฉพาะระบบประสาทและกล้ามเนื้อ กำลังมีการพัฒนาและมีความสามารถที่จะปรับตัวและทำงานประสานกันได้ดี ในนักเรียนประถมศึกษาการเล่นเกม เป็นการเสริมสร้างให้นักเรียนได้มีความพร้อม ในทักษะการเคลื่อนไหวเบื้องต้นที่จะเป็นพื้นฐานในประกอบกิจกรรมในชีวิตประจำวันและการเล่นกีฬาต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดีต่อไป ซึ่งเป็นไปตามจุดมุ่งหมายของหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2560 ที่ต้องการพัฒนาผู้เรียนทุกคนซึ่งเป็นกำลังของชาติให้เป็นมนุษย์ที่มีความสมดุล ทั้งด้านร่างกาย ความรู้ คุณธรรม มีจิตสำนึกใน

ความเป็นพลเมืองไทยและเป็นพลโลกและสอดคล้องกับ (ปนิษฐา เรื่องปัญญาวุฒิ, 2556) ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มทดลองที่ได้รับการจัดการเรียนรู้วิชาพลศึกษา โดยใช้เกมการเล่นพื้นบ้านไทยกับกลุ่มควบคุมที่ได้รับการจัดการเรียนรู้วิชาพลศึกษาตามปกติสมรรถภาพทางกาย เพื่อสุขภาพด้านองค์ประกอบของร่างกาย ไม่แตกต่างกัน ด้านความอ่อนตัว ด้านความทนทานของกล้ามเนื้อ ด้านความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ ด้านความทนทานของระบบไหลเวียนโลหิตและหัวใจ (เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มทดลองกับกลุ่มควบคุม) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ที่ฝึกสมรรถภาพทางกาย โดยกิจกรรมนันทนาการประเภทการเล่นเกมนำเสนอให้นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการฝึกสมรรถภาพทางกาย โดยใช้กิจกรรมนันทนาการประเภทการเล่นเกมนำเสนอในระดับดี ($\bar{X} = 4.44$, S.D.=0.09) โดยข้อที่นักเรียนมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด มี 2 ด้าน ความพึงพอใจอยู่ในระดับดี คือ ด้านสื่อการเรียนรู้ ($\bar{X} = 4.49$, S.D.=0.31) ด้านผู้เรียน ($\bar{X} = 4.49$, S.D.=0.20) และค่าเฉลี่ยต่ำสุด ความพึงพอใจอยู่ในระดับดี ด้านกิจกรรมการเรียนรู้ ($\bar{X} = 4.33$, S.D.=0.20) ทั้งนี้เป็นผลมาจากกิจกรรมนันทนาการประเภทการเล่นเกมนำเสนอเป็นสื่อการเรียนการสอนที่แปลกใหม่ เป็นกิจกรรมที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญทำให้นักเรียนเกิดความสนุกสนาน ได้เคลื่อนไหวร่างกาย มีกติกาที่ไม่ยาก เข้าใจง่ายทำให้เกิดความตื่นเต้น น่าติดตาม กล้าแสดงออก ได้ลงมือปฏิบัติ และแก้ปัญหาระหว่างจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (อรุณี บุญญานุกุล, 2562) ได้วิจัยเรื่อง ผลการพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์โดยใช้เกมการเล่นพื้นบ้านล้านนาในการจัดกิจกรรม "ลดเวลาเรียน เพิ่มเวลารู้" สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลการคิดวิเคราะห์โดยใช้เกมการเล่นพื้นบ้านล้านนาหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการประเมินทักษะการคิดวิเคราะห์ในภาพรวมนักเรียนมีทักษะอยู่ในระดับดี และ 2) ผลการประเมินความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ที่มีต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้เกมการเล่นพื้นบ้านล้านนาอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

1. ครูผู้สอนต้องวางแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในแต่ละชั่วโมงให้ดี พร้อมกับเตรียมสื่อและอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้พร้อมเพื่อบรรยากาศการเรียนการสอนจะได้ต่อเนื่อง
2. การเลือกเกมควรคำนึงถึงเป้าหมายที่พึงประสงค์ ดังนั้นผู้นำเกมจึงต้องสร้างหรือเลือกสรรเกมให้สามารถพัฒนานักเรียนให้เป็นที่ประจักษ์แท้จริง
3. ในการทดสอบรายการต้นพื้น และรายการลูก-นั่ง ควรมีเบาะรองรับผู้รับการทดสอบ เพื่อความปลอดภัยของผู้รับการทดสอบ
4. ในแต่ละโรงเรียนควรที่จะส่งเสริมให้นักเรียนได้มุ่งพัฒนาสมรรถภาพทางด้านร่างกาย เพื่อการเป็นผู้ที่มีสุขภาพร่างกายที่ดี นอกเหนือจากกิจกรรมการเรียนการสอนในวิชาพลศึกษาตามหลักสูตร

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยนำเกมที่ประกอบกับอุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ เพื่อสร้างแรงจูงใจ ให้กับนักเรียนเข้าร่วมเล่นเช่น เกมเดินตามจังหวัดดนตรี เกมต่อเย็บ หรืออื่น ๆ เป็นต้น
2. ควรศึกษาความต้องการของนักเรียนกลุ่มเป้าหมายร่วมด้วย เพื่อกำหนดเกมได้ตรงตามความต้องการของนักเรียนและของท้องถิ่นได้อย่างตรงสภาพที่เป็นจริง
3. ควรศึกษาวิจัยเกมรูปแบบใหม่ ๆ ที่เหมาะสมกับนักเรียน ทั้งในด้าน เพศวัยและวุฒิภาวะ

เอกสารอ้างอิง

- กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *ร่างแผนพัฒนานันทนาการแห่งชาติ 2560-2564 ฉบับที่ 3*. กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กัลพฤกษ์ พลศรี และ พรจันทร์ โลจนะศุภฤกษ์. (2565). *กิจกรรมนันทนาการเพื่อพัฒนาทักษะสมองเพื่อชีวิตที่สำเร็จสำหรับเด็กปฐมวัย*. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ปนิษฐา เรื่องปัญญาวุฒิ. (2556). ผลของการจัดการเรียนรู้วิชาพลศึกษาโดยใช้เกมการเล่นพื้นบ้านไทยที่มีต่อสุขสมรรถนะของนักเรียนประถมศึกษา. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์ทางการศึกษา*, 9(2), 87-101.
- ศิลา น้ำจันทร์. (2560). *คู่มือสอบครูผู้ช่วยวิชาเอกพลศึกษา สำนักหอสมุดแห่งชาติ* (พิมพ์ครั้งที่ 4). สำนักพิมพ์ NIW@copy Lampang.
- สิทธิพงษ์ ปานนาค. (2563). การประยุกต์ใช้เกมในการจัดการเรียนรู้ทางพลศึกษา. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 14(1), 257-268.
- สุทัตพงศ์ อัปมานโน และ สมทรง สิทธิ. (2564). การพัฒนาความสามารถทางด้านสมรรถภาพทางกายของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6. โดยการจัดการเรียนรู้ด้วยเกมการเล่นพื้นเมืองไทย. *Journal of Roi Kaensam Academi*, 6(7), 250-261.
- สำนักวิทยาศาสตร์การกีฬากรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). *แบบทดสอบและเกณฑ์มาตรฐานสมรรถภาพทางกายของนักเรียนระดับประถมศึกษา (อายุ 7 - 12 ปี)*. กรุงเทพฯ.
- อรุณี บุญญาณกุล. (2562). *ผลการพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์โดยใช้เกมการเล่นพื้นบ้านล้านนาในการจัดกิจกรรม “ลดเวลาเรียน เพิ่มเวลารู้” สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- Worasak Pianchob. (2005). *Includes Articles on Philosophy, Principles, Teaching Methods, and Measurement for Evaluation in Physical Education*. Chulalongkorn University Press.

อิทธิพลการยอมรับเทคโนโลยีการถ่ายทอดสดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า
ผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคเจเนอเรชันวายในประเทศไทย

The Influence of Live Streaming Technology Acceptance on Online Purchase
Decisions of Generation Y Consumers in Thailand

ปิยะ แก้วบัวดี¹ ทรงพล สัตย์เชื้อ^{2*} และ พรหมจิรา เจาลา³

Piya Kaewbuadee¹ Songpon Satsue^{2*} and Promchira Chaola³

^{1,2}สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศและมัลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีการจัดการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์

³สาขาการจัดการ คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์

^{1,2}Department of Information Technology and Multimedia, Faculty of Management Technology,
Rajamangala University of Technology Isan

³Department of Management, Faculty of Management Technology,
Rajamangala University of Technology Isan

*Corresponding author's email: songpon.sa@rmuti.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

23 มีนาคม 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

10 พฤษภาคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

10 พฤษภาคม 2568

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคเจเนอเรชันวายในประเทศไทย และ 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลการยอมรับเทคโนโลยีการถ่ายทอดสดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคเจเนอเรชันวายในประเทศไทย รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือผู้บริโภคกลุ่มคนเจเนอเรชันวาย 385 คน ใช้วิธีคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1) กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าออนไลน์บ่อยที่สุดในประเภทสินค้าแฟชั่น เครื่องแต่งกาย ดูการถ่ายทอดสดและซื้อผ่านช่องทางติ๊กต็อก โดยดูการถ่ายทอดสดในช่วงเวลา 18.01-21.00 น. ระยะเวลาในการดูการถ่ายทอดสด 15-30 นาที และ 2) การยอมรับเทคโนโลยีการถ่ายทอดสด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านผลสัมฤทธิ์ที่คาดหวัง ด้านอิทธิพลจากสังคม และ ด้านเงื่อนไขการอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการยอมรับเทคโนโลยีการถ่ายทอดสดมีบทบาทสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคเจเนอเรชันวาย ซึ่งเป็นข้อมูลที่มีค่าสำหรับธุรกิจในการปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล

คำสำคัญ: การยอมรับเทคโนโลยีการถ่ายทอดสด, การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์, ผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวาย

ABSTRACT

This research article aimed to: 1) examine the online purchasing behavior of Generation Y consumers in Thailand, and 2) examine the influence of live streaming technology acceptance affecting online purchasing decisions among Generation Y consumers in Thailand. A quantitative research design was employed, with a sample of 385 Generation Y consumers selected through convenience sampling. The research instrument used was a structured questionnaire. Data were analyzed using descriptive statistics, including mean and standard deviation, Pearson's correlation coefficient, and multiple regression analysis. The findings revealed as follows: 1) the majority of the respondents frequently purchased fashion and apparel products via online and TikTok was the most popular live-streaming platform for shopping. Most live-stream viewing occurred between 6:01 PM and 9:00 PM, with an average viewing duration of 15–30 minutes. 2) Live streaming technology acceptance, specifically in terms of performance expectancy (LPE), social influence (LSI), and facilitating conditions (LFC), had a positive and statistically significant impact on online purchasing decisions (ONPD) at 0.05 level of significance. The results highlighted the critical role of live streaming technology acceptance in shaping online purchasing behavior among Generation Y consumers. These findings offered valuable insights for businesses to refine their digital marketing strategies and leverage live streaming technology to enhance consumer engagement and drive sales.

Keywords: Live Streaming Technology Acceptance, Online Purchase Decision, Generation Y Consumers

บทนำ

ธุรกิจออนไลน์ในปัจจุบันมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว และกลายเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล การพัฒนาเทคโนโลยีที่สามารถเชื่อมต่อผู้บริโภคกับผู้ขายได้แบบเรียลไทม์ เช่น การถ่ายทอดสด (Live Streaming) ได้กลายเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยสร้างประสบการณ์การซื้อสินค้าออนไลน์ที่แตกต่างและน่าสนใจ จากข้อมูลของ Electronic Transactions Development Agency (ETDA) (2024) ในปี 2565 มีมูลค่าอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย 5.43 ล้านล้านบาท และในปี 2566 เพิ่มขึ้นเป็น 5.96 ล้านล้านบาท สะท้อนให้เห็นถึงความนิยมที่เพิ่มขึ้นของการซื้อขายออนไลน์ในประเทศไทย การถ่ายทอดสดผ่านแพลตฟอร์มยอดนิยมอย่างติ๊กต็อก (TikTok) และเฟซบุ๊ก (Facebook) ได้รับความนิยมเป็นพิเศษในกลุ่มสินค้าแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย การใช้เทคโนโลยีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ ลดเวลาและทรัพยากร

ที่ใช้ในการทำงาน พร้อมทั้งส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของตลาดได้รวดเร็ว นอกจากนี้ยังเพิ่มโอกาสในการแข่งขัน โดยให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ประเทศไทย มีจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงถึง 65.4 ล้านคน หรือ คิดเป็นร้อยละ 91.2 ของประชากรทั้งประเทศ (Data Reportal, 2025) ขณะเดียวกัน กลุ่มคนเจนเอเรชั่นวาย ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรหลักในช่วงอายุ 24-45 ปี มีจำนวนมากถึง 15 ล้านคน หรือประมาณร้อยละ 28 ของประชากรทั้งประเทศ (SCB Economic Intelligence Center (SCB EIC), 2023) โดยผลการวิจัยของ นาดาชา เทพอ่อน และคณะ (2565) ระบุว่ากลุ่มผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวาย มีระดับการตัดสินใจใช้บริการแพลตฟอร์มสูงกว่ากลุ่มผู้บริโภคเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ และจากผลสำรวจพบว่า ร้อยละ 78.6 ของผู้บริโภคกลุ่มนี้มีแนวโน้มในการซื้อสินค้าออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ (LINE for Business, 2024) แสดงให้เห็นถึงศักยภาพและความสำคัญของกลุ่มผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวาย ที่มีบทบาทสูงต่อความสำเร็จของธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล

อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวาย (Gen Y) หรือผู้ที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1980-2001 (Berkup, 2014) เป็นกลุ่มที่เติบโตมากับเทคโนโลยีและมีความคุ้นเคยกับการใช้งานอินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ แม้ว่ากลุ่มคนเจนเอเรชั่นวายจะเติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีดิจิทัล แต่ไม่ได้หมายความว่าทุกคนในกลุ่มนี้จะยอมรับหรือเปิดรับเทคโนโลยีใหม่โดยไม่มีเงื่อนไข งานวิจัยชี้ให้เห็นว่าคนเจนเอเรชั่นวายบางส่วนมีแนวโน้มที่จะหลีกเลี่ยงการใช้เทคโนโลยีที่มีความซับซ้อน หรือไม่สอดคล้องกับค่านิยมที่ตนเองยึดถือ เช่น ความเป็นส่วนตัว ความสะดวกในการทำงาน และความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว (Koch et al., 2020) หรือสาเหตุหลักมาจากความกังวลเกี่ยวกับความซับซ้อนของระบบ ความไม่มั่นใจในความปลอดภัยของข้อมูล และความรู้สึกว่าเทคโนโลยีใหม่อาจใช้เวลามากในการเรียนรู้และปรับตัว ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า แม้จะมีทักษะทางเทคโนโลยี แต่การยอมรับนวัตกรรมยังคงขึ้นอยู่กับปัจจัยเชิงจิตวิทยาและสังคมที่หลากหลาย นอกจากนี้ ความรู้สึกไม่มั่นคงต่อการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล รวมถึงความไม่แน่ใจในความคุ้มค่าของเทคโนโลยีใหม่ เป็นอีกปัจจัยที่ทำให้เกิดความลังเลในการใช้งานเพื่อแก้ไขปัญหา ธุรกิจควรเน้นการออกแบบเทคโนโลยีที่ใช้งานง่าย สร้างความเชื่อมั่นผ่านการให้ข้อมูลที่ชัดเจน และให้การสนับสนุนด้านการใช้งานอย่างเต็มที่ ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้กลุ่มคนเจนวายมีความพร้อมและเต็มใจที่จะยอมรับเทคโนโลยีใหม่มากขึ้น และยังคงมีความกังวลเกี่ยวกับความซับซ้อนในการใช้งานและความน่าเชื่อถือของระบบ ทำให้การเข้าใจพฤติกรรมกลุ่มนี้เป็นสิ่งสำคัญเพื่อพัฒนากลยุทธ์ที่ตอบโจทย์ (Manager Online, 2021) ในบริบทของการยอมรับเทคโนโลยี ทฤษฎี Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) ได้อธิบายปัจจัยสำคัญ เช่น ผลสัมฤทธิ์ที่คาดหวัง (Performance Expectancy) ความพยายามที่คาดหวัง (Effort Expectancy) อิทธิพลจากสังคม (Social Influence) และเงื่อนไขการอำนวยความสะดวก (Facilitating Conditions) ในการถ่ายทอดสดนั้น เทคโนโลยีสามารถลดช่องว่างระหว่างผู้บริโภคและผู้ขาย ช่วยเพิ่มความโปร่งใสและสร้างการมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจซื้อ ผลการวิจัยชี้ว่า ผู้บริโภคมีแนวโน้ม

ซื้อสินค้ามากขึ้นเมื่อรู้สึกว่าคุณเทคโนโลยีไม่ซับซ้อนและตอบสนองความต้องการได้ทันที (Unai and Uzun, 2020)

การถ่ายทอดสด (Live) ขายสินค้ากลายเป็นวิธีที่นิยมในตลาดออนไลน์ ช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายและลูกค้า รวมถึงเพิ่มความน่าเชื่อถือ เนื่องจากลูกค้าสามารถเห็นสินค้าและสอบถามข้อมูลได้ทันที อย่างไรก็ตาม การถ่ายทอดสดขายสินค้ายังต้องเผชิญกับความท้าทาย เช่น การเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่คุ้นเคยกับเทคโนโลยี การออกแบบแพลตฟอร์มให้ใช้งานง่ายและรองรับผู้ใช้ทุกกลุ่มจึงเป็นสิ่งสำคัญ ที่ช่วยเพิ่มโอกาสให้ธุรกิจเข้าถึงผู้บริโภคได้หลากหลาย (Manager Online, 2021) ดังนั้น การศึกษาอิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเจนเนอเรชันวายในประเทศไทยจึงเป็นเรื่องสำคัญ งานวิจัยนี้คาดว่าจะประโยชน์ต่อธุรกิจ การตลาด และการพัฒนาเทคโนโลยีเชิงกลยุทธ์ ข้อมูลจากงานวิจัยสามารถช่วยผู้ประกอบการออกแบบแคมเปญการตลาดที่เหมาะสม พร้อมทั้งพัฒนาเทคโนโลยีการถ่ายทอดสดให้ตรงกับพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคดิจิทัล และสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจอีคอมเมิร์ซในประเทศไทยอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคเจนเนอเรชันวายในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีการถ่ายทอดสดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคเจนเนอเรชันวายในประเทศไทย

ทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology UTAUT) เป็นโมเดลที่ถูกพัฒนาโดย Venkatesh et al. (2003) เพื่ออธิบายถึงปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ของผู้ใช้ UTAUT ได้รวมปัจจัยจากทฤษฎีและโมเดลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคโนโลยีเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างกรอบการวิเคราะห์ที่ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (Brancheau et al., 1996) โดยมีองค์ประกอบหลัก 4 ประการ ได้แก่ (1) ผลสัมฤทธิ์ที่คาดหวัง (Performance Expectancy) คือ ที่ผู้ใช้เชื่อว่าการใช้เทคโนโลยีจะช่วยให้พวกเขาปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงานหรือบรรลุผลตามที่ต้องการได้ดีขึ้น เช่น การเพิ่มประสิทธิภาพการถ่ายทอดสด การเพิ่มจำนวนผู้ชม เป็นต้น ตัวอย่างเช่น พนักงานในบริษัทเชื่อว่าการใช้ซอฟต์แวร์ใหม่จะทำให้พวกเขาทำงานได้รวดเร็วขึ้น นักเรียนเชื่อว่าการใช้แอปพลิเคชันการเรียนรู้จะช่วยให้พวกเขาเรียนรู้เนื้อหาได้เข้าใจและจำได้ดียิ่งขึ้น (2) ความพยายามที่คาดหวัง (Effort Expectancy) คือที่ผู้ใช้เชื่อว่าการใช้เทคโนโลยีนั้นจะง่ายหรือยากเพียงใด การตั้งค่าและการใช้งานไม่ซับซ้อนหรือยุ่งยาก ตัวอย่างเช่น ผู้ใช้เชื่อว่าการใช้สมาร์ตโฟนเครื่องใหม่จะง่ายเนื่องจากมีอินเตอร์เฟซที่ใช้งานง่าย ผู้จัดการรู้สึกว่าการเรียนรู้ระบบการจัดการใหม่จะใช้เวลาและซับซ้อน (3) อิทธิพลจากสังคม (Social Influence) คือที่ผู้ใช้รู้สึกถึงแรงกดดันหรือการสนับสนุนจากบุคคลรอบข้าง (เช่น เพื่อน ครอบครัว ผู้ร่วมงาน) ให้ใช้เทคโนโลยีนั้น ตัวอย่างเช่น นักเรียนเลือกใช้อุปกรณ์การเรียนรู้

เพราะเพื่อน ๆ ในชั้นเรียนก็ใช้แอปเดียวกัน พนักงานเริ่มใช้โปรแกรมซอฟต์แวร์ใหม่เพราะได้รับคำแนะนำจากหัวหน้าและเพื่อนร่วมงาน และ (4) เงื่อนไขการอำนวยความสะดวก (Facilitating Conditions) คือที่ผู้ใช้เชื่อว่ามีทรัพยากรและการสนับสนุนที่เพียงพอในการใช้เทคโนโลยี เช่น การฝึกอบรม การเข้าถึงข้อมูล การสนับสนุนทางเทคนิค ตัวอย่างเช่น พนักงานรู้สึกว่าการสนับสนุนที่ดีจากฝ่ายไอทีในการใช้ระบบซอฟต์แวร์ใหม่ นักเรียนสามารถเข้าถึงคู่มือการใช้งานออนไลน์และมีการฝึกอบรมวิธีใช้แอปพลิเคชันการเรียนรู้

สมมติฐานการวิจัย

การยอมรับเทคโนโลยีการถ่ายทอดสด (Live Streaming Technology Acceptance) หมายถึง กระบวนการที่ผู้บริโภคยอมรับและนำเทคโนโลยีการถ่ายทอดสดมาใช้ในชีวิตประจำวันหรือกิจกรรมต่าง ๆ โดยเฉพาะในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

การถ่ายทอดสดเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล ที่ช่วยให้ผู้ขายสามารถสื่อสารแบบเรียลไทม์กับผู้บริโภคโดยใช้ภาพ เสียง และข้อความเพื่อให้ข้อมูลสินค้าอย่างชัดเจน (Zhang et al., 2020) การยอมรับเทคโนโลยีนี้มีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะเจาะจงเช่น รายได้ที่มีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีและมีพฤติกรรมซื้อสินค้าที่เน้นความสะดวก และข้อมูลที่ครบถ้วน องค์ประกอบหลักของการยอมรับเทคโนโลยีการถ่ายทอดสดสามารถแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่

1. ด้านผลสัมฤทธิ์ที่คาดหวัง (Performance Expectancy) ผลสัมฤทธิ์ที่คาดหวัง หมายถึง ความเชื่อของผู้บริโภคว่าการใช้เทคโนโลยีการถ่ายทอดสดจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการรับข้อมูลสินค้า และช่วยในการตัดสินใจซื้อสินค้าได้ดียิ่งขึ้น (Venkatesh et al., 2003) การถ่ายทอดสดช่วยลดความไม่แน่นอนเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้า และทำให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ครบถ้วนในรูปแบบที่สามารถตอบโต้ได้ทันที ผลสัมฤทธิ์ที่คาดหวัง (Performance Expectancy) เป็นปัจจัยสำคัญในโมเดล UTAUT ซึ่งหมายถึง ความเชื่อว่าการใช้เทคโนโลยีสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องได้ (Venkatesh et al., 2003) ในกรณีของการถ่ายทอดสด ผลสัมฤทธิ์ที่คาดหวังเกี่ยวข้องกับการที่ผู้บริโภคมองว่าการใช้เทคโนโลยีนี้จะช่วยให้พวกเขาได้รับข้อมูลสินค้าอย่างละเอียด และช่วยเพิ่มความมั่นใจในการตัดสินใจซื้อ การศึกษาของ Zhang et al. (2020) พบว่า ผู้บริโภคที่เชื่อว่าการถ่ายทอดสดช่วยให้พวกเขาเข้าใจคุณสมบัติของสินค้าได้ดีขึ้น จะมีแนวโน้มสูงขึ้นในการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ นอกจากนี้ การนำเสนอสินค้าผ่านการถ่ายทอดสดยังช่วยลดความไม่แน่นอนของผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณภาพสินค้า (Zhou et al., 2021) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสนับสนุนการตัดสินใจซื้อ โดยเฉพาะในกลุ่มเจนเนอเรชันวาย ที่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ผู้ใช้และข้อมูลที่ชัดเจน นำไปสู่ “สมมติฐาน 1: การยอมรับเทคโนโลยีการถ่ายทอดสดด้านผลสัมฤทธิ์ที่คาดหวังมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคเจนเนอเรชันวายในประเทศไทย”

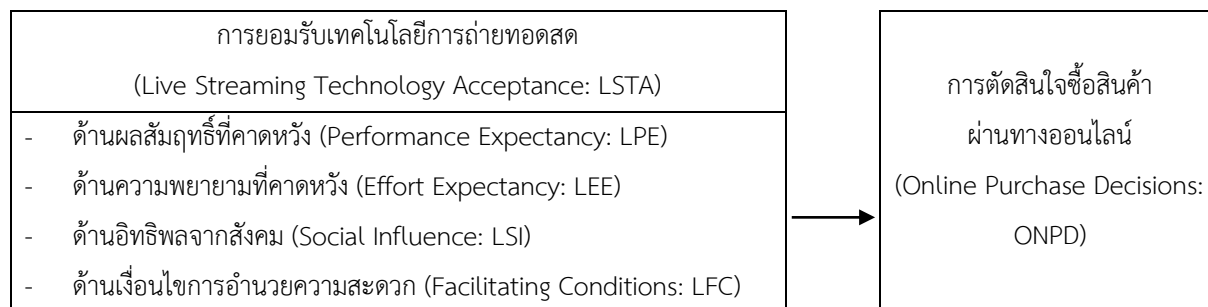
2. ความพยายามที่คาดหวัง (Effort Expectancy) ความพยายามที่คาดหวังคือ ความง่ายในการใช้งานแพลตฟอร์มการถ่ายทอดสด ผู้บริโภคจะยอมรับเทคโนโลยีนี้มากขึ้น หากพวกเขารู้สึกว่าสามารถใช้งานได้โดยไม่ยุ่งยาก และมีอินเทอร์เฟซที่เข้าใจง่าย เช่น ระบบการค้นหาสินค้า หรือการตอบคำถามแบบเรียลไทม์

ความพยายามที่คาดหวัง (Effort Expectancy) หมายถึง ความง่ายในการเรียนรู้และการใช้งานเทคโนโลยี ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีในหลากหลายบริบท (Davis, 1989; Venkatesh et al., 2003) ในกรณีของการถ่ายทอดสด ความง่ายในการใช้งานแพลตฟอร์มหรือแอปพลิเคชัน เช่น การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตเพช ที่เป็นมิตรต่อผู้ใช้งาน และความสามารถในการสื่อสารแบบเรียลไทม์ มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้บริโภค การศึกษาของ Liu et al. (2019) ระบุว่าผู้บริโภคจะรู้สึกสะดวกและมั่นใจในการใช้แพลตฟอร์มการถ่ายทอดสดเมื่อสามารถใช้งานได้อย่างง่ายดาย โดยเฉพาะเจนเนอเรชันวายที่มีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีนำไปสู่ “สมมติฐาน 2: การยอมรับเทคโนโลยีการถ่ายทอดสดด้านความพยายามที่คาดหวังมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคเจนเนอเรชันวายในประเทศไทย”

3. อิทธิพลจากสังคม (Social Influence) อิทธิพลจากสังคมหมายถึง แรงกดดันหรือการรับรองจากบุคคลใกล้เคียง เช่น เพื่อน ครอบครัว หรืออินฟลูเอนเซอร์ ที่แนะนำหรือส่งเสริมให้ผู้บริโภคเลือกใช้เทคโนโลยีการถ่ายทอดสด การสนับสนุนเหล่านี้ช่วยสร้างความมั่นใจและความเชื่อมั่นในเทคโนโลยีดังกล่าว อิทธิพลจากสังคม (Social Influence) หมายถึง แรงกดดันหรือการรับรองจากบุคคลรอบตัวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยี (Ajzen, 1991; Venkatesh et al., 2003) ในบริบทของการถ่ายทอดสด ความคิดเห็นจากเพื่อน ครอบครัว หรือบุคคลสำคัญในสังคมออนไลน์ เช่น อินฟลูเอนเซอร์ มีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค เจเนอเรชันวาย การศึกษาของ Xu et al. (2020) แสดงให้เห็นว่าความนิยมและคำแนะนำจากบุคคลรอบตัวช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นในแพลตฟอร์มการถ่ายทอดสด ส่งผลให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะเลือกซื้อสินค้าในแพลตฟอร์มดังกล่าว นำไปสู่ “สมมติฐาน 3: การยอมรับเทคโนโลยีการถ่ายทอดสดด้านอิทธิพลจากสังคมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคเจนเนอเรชันวายในประเทศไทย”

4. เงื่อนไขการอำนวยความสะดวก (Facilitating Conditions) เงื่อนไขการอำนวยความสะดวก คือ ความพร้อมของทรัพยากรและการสนับสนุน เช่น อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง อุปกรณ์ดิจิทัลที่เหมาะสม และการให้คำปรึกษาหรือการช่วยเหลือเมื่อเกิดปัญหา เงื่อนไขเหล่านี้ช่วยเพิ่มความสะดวกในการใช้งาน และลดความกังวลของผู้บริโภค เงื่อนไขการอำนวยความสะดวก (Facilitating Conditions) หมายถึง การสนับสนุนด้านทรัพยากร เช่น อุปกรณ์เทคโนโลยี อินเทอร์เน็ตที่มีความเสถียร และความพร้อมในการใช้งานระบบ (Venkatesh et al., 2003) เงื่อนไขเหล่านี้มีผลโดยตรงต่อการยอมรับเทคโนโลยีการถ่ายทอดสด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มเจนเนอเรชันวายที่มีการใช้งานอุปกรณ์ดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง (Kim and Woo, 2021) การศึกษาของ Liang et al. (2021) ชี้ให้เห็นว่าการสนับสนุนในรูปแบบการเข้าถึงทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ ช่วยเพิ่มความสะดวกและความน่าเชื่อถือของแพลตฟอร์มการถ่ายทอดสด นำไปสู่ “สมมติฐาน 4: การยอมรับเทคโนโลยีการถ่ายทอดสดด้านเงื่อนไขการอำนวยความสะดวกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคเจนเนอเรชันวายในประเทศไทย”

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มคนเจนเอเรชั่นวาย (Y) ผู้ที่เกิดปี ค.ศ. 1980-2001 (Berkup, 2014) อายุอยู่ระหว่าง 24-45 ปี จำนวน 15,144,468 คน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง, 2567) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างกรณีทราบขนาดประชากรโดยคำนวณจากสูตรเครจซี่และมอร์แกน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (Krejcie and Morgan, 1970) ได้จำนวน 385 คน เลือกตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) ตามสัดส่วนประชากรในแต่ละภูมิภาคในประเทศไทย และสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งสร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่ง 4 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม 5 ข้อ ตอนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวายในประเทศไทย 6 ข้อ โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ใช้การวัดผลแบบมาตราเรียงอันดับ (Nominal Scale) ส่วนตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีการถ่ายทอดสด 16 ข้อ แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลสัมฤทธิ์ที่คาดหวัง ด้านความพยายามที่คาดหวัง ด้านอิทธิพลจากสังคม และ ด้านเงื่อนไขการอำนวยความสะดวก และ ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ 5 ข้อ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบบสเกลทัศนคติ (Likert Scale) จำนวน 5 ระดับ ใช้การวัดแบบมาตราส่วนช่วง (Interval Scale)

วิธีรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยเริ่มจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม จากนั้นนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นทำการตรวจสอบคุณภาพ ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เมื่อสร้างและตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาแบบสอบถามโดยคณะผู้วิจัยเองแล้ว นำแบบสอบถามประเมินผลการวิเคราะห์ด้วยค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective

Congruence: IOC) ซึ่งประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน พบว่าจากข้อคำถามทั้งหมด 32 ข้อ ผ่านเกณฑ์ดัชนีความสอดคล้อง ≥ 0.5 คะแนน ทั้ง 32 ข้อ ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) คณะผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้บริโภค เจเนอเรชันวายที่เคยซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง 30 ฉบับ การวัดคุณลักษณะตัวแปรและความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง และตัวแปรอิสระ การยอมรับเทคโนโลยีการถ่ายทอดสด วัดจากผลสัมฤทธิ์ที่คาดหวัง ความพยายามที่คาดหวัง อิทธิพลจากสังคม และเงื่อนไขการอำนวยความสะดวก มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ อยู่ระหว่าง 0.492-0.935 และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค อยู่ระหว่าง 0.505-0.744 และตัวแปรตามคือ การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ มีค่าน้ำหนักขององค์ประกอบ อยู่ระหว่าง 0.591-0.779 และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.745 ซึ่งทั้งหมดมีค่าน้ำหนักขององค์ประกอบมากกว่า 0.400 เป็นเกณฑ์ที่ยอมรับว่า มีความเที่ยงตรง เชิงโครงสร้าง (Construct Validity) (Hair et al., 2019) และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) มีค่ามากกว่า 0.700 ซึ่งแสดงว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่นสูง (Reliability) (Nunnally and Bernstein, 1994) ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ และเก็บรวบรวมข้อมูลในระหว่างเดือน กันยายน ถึง ตุลาคม 2567 หลังจากนั้นได้ตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้รับกลับมาจำนวน 385 ฉบับ จากนั้นนำข้อมูลเหล่านี้มาวิเคราะห์และสรุปผลตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ จัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับจริงเพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์และการจัดทำข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ได้แก่ ตอนที่ 1-2 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม และ พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคเจเนอเรชันวายในประเทศไทย ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีการถ่ายทอดสด และ ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ความสัมพันธ์และการทดสอบสมมติฐานวิเคราะห์ด้วยสหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผู้ตอบแบบสอบถาม 385 คน ทั้งหมดเป็นกลุ่มคนในเจเนอเรชัน Y (ผู้ที่เกิดปี 2524-2539) 385 คน (ร้อยละ 100.000) ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 278 คน (ร้อยละ 72.208) อายุ 30-39 ปี 165 คน (ร้อยละ 42.857) รองลงมา อายุ 27-30 ปี 164 คน (ร้อยละ 42.597) ระดับการศึกษาปริญญาตรี 243 คน (ร้อยละ 63.117) รายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท 189 คน (ร้อยละ 49.091) รองลงมา 15,001-

25,000 บาท 149 คน (ร้อยละ 38.701) และทั้งหมดเคยดูการถ่ายทอดสด (Live) ในการจำหน่ายสินค้าและเคยตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์เนื่องจากชมการถ่ายทอดสด 385 คน (ร้อยละ 100.000)

พฤติกรรมการซื้อขายสินค้าผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวายในประเทศไทย

จากผู้ตอบแบบสอบถาม 385 คน ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าออนไลน์บ่อยที่สุดในประเภทสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกาย 164 คน (ร้อยละ 42.597) รองลงมา ประเภทสินค้าอุปโภคบริโภค 83 คน (ร้อยละ 21.558) ดูการถ่ายทอดสดและซื้อผ่านช่องทาง (แพลตฟอร์ม) ดิจิทัล 206 คน (ร้อยละ 53.506) รองลงมา เฟซบุ๊ก 117 คน (ร้อยละ 30.390) ช่วงเวลาในการดูการถ่ายทอดสด เวลา 18.01-21.00 น. 186 คน (ร้อยละ 48.312) รองลงมา เวลา 21.01-00.00 น. 93 คน (ร้อยละ 24.156) ระยะเวลาในการดูการถ่ายทอดสด 15-30 นาที 183 คน (ร้อยละ 47.532) รองลงมา น้อยกว่า 15 นาที 83 คน (ร้อยละ 21.558)

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นและสหสัมพันธ์ตัวแปรการยอมรับเทคโนโลยีการถ่ายทอดสดรายด้านและการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์รายข้อ

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นและการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ตัวแปรการยอมรับเทคโนโลยีการถ่ายทอดสดและการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์

ตัวแปร	การยอมรับเทคโนโลยีการถ่ายทอดสด (LSTA)				ONPD
	LPE	LEE	LSI	LFC	
$\bar{X}$	4.127	4.202	4.037	4.136	4.042
S.D.	0.605	0.603	0.687	0.633	0.679
ด้านผลสัมฤทธิ์ที่คาดหวัง (LPE)	-	0.655*	0.684*	0.683*	0.644*
ด้านความพยายามที่คาดหวัง (LEE)		-	0.649*	0.673*	0.608*
ด้านอิทธิพลจากสังคม (LSI)			-	0.691*	0.667*
ด้านเงื่อนไขการอำนวยความสะดวก (LFC)				-	0.731*
การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ (ONPD)					-

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการยอมรับเทคโนโลยีการถ่ายทอดสด (LSTA) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.126, S.D. = 0.576) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทั้ง 4 ด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ (1) ด้านความพยายามที่คาดหวัง (LEE) ($\bar{X}$ =4.202, S.D. = 0.603) การถามคำถามและรับคำตอบจากผู้ขายในระหว่างการถ่ายทอดสด ง่ายและรวดเร็ว (2) ด้านเงื่อนไขการอำนวยความสะดวก (LFC) ($\bar{X}$ =4.136, S.D. = 0.633) ใช้อุปกรณ์ที่คุ้นเคย (เช่น สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์) ในการชมการถ่ายทอดสดได้เป็นอย่างดี (3) ด้านผลสัมฤทธิ์ที่คาดหวัง (LPE) ($\bar{X}$ =4.127, S.D. = 0.605) ชมการถ่ายทอดสดช่วยให้เข้าใจรายละเอียดสินค้าได้ดีกว่ารูปภาพ วิดีโอ หรือ สื่ออื่น ๆ และ (4) ด้านอิทธิพลจากสังคม (LSI) ($\bar{X}$ =4.037, S.D. = 0.687) ได้รับข้อมูลและประสบการณ์เชิงบวกจากการชมการถ่ายทอดสด

จากคนรอบข้าง และมีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ (ONPD) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.042$, S.D. = 0.679) ชมการถ่ายทอดสดการจำหน่ายสินค้าสร้างประสบการณ์ที่ดีในการซื้อสินค้าออนไลน์

นอกจากนี้ จากตารางที่ 1 พบว่า ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ทำการศึกษามีความสัมพันธ์กันระหว่างการยอมรับเทคโนโลยีการถ่ายทอดสด (LSTA) และการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ (ONPD) มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลางถึงสูง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าสัมพัทธ์ (r) อยู่ระหว่าง 0.608 ถึง 0.731 ($r < 0.800$) ซึ่งแสดงว่าไม่พบความสัมพันธ์ที่สูงเกินไปจนอาจเกิดปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ที่จะส่งผลกระทบต่อวิเคราะห์เชิงสถิติอื่น ๆ (Hair et al., 2019)

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลการยอมรับเทคโนโลยีการถ่ายทอดสดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวายในประเทศไทย

ตารางที่ 2 การทดสอบสมมติฐานการยอมรับเทคโนโลยีการถ่ายทอดสดที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวายในประเทศไทย

การยอมรับเทคโนโลยีการถ่ายทอดสด (LSTA)	การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ (ONPD)		T	p-value	VIF
	สัมประสิทธิ์การ	ความคลาดเคลื่อน			
	ถดถอย	มาตรฐาน			
ค่าคงที่	-4.055	0.027	.000	1.000	
ด้านผลสัมฤทธิ์ที่คาดหวัง (LPE)	0.134	0.049	2.705	0.007*	3.425
ด้านความพยายามที่คาดหวัง (LEE)	0.038	0.047	0.812	0.418	3.061
ด้านอิทธิพลจากสังคม (LSI)	0.221	0.050	4.425	0.001*	3.475
ด้านเงื่อนไขการอำนวยความสะดวก (LFC)	0.522	0.051	10.199	0.001*	3.662

R = 0.854*, R Square = 0.729, Adjusted R Square = 0.726, Std. Error of Estimate = 0.523,
Durbin Watson = 1.979

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเพื่อตรวจสอบอิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีการถ่ายทอดสดต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวายในประเทศไทย พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีการถ่ายทอดสด (LSTA) 3 ด้าน ได้แก่ ด้านผลสัมฤทธิ์ที่คาดหวัง (LPE) ($\beta = 0.134$, p-value = 0.007) ด้านอิทธิพลจากสังคม (LSI) ($\beta = 0.221$, p-value = 0.001) และด้านเงื่อนไขการอำนวยความสะดวก (LFC) ($\beta = 0.522$, p-value = 0.001) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ (ONPD) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1, 3 และ 4 นอกจากนั้น การยอมรับเทคโนโลยีการถ่ายทอดสด ด้านความพยายามที่คาดหวัง (LEE) ($\beta = 0.038$, p-value = 0.418) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกที่มีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ (ONPD) จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 2 โดยค่าอาร์กำลังสองปรับแก้แล้ว (Adjusted R Square) = 0.726 แสดงว่าตัวแปรอิสระ การยอมรับเทคโนโลยีการถ่ายทอดสด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านผลสัมฤทธิ์ที่คาดหวัง (LPE) ด้านอิทธิพลจากสังคม (LSI) และ ด้านเงื่อนไข

การอำนวยความสะดวก (LFC) สามารถร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ (ONPD) ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายได้ ร้อยละ 72.600 โดยไม่มีปัญหาออโตคอร์เรลชัน (Autocorrelation) ของค่าคงเหลือ เนื่องจากค่าสถิติดูร์บิน-วัตสัน (Durbin-Watson) เท่ากับ 1.979 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมระหว่าง 1.500-2.500 (Gujarati and Porter, 2009) และสามารถสร้างสมการพยากรณ์ได้ ดังนี้

$$\text{ONPD} = -4.055 + 0.134(\text{LPE}) + 0.221(\text{LSI}) + 0.522(\text{LFC})$$

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่น Y ในประเทศไทย ตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 1) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้บริโภคในเจนเนอเรชั่น Y ซึ่งมีอายุระหว่าง 30-39 ปี โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและมีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท สะท้อนถึงกลุ่มที่มักเลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์และใช้เทคโนโลยีการถ่ายทอดสดในการตัดสินใจซื้อ โดยสินค้าที่นิยมได้แก่ สินค้าแฟชั่น และเครื่องแต่งกาย และใช้แพลตฟอร์มเช่น ดิจิตอลและเฟซบุ๊กในการรับชมการถ่ายทอดสด การเปลี่ยนแปลงนี้สะท้อนถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ซึ่งการใช้เทคโนโลยีการถ่ายทอดสดในการตัดสินใจซื้อสินค้ากำลังได้รับความนิยมมากขึ้น โดยมีงานวิจัยจาก Dwivedi et al. (2021) ที่สนับสนุนว่าการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัลและการตลาดผ่านโซเชียลมีเดียมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

ผลการวิจัยอิทธิพลการยอมรับเทคโนโลยีการถ่ายทอดสด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ ตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 2) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการยอมรับเทคโนโลยีการถ่ายทอดสดในระดับสูง โดยเฉพาะด้านความพยายามที่คาดหวัง ซึ่งช่วยให้ผู้บริโภคสามารถถามคำถามและรับคำตอบจากผู้ขายได้ง่ายในการถ่ายทอดสด สิ่งนี้ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ นอกจากนี้ แนวโน้มดังกล่าว ยังสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในบริบทอื่น ที่ใช้สื่อดิจิทัลและข้อมูลออนไลน์เป็นเครื่องมือหลักในการประกอบการตัดสินใจ (ปิยะ แก้วบัวดี และคณะ, 2562) ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับ Marinković et al. (2020) ที่พบว่า ความพยายามที่คาดหวังมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าและความตั้งใจในการใช้งานในการทำธุรกรรมทางการค้าผ่านสมาร์ทโฟนและการชมการถ่ายทอดสด

นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์สมมติฐานพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีการถ่ายทอดสดในด้านผลสัมฤทธิ์ที่คาดหวัง (LPE) อิทธิพลจากสังคม (LSI) และเงื่อนไขการอำนวยความสะดวก (LFC) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค โดยเฉพาะในบริบทของแพลตฟอร์มที่ใช้การถ่ายทอดสดเป็นช่องทางในการนำเสนอสินค้า สำหรับด้านผลสัมฤทธิ์ที่คาดหวัง (LPE) ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า ผู้บริโภคเชื่อว่าการใช้เทคโนโลยีถ่ายทอดสดสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการเลือกซื้อสินค้า ทั้งในแง่ของข้อมูลที่ชัดเจน การเห็นสินค้าแบบเรียลไทม์ และความสามารถในการโต้ตอบกับผู้ขาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wenwen and Zhen (2024) ที่พบว่า ความสามารถในการโต้ตอบและความคุ้มค่าที่รับรู้มีผลต่อความตั้งใจในการซื้ออย่างมีนัยสำคัญ ในส่วนของอิทธิพลจากสังคม (LSI) ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมของบุคคลรอบข้าง เช่น เพื่อนหรือผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencers) บนโซเชียลมีเดียมีผล

ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยเฉพาะเมื่อมีการแนะนำหรือรีวิวสินค้าผ่านการถ่ายทอดสด ซึ่งช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นและแรงจูงใจในการซื้อสินค้าออนไลน์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทรงยศ ใจวงษ์ และคณะ (2565) ระบุว่า บรรทัดฐานจากบุคคลใกล้ชิด และบุคคลที่ติดต่อด้วย มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแพลตฟอร์ม โดยเฉพาะบริบทที่ผู้บริโภคยังไม่มีข้อมูลหรือประสบการณ์ตรงกับสินค้า และในด้านเงื่อนไขการอำนวยความสะดวก (LFC) พบว่า การจัดการด้านเทคนิค เช่น ระบบแพลตฟอร์มที่ใช้งานง่าย ฟังก์ชันการชำระเงินที่ปลอดภัย และการสนับสนุนข้อมูลระหว่างการถ่ายทอดสด เป็นปัจจัยที่ช่วยให้ผู้บริโภครู้สึกมั่นใจและสะดวกสบายในการซื้อสินค้าออนไลน์ โดยผลการวิจัยของ ถัดดา ปินตา และคณะ (2567) ชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกในกระบวนการซื้อสินค้าออนไลน์

แม้ว่าความสะดวกในการใช้งานและการลดความพยายามในการใช้เทคโนโลยีจะถูกมองว่าเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ แต่ผลลัพธ์จากการวิจัยกลับพบว่า อิทธิพลการยอมรับเทคโนโลยีการถ่ายทอดสดด้านความพยายามที่คาดหวัง (LEE) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ ซึ่งอาจสะท้อนว่าผู้บริโภครุ่นใหม่มีความเชี่ยวชาญและคุ้นเคยกับการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลอยู่แล้ว จึงไม่มองว่าระบบเหล่านี้เป็นอุปสรรคในการใช้งาน สอดคล้องกับงานของ Zhang et al. (2020) ยังชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านการถ่ายทอดสด คือ ความสามารถของเทคโนโลยีในการลดความไม่แน่นอนและสร้างความใกล้ชิดระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งมีผลโดยตรงต่อความมั่นใจของผู้บริโภค มากกว่าประเด็นเรื่องความสะดวกในการใช้งาน ดังนั้น สำหรับผู้บริโภคยุคปัจจุบันที่มีความคาดหวังสูงต่อประสบการณ์ออนไลน์ การประเมินว่าระบบใช้งานง่ายเพียงใดอาจไม่ใช่ปัจจัยชี้ขาดในการตัดสินใจซื้อสินค้าอีกต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการค้นคว้าการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่อาจมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านการถ่ายทอดสด เช่น ความคาดหวังในด้านราคา ความน่าเชื่อถือของผู้ขาย หรือปัจจัยทางจิตวิทยา เช่น การตัดสินใจซื้อภายใต้ความกดดันจากการจำกัดเวลาในช่วงการถ่ายทอดสด ซึ่งอาจมีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค

2. ควรทำการศึกษาวิจัยในบริบทของผู้บริโภคในประเทศหรือภูมิภาคอื่น เช่น ประเทศในอาเซียน หรือประเทศที่เทคโนโลยีการถ่ายทอดสดยังไม่แพร่หลาย ซึ่งอาจช่วยให้เข้าใจพัฒนาการของพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านการถ่ายทอดสดในบริบทที่แตกต่างกัน

3. ควรนำระเบียบวิธีวิจัยแบบการทดลอง (Experimental Design) มาใช้ในการศึกษา เพื่อควบคุมปัจจัยภายนอกที่อาจมีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ และสามารถทดสอบผลกระทบของตัวแปรต่าง ๆ ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การใช้เครื่องมือวิจัยเชิงลึก เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการศึกษากรณีตัวอย่างเฉพาะ (Case Studies) อาจช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านการถ่ายทอดสดได้ดียิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการไปใช้ประโยชน์

1. การใช้ประโยชน์เชิงวิชาการ ควรนำผลการวิจัยไปต่อยอดในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ และการตลาดดิจิทัล โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชั่น Y ที่ใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ อย่างการถ่ายทอดสดในการตัดสินใจซื้อสินค้า ซึ่งอาจเป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรการตลาดดิจิทัลและการบริหารธุรกิจ

2. การใช้ประโยชน์เชิงสาธารณะและเชิงนโยบาย ควรผลักดันนโยบายที่สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีการถ่ายทอดสดในการขายสินค้าออนไลน์ ซึ่งจะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจดิจิทัลและสามารถสร้างการจ้างงานในภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายทอดสดและแพลตฟอร์มดิจิทัล

3. การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ ธุรกิจสามารถนำผลการวิจัยไปปรับกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ โดยเฉพาะในธุรกิจที่สามารถจำหน่ายสินค้าผ่านการถ่ายทอดสด เช่น แฟชั่น เครื่องสำอาง หรืออาหาร โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ผู้บริโภคมองว่ามีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ เช่น ผลสัมฤทธิ์ที่คาดหวังและเงื่อนไขการอำนวยความสะดวก

4. การใช้ประโยชน์เชิงพื้นที่ ชุมชน และสิ่งแวดล้อม ควรส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีการถ่ายทอดสดในการจำหน่ายสินค้า โดยสนับสนุนธุรกิจในชุมชนท้องถิ่นหรือกลุ่มผู้ประกอบการขนาดเล็ก เพื่อให้เข้าถึงตลาดออนไลน์ได้มากขึ้น และสามารถส่งเสริมสินค้าและบริการจากพื้นที่ท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง

เอกสารอ้างอิง

ทรงยศ ไจวงษ์ และคณะ. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีและการตัดสินใจในการซื้ออุปกรณ์ยูทูปเบอร์ผ่านแพลตฟอร์ม. *วารสารนาคบุตรปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช*, 14(3), 206-219.

นาตาชา เทพอ่อน และคณะ. (2565). ทศนคติและการยอมรับเทคโนโลยีของผู้บริโภค Generation X และ Y ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์. *วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 15(2), 127-142.

ปิยะ แก้วบัวดี และคณะ. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สื่อสังคมออนไลน์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มข.* 12(2), 143-162.

ลัดดา ปินตา และคณะ. (2567). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี E-payment ของประชาชนในเขตภาคเหนือในยุคการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัลในประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร*, 21(1), 80-110.

สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง. (2567). *สถิติประชากรทางการทะเบียนราษฎร (รายเดือน) :*

จำนวนประชากร รายอายุ. เว็บไซต์ระบบสถิติทางการทะเบียน สำนักบริหารการทะเบียน

<https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/stat MONTH/statmonth/#/mainpage>

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Berkup, S. B. (2014). Working with Generations X and Y in Generation Z Period: Management of Different Generations in Business Life. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(19), 218–229. <https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n19p218>
- Brancheau, J. C., et al. (1996). Key Issues in Information Systems Management: 1994-95 SIM Delphi Results. *MIS Quarterly*, 20(2), 225-242.
- DataReportal. (2025). *Digital 2025: Thailand*. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-thailand>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Dwivedi, Y. K., et al. (2021). *Setting the Future of Digital and Social Media Marketing Research: Perspectives and Research Propositions*. *International Journal of Information Management*, 59, 102168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>
- Electronic Transactions Development Agency (ETDA). (2024). *ETDA Reveals Thailand's E-commerce Value in 2023, Reaching 5.96 Trillion Baht, with the Insurance Industry Growing the Most at 31%*. https://www.etda.or.th/th/pr-news/Dgt_ecom_survey2024.aspx. [in Thai].
- Gujarati, D. N., and Porter, D. C. (2009). *Basic Econometrics* (5th ed.). McGraw-Hill Education.
- Hair, J.F., et al. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Pearson.
- Kim, Y., and Woo, J. (2021). The Role of Facilitating Conditions in Users' Acceptance of Live Streaming Platforms. *Journal of Digital Media & Policy*, 12(3), 1-16.
- Koch, J., et al. (2020). Online Shopping Motives During the COVID-19 Pandemic—Lessons from the Crisis. *Sustainability*, 12(24), 10247. <https://doi.org/10.3390/su122410247>
- Krejcie, R. V., and Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Liang, L., et al. (2021). Factors Influencing the Adoption of Live Streaming E-commerce in China. *Electronic Commerce Research and Applications*, 45, 1010-1018.
- LINE for Business. (2024). How Generation Y Uses Digital Platforms for Shopping. <https://lineforbusiness.com/th-en/trends-and-insights/generation-business-shopping>
- Liu, Y., et al. (2019). Investigating Factors Influencing Consumer Satisfaction in Live Streaming E-commerce. *Journal of Business Research*, 98, 175-185.

Manager Online. (2021). 4 Consumer Trends in 2022.

<https://mgronline.com/business/detail/9640000125226> [in Thai].

Marinković, V., et al. (2020), The Moderating Effects of Gender on Customer Satisfaction and Continuance Intention in Mobile Commerce: a UTAUT-based Perspective, *Technology Analysis and Strategic Management*, 32(3), 306–318.

<https://doi.org/10.1080/09537325.2019.1655537>

Nunnally, J. C., and Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory* (3rd ed.). McGraw-Hill.

SCB Economic Intelligence Center (SCB EIC). (2023). *Generations in Thailand: A Closer Look at Gen Y*. https://www.scbeic.com/en/detail/file/product/276/e1y9el9c4h/Insight_Eng_GenY_2014.pdf

Unai, E., and Uzun, A. M. (2020). Understanding University Students' Behavioral Intention to use Edmodo through the Lens of an Extended Technology Acceptance Model. *British Journal of Educational Technology*, 52(2), 619-637.

Venkatesh, V., et al. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.

Wenwen, G., and Zhen, S. (2024). The Research on the Influence of Social Commerce Characteristics for Consumers' Purchase Intention. *Journal of Modern Learning Development*, 9(4), 259-277. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jomld/article/view/271475>

Xu, Y., et al. (2020). Social Influence and Trust in Live Streaming E-commerce: An Empirical Study in China. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 54, 101-115.

Zhang, M., et al. (2020). The Impact of Live Video Streaming on Online Purchase Intention. *Service Industries Journal*, 40, 656-681. <https://doi.org/10.1080/02642069.2019.1576642>

Zhang, X., et al. (2020). How Live Streaming Influences Consumer Purchasing Decisions in E-commerce Platforms. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53, 101-109.

Zhou, T., et al. (2021). Understanding the Determinants of Live Streaming Purchase Intention in China. *Internet Research*, 31(4), 1181-1204.

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหาร
ประเภทอาหารตามสั่งของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยขอนแก่น
The Study of Marketing Mix Factors Affecting Decision-Making on Choosing
Made-to-Order Food Restaurants of Undergraduate Students
at Khon Kaen University

แสงชัย นิคมเขตต์^{1*} และ อารีย์ นัยพินิจ²

Sangchai Nikhomket^{1*} and Aree Naipinit²

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

²คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

¹Master of Business Administration Program, Faculty of Business Administration and Accountancy,
Khon Kaen University,

²Faculty of Business Administration and Accountancy, Khon Kaen University

*Corresponding author's email: sangchai_n@kkumail.com

วันที่รับบทความ (Received)

6 มีนาคม 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

4 มิถุนายน 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

20 มิถุนายน 2568

บทคัดย่อ

วิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7 Ps) ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทอาหารตามสั่งของนักศึกษา ระดับชั้นปริญญาตรี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 395 คน โดยใช้สถิติการ วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ใช้วิธีการคัดเลือกตัวแปรแบบ (Enter Regression) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรต้น (Independent variable) กับตัวแปรตาม (Dependent variable) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทร้านอาหารตามสั่งของนักศึกษาระดับชั้นปริญญาตรีมหาวิทยาลัยขอนแก่น มีจำนวน 4 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านผลิตภัณฑ์ จากมากที่สุดถึงน้อยที่สุดตามลำดับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทร้านอาหารตามสั่งของนักศึกษาระดับชั้นปริญญาตรีมหาวิทยาลัยขอนแก่น มีจำนวน 3 ปัจจัย ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการดังกล่าวสามารถนำมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ ทั้งการใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจ การกำหนดกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจร้านอาหารตามสั่งอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษาระดับชั้นปริญญาตรี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, ร้านอาหารตามสั่ง, นักศึกษาปริญญาตรี, การเลือกใช้บริการ

ABSTRACT

This research aimed to study the marketing mix factors (7Ps) affecting decision-making on choosing made-to-order food restaurants of undergraduate students at Khon Kaen University. Data were collected from a sample group of 395 undergraduate students at Khon Kaen University. The statistics used to analyze data included the Multiple Regression Analysis method by using the Enter Regression method to test the relationship between independent variables and dependent variables. The research results were found that: There were four factors affecting the decision-making to choose made-to-order food restaurants of undergraduate students at Khon Kaen University. These factors were statistically significant at the 0.05 level. They consisted of price, process, place, and product in order of influence. On the other hand, the marketing mix factors that can't affect the decision-making to choose made-to-order food restaurants of undergraduate students at Khon Kaen University included three factors: people, promotion, and physical evidence. This research results can be a guideline for business development and to set strategies for operating a restaurant business efficiently in line with the needs of undergraduate students at Khon Kaen University.

Keywords: Marketing Mix Factors, Made-to-order Restaurants, Undergraduate Student, Service

บทนำ

ในปัจจุบัน ธุรกิจร้านอาหารตามสั่งได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายและสามารถพบเห็นได้ในหลากหลายพื้นที่ ด้วยจุดเด่นด้านความรวดเร็วและความสะดวกในการให้บริการ ทำให้เป็นที่นิยมอย่างมาก ข้อมูลจากศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ (SCB EIC) คาดการณ์ว่ามูลค่าตลาดธุรกิจบริการอาหารในปี พ.ศ. 2567 จะเติบโตประมาณ 11% ยิ่งไปกว่านั้น บริษัท ไลน์แมนวงใน (LINE MAN WONGNAI) ยังพบว่าตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2565 ถึง มิถุนายน 2566 มีร้านอาหารเปิดใหม่มากถึง 680,190 ร้าน ซึ่งตอกย้ำความน่าสนใจ และศักยภาพการเติบโตของธุรกิจนี้ เนื่องจากอาหารเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์ อย่างไรก็ตาม การเปิดธุรกิจร้านอาหารมีความเสี่ยงสูง จากข้อมูลของ LINE MAN WONGNAI พบว่า 50% ของร้านอาหารเปิดใหม่มียอดปิดกิจการภายใน 1 ปีแรก และ 65% ปิดกิจการภายใน 3 ปี แสดงให้เห็นถึงความจำเป็นในการวางแผนธุรกิจอย่างรอบคอบด้วยเช่นกัน

เพื่อให้ธุรกิจร้านอาหารตามสั่งประสบความสำเร็จ การทำความเข้าใจ และพิจารณาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้าจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก การทราบถึงปัจจัยเหล่านี้จะช่วยให้

ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลมาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์เพื่อดึงดูดลูกค้าและสร้างความพึงพอใจได้อย่างเหมาะสม โดยแนวคิดและทฤษฎีเพื่อให้ถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้านั้นมีมากมาย ซึ่งทฤษฎีที่มักจะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อพิจารณาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้าคือ ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4Ps (Marketing Mix 4Ps) เป็นกรอบแนวคิดพื้นฐานในการวิเคราะห์และวางแผนกลยุทธ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การพัฒนาคุณภาพ และความหลากหลายของเมนูอาหารเพื่อเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค หรือการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณค่าของสินค้าและบริการ และทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 7Ps (Marketing Mix 7Ps) ซึ่งถูกพัฒนามาจากทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4Ps (Marketing Mix 4Ps) แต่มีการเพิ่มปัจจัยอีกจำนวน 4 ปัจจัย เพื่อให้มีความให้สอดคล้องกับการตลาดในยุคปัจจุบันมากขึ้น งานวิจัยนี้จึงนำทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 7Ps (Marketing Mix 7Ps) มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ

ในจังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์รวมธุรกิจบริการร้านอาหารจำนวนมาก โดยข้อมูลจาก Wongnai ปี พ.ศ. 2564 ระบุว่าขอนแก่นมีร้านอาหารมากเป็นอันดับ 2 ของภาคอีสาน ด้วยจำนวน 3,327 ร้าน และมีร้านอาหารตามสั่งมากเป็นอันดับ 2 รองจากร้านอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยว ยิ่งไปกว่านั้น จังหวัดขอนแก่นยังมีสถาบันอุดมศึกษาขนาดใหญ่อย่างมหาวิทยาลัยขอนแก่น ซึ่งมีนักศึกษาจำนวนมากถึง 37,689 คน ในปีการศึกษา 2566 โดยเฉพาะนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีจำนวนถึง 32,193 คน (สำนักงานอธิการบดีมหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2566) พื้นที่โดยรอบมหาวิทยาลัยขอนแก่นจึงเป็นแหล่งที่มีการใช้บริการร้านอาหารตามสั่งจากกลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นจำนวนมาก และนักศึกษาปริญญาตรีมีการใช้บริการร้านอาหารตามสั่งบ่อยครั้ง และนักศึกษาปริญญาตรีเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีจำนวนมาก

ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ส่งผลอย่างเห็นได้ชัดต่อพฤติกรรมผู้บริโภค เช่น การเข้ามาของธุรกิจ Food Delivery และอิทธิพลของการโฆษณาผ่านผู้มีชื่อเสียงหรือคอนเทนต์ครีเอเตอร์บนโซเชียลมีเดีย การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่อความสำคัญของปัจจัยที่ลูกค้าใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร โดยเฉพาะกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่นซึ่งเป็นกลุ่มที่ใช้เทคโนโลยีอย่างแพร่หลาย และมีการเปลี่ยนแปลงตามกระแสนิยมของสังคมอย่างรวดเร็ว หากผู้ประกอบการไม่สามารถทำความเข้าใจ และพัฒนาธุรกิจให้มีความสอดคล้องกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปนี้ อาจนำไปสู่การลดลงของจำนวนลูกค้า และการปิดกิจการในที่สุด ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดปัญหาการขาดแคลนร้านอาหารที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคในอนาคต ดังนั้นเพื่อเพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหารตามสั่งในบริเวณมหาวิทยาลัยขอนแก่น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจและมุ่งเน้นการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารตามสั่งของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่นระดับปริญญาตรี เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาใช้เป็นข้อมูล เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาธุรกิจ และวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของร้านอาหารตามสั่งให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายดังกล่าวอย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทอาหารตามสั่งของนักศึกษาระดับชั้นปริญญาตรี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน หรือ Marketing Mix (7Ps) กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) เป็นหนึ่งในกรอบที่สำคัญในการวางแผนและดำเนินกิจกรรมทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ และได้ถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์และวางแผนกิจกรรมทางการตลาดขององค์กรต่าง ๆ ทั่วโลก ทั้งการขายสินค้าหรือบริการ เรียกเป็นภาษาไทยว่า “ส่วนประสมทางการตลาด” เป็นหนึ่งในทฤษฎีสำหรับวางแผนการตลาด และเป็นวิธีการวิเคราะห์ลูกค้า ส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน (7Ps) เป็นการพัฒนาและขยายทฤษฎีกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 4 ด้าน (4Ps) ที่ถูกพัฒนา E. Jerome McCarthy โดยการเพิ่มปัจจัยสี่อย่างเข้าไป เพื่อให้สอดคล้องกับการตลาดในยุคปัจจุบัน โดยปัจจุบัน 7Ps ประกอบไปด้วย

Product (ผลิตภัณฑ์) ในทฤษฎี 7Ps ส่วนผสมทางการตลาด การจัดการผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยสำคัญเพื่อให้สินค้าหรือบริการมีคุณภาพ และความแตกต่างจากคู่แข่ง ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า การพัฒนาและการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ตลอดเวลา เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด

Price (ราคา) การกำหนดราคาที่เหมาะสมและมีความเป็นไปได้ โดยพิจารณาจากต้นทุน ความคาดหวังของลูกค้า และการวิเคราะห์ตลาด นอกจากนี้ยังมีกลยุทธ์การราคาเพื่อสร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการ

Place (ช่องทางการจัดจำหน่าย) สถานที่หรือช่องทางที่จะทำการขายสินค้าและบริการของเพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าหรือบริการได้อย่างสะดวก การใช้ช่องทางการจำหน่ายที่เหมาะสม เช่น การจัดจำหน่ายผ่านทางร้านค้าออนไลน์ หรือการจัดจำหน่ายผ่านทางทรัพยากรของบุคคลที่สาม

Promotion (การส่งเสริมขาย) การใช้กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความตระหนักและความสนใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการ การวางแผนและดำเนินกิจกรรมโปรโมชันเพื่อสร้างการรับรู้และสร้างความติดตามใจของลูกค้า

People (บุคคล) ปัจจัยนี้เน้นไปที่บุคลากรและลูกค้าซึ่งมีบทบาทสำคัญในกระบวนการการตลาด การพัฒนาความสามารถและทักษะของบุคลากร เพื่อให้สามารถให้บริการและสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าความพร้อมของบุคลากรในการตอบสนองต่อความต้องการและความต้องการของลูกค้า

Process (กระบวนการให้บริการ) การจัดการกระบวนการทำงานภายในองค์กรให้มีความเป็นประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม การปรับปรุงและพัฒนากระบวนการภายในองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพของการบริการ

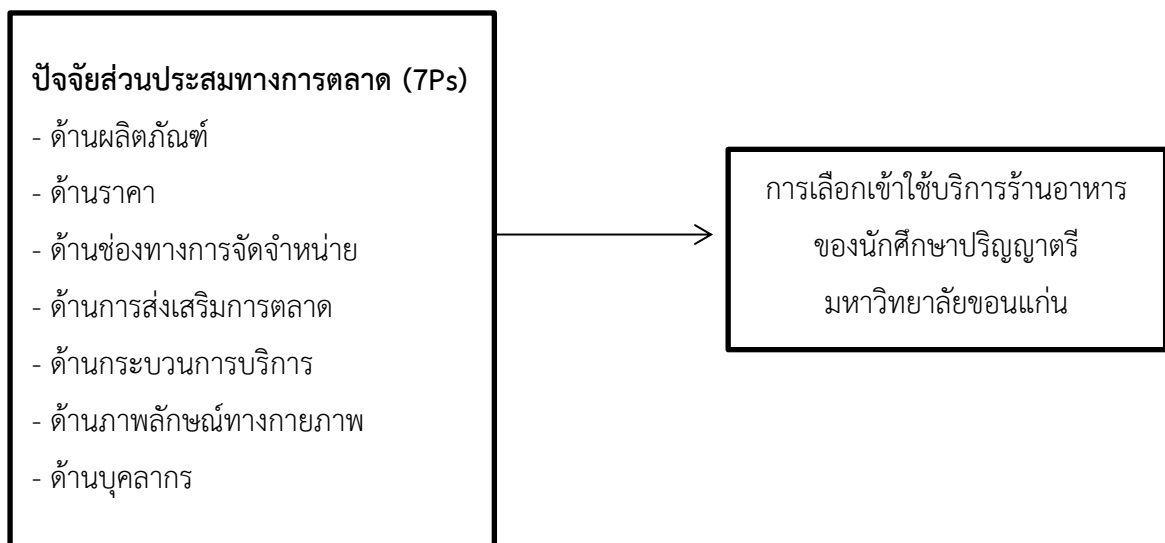
Physical Evidence (ลักษณะทางกายภาพ) ปัจจุบันเน้นไปที่สิ่งที่เป็นลักษณะทางกายภาพที่ลูกค้าสามารถเห็นหรือสัมผัสได้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการ หลักฐานทางกายภาพอาจเป็นอุปกรณ์ บรรจุภัณฑ์ หรือสิ่งประกอบอื่นๆ ที่เป็นส่วนสำคัญในการสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้า

ทฤษฎี 7Ps ส่วนผสมทางการตลาดจะช่วยให้ธุรกิจสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการอย่างครบวงจรและมีประสิทธิภาพในตลาดในยุคที่สำคัญและเป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรมวงการต่าง ๆ โดยการสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าอย่างเหมาะสมและตรงประสงค์

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทร้านอาหารตามสั่งของนักศึกษาระดับชั้นปริญญาตรี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้วิธีสมการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมุ่งศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทอาหารตามสั่งของนักศึกษาระดับชั้นปริญญาตรีมหาวิทยาลัยขอนแก่น

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ นักศึกษาระดับชั้นปริญญาตรีมหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่มีจำนวนทั้งสิ้นในปีการศึกษา 2566 จำนวน 37,689 คน (สำนักงานอธิการบดีมหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2566) โดยมีกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาระดับชั้นปริญญาตรีมหาวิทยาลัยขอนแก่น จำนวน 395 คน โดยจะเป็นการเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากนักศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่นทั้งหมด โดยใช้สูตร Taro Yamane เพื่อหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

ใช้วิธีการแจกแบบสอบถาม (Questionnaires) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพจากกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทอาหารตามสั่งของนักศึกษาระดับชั้นปริญญาตรี มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยแบบสอบถามจะมีการแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ใช้คำถามปลายปิด (Closed - ended Questions) ซึ่งประกอบด้วยคำถาม เพศ: เลือกตอบ (Multiple Choice) อายุ: เลือกจากช่วงรายได้ (Categorical) รายได้: เลือกจากช่วงรายได้ (Categorical) ระดับการศึกษา: เลือกตอบ (Multiple Choice) เป็นนักศึกษาคณะ: เลือกตอบ (Multiple Choice) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นส่วนที่เกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้บริการร้านอาหารตามสั่ง ใช้คำถามปลายปิด (Closed - ended Questions) ซึ่งประกอบด้วยคำถาม เคยใช้งานร้านอาหารตามสั่งหรือไม่ : คำถามแบบสองตัวเลือก (Dichotomous) ความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารตามสั่ง : เลือกจากช่วงความถี่ (Frequency Scale) ช่วงเวลาที่เข้าใช้บริการร้านอาหารตามสั่ง: ตรวจสอบรายการ (Checklist) บริเวณที่เข้าใช้บริการ: เลือกตอบ (Multiple Choice) ตัดสินใจเลือกใช้บริการ: เลือกตอบ (Multiple Choice) พฤติกรรมในการใช้บริการ บุคคลที่ไปใช้บริการร่วม: เลือกตอบ (Multiple Choice) จำนวนบุคคลที่ไปใช้บริการร่วม: เลือกจากช่วง รายได้ (Categorical) สิ่งที่ทำให้คุณรู้จักร้านอาหารตามสั่ง: เลือกตอบ (Multiple Choice)

ส่วนที่ 3 เป็นส่วนที่สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการร้านอาหารตามสั่ง ซึ่งจะประกอบด้วยคำถามที่เป็นการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ตามแนวคิดของมาตรวัดลิเคิร์ต (Likert Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับคือ

- 1 คะแนน หมายถึง มีความสำคัญน้อยที่สุด
- 2 คะแนน หมายถึง มีความสำคัญน้อย
- 3 คะแนน หมายถึง มีความสำคัญปานกลาง
- 4 คะแนน หมายถึง มีความสำคัญมาก
- 5 คะแนน หมายถึง มีความสำคัญมากที่สุด

โดยคำถามเป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ประกอบด้วย คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคา, คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย,

คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด, คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านกระบวนการบริการ, คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านภาพลักษณ์กายภาพ, คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านบุคลากร

ส่วนที่ 4 เป็นส่วนความต้องการเลือกใช้บริการร้านอาหารตามสั่ง ซึ่งจะประกอบด้วยคำถามที่เป็นการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) แนวคิดของมาตรวัดลิเคิร์ต (Likert Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ เหมือนในส่วนที่ 3 เป็นคำถามความต้องการเลือกใช้บริการร้านอาหารตามสั่งอีกในอนาคต จำนวน 1 ข้อ

ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการร้านอาหารตามสั่ง

การทดสอบความเที่ยงตรง

การทดสอบความเที่ยงตรงเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลโดยใช้เกณฑ์การประเมินความสอดคล้อง (Index of consistency : IOC) ของผู้เชี่ยวชาญ ทำการประเมินสอดคล้องตรงกับวัตถุประสงค์โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน โดยในแต่ละคำถาม มีค่าคะแนน 1 จนถึง 0 และนำมาหาค่าเฉลี่ยของคะแนนในแต่ละข้อคำถาม โดยใช้เกณฑ์การประเมินคือ ค่าคะแนน 0.50 – 1 คือ มีความสัมพันธ์ และ 0.49 – 0 คือ ไม่มีความสัมพันธ์ ข้อคำถามที่มีค่าคะแนนต่ำกว่า 0.50 จะไม่ถูกนำมาใช้ โดยจากการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน มีค่าคะแนนอยู่ที่ 0.6 - 1 ค่าเฉลี่ยรวมทุกข้ออยู่ที่ 0.92 ค่า S.D 0.16 ดังนั้นคำถามจากแบบสอบถามทุกข้อมีค่าคะแนนเฉลี่ยมากกว่า 0.50 อยู่ในเกณฑ์ที่มีความสัมพันธ์สามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลในการวิจัยฉบับนี้ได้ (พิชิต ฤทธิ์จัญญ, 2556)

วิธีรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยนี้จะประกอบด้วยข้อมูล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) คือ การเข้าแจกแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น ระดับชั้นปริญญาตรี จำนวน 395 คน โดยการแจกแบบสอบถามทางออนไลน์ให้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 395 คน ผ่านระบบ Open Source ชื่อ Google Forms (บุญรัตน์ แผลงสร, 2565) นำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการวิเคราะห์

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้แก่ แนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ และงานวิจัยต่าง ๆ ที่มีการศึกษามาแล้วรวมทั้งแนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องจากตำราทางวิชาการ สื่อสิ่งพิมพ์ ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อนำมาใช้ประกอบในการวิเคราะห์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างนำเสนอโดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) (พิชิต ฤทธิ์จัญญ, 2556)

2. วิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistic) ใช้วิเคราะห์ทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบ (Enter Regression) ทำการวิเคราะห์

สหสัมพันธ์ (Correlation) เพื่อพิสูจน์ถึงความเป็นอิสระของตัวแปรป้องกันปัญหา (Multicollinearity) โดยได้นำปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน ในช่วงต้นทำการตรวจสอบ Correlation Matrix : สร้างตารางสหสัมพันธ์ (correlation matrix) เพื่อดูค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (correlation coefficient) ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละคู่ ค่าสัมประสิทธิ์ต่ำกว่า 0.80 ถือว่าไม่เป็นสัญญาณของ Multicollinearity (Hair et al., 2010) และทำการตรวจสอบ Variance Inflation Factor (VIF) มีค่า VIF ที่ต่ำกว่า 5 หรือ 10 ถือว่าไม่เป็นสัญญาณของ Multicollinearity (Hair et al., 2010) และตรวจสอบ Tolerance มีค่า Tolerance ที่สูงกว่า 0.10 ไม่บ่งชี้ถึงปัญหา Multicollinearity (Hair et al., 2010)

สรุปผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการประเมินแบบสอบถามวิจัย จำนวน 395 คน โดยผู้ทำการประเมินแบบสอบถามวิจัยส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย และผู้ทำการประเมินแบบสอบถามวิจัยทั้งหมดอยู่ในช่วงอายุ 15 – 30 ปี และผู้ทำการประเมินแบบสอบถามวิจัยทั้งหมดอยู่ในระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6,001-9,000 บาท/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 395 คน เคยใช้บริการร้านอาหารตามสั่ง มีความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารตามสั่ง ส่วนใหญ่ 7-14 ครั้ง/สัปดาห์ เวลาที่มักจะใช้บริการร้านอาหารตามสั่ง ส่วนใหญ่ช่วงอาหารมื้อเย็น พื้นที่บริเวณที่เข้าใช้งานบริการร้านอาหารตามสั่งบ่อยที่สุด ส่วนใหญ่บริเวณโซนหลังมอ การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารตามสั่ง ส่วนใหญ่ตัดสินใจเอง ส่วนใหญ่ใช้บริการร้านอาหารโดยวิธีการ การเข้าใช้บริการที่ร้านเอง บุคคลที่ส่วนใหญ่จะไปใช้บริการร้านอาหารตามสั่งด้วยกัน ส่วนใหญ่ไปใช้บริการกับเพื่อน จำนวนบุคคลที่ไปใช้บริการร้านอาหารตามสั่งด้วยกันส่วนใหญ่โดยเฉลี่ย ส่วนใหญ่ไปใช้บริการ 2-4 คน สิ่งที่ทำให้คุณรู้จักร้านอาหารตามสั่ง ส่วนใหญ่จะรู้จักจากการพบเจอร้านเอง

โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีค่า $\bar{X}$ ในภาพรวมมีค่า มากที่สุด ได้แก่ ด้านราคา โดยมีค่า $\bar{X}$ อยู่ที่ 4.49 และค่า S.D ที่ 0.60, ด้านกระบวนการให้บริการ โดยมีค่า $\bar{X}$ อยู่ที่ 4.34 และค่า S.D ที่ 0.67, ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยมีค่า $\bar{X}$ อยู่ที่ 4.24 และค่า S.D ที่ 0.70, ด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีค่า $\bar{X}$ อยู่ที่ 4.19 และค่า S.D ที่ 0.60, ด้านบุคลากร โดยมีค่า $\bar{X}$ อยู่ที่ 4.13 และค่า S.D ที่ 0.85, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยมีค่า $\bar{X}$ อยู่ที่ 4.10 และค่า S.D ที่ 0.64, ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่า $\bar{X}$ อยู่ที่ 3.43 และค่า S.D ที่ 0.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ตารางสหสัมพันธ์ (correlation matrix) เพื่อตรวจสอบสัมพันธะระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละคู่ เพื่อป้องกันปัญหา Multicollinearity

		ด้าน ผลิต ภัณฑ์	ด้าน ราคา	ด้าน ช่องทาง การจัด จำหน่าย	ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	ด้าน บุคลากร	ด้าน กระบวนการ ให้บริการ	ด้าน ลักษณะทาง กายภาพ
ด้านผลิตภัณฑ์	Pearson Correlation	1	0.503*	0.556*	0.596*	0.744*	0.665*	0.680*
ด้านราคา	Pearson Correlation	0.503*	1	0.490*	0.453*	0.400*	0.709*	0.707*
ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย	Pearson Correlation	0.556*	0.490*	1	0.637*	0.594*	0.652*	0.685*
ด้านการส่งเสริม การตลาด	Pearson Correlation	0.596*	0.453*	0.637*	1	0.615*	0.482*	0.556*
ด้านบุคลากร	Pearson Correlation	0.744*	0.400*	0.594*	0.615*	1	0.601*	0.682*
ด้านกระบวนการ ให้บริการ	Pearson Correlation	0.665*	0.709*	0.652*	0.482*	0.601*	1	0.635*
ด้านลักษณะทาง กายภาพ	Pearson Correlation	0.680*	0.707*	0.685*	0.556*	0.682*	0.635*	1

จากตารางที่ 1 ทำการตรวจสอบ Correlation Matrix : สร้างตารางสหสัมพันธ์ (correlation matrix) เพื่อดูค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (correlation coefficient) โดยวิธีวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation Coefficients) ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละคู่ พบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์ ตั้งแต่ 0.400 - 0.744 ซึ่งต่ำกว่า 0.800 ถือว่าไม่เป็นสัญญาณของ Multicollinearity (Hair et al., 2010)

ตารางที่ 2 ผลการตรวจสอบค่า Variance Inflation Factor (VIF) และ Tolerance ป้องกันปัญหา Multicollinearity

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
ด้านผลิตภัณฑ์	0.332	3.015
ด้านราคา	0.306	3.264
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.353	2.830
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.453	2.206
ด้านบุคลากร	0.319	3.135
ด้านกระบวนการให้บริการ	0.282	3.542
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.244	4.098

จากตารางที่ 2 การตรวจสอบ Variance Inflation Factor (VIF) พบว่าค่า VIF อยู่ที่ 2.206 – 4.098 ซึ่งมีค่า VIF ที่ต่ำกว่า 5 หรือ 10 ถือว่าไม่เป็นสัญญาณของ Multicollinearity (Hair et al., 2010) และตรวจสอบ

Tolerance พบว่ามีค่า Tolerance ตั้งแต่ 0.244 – 0.453 ซึ่งมีค่า Tolerance ที่สูงกว่า 0.100 ไม่บ่งชี้ถึงปัญหา Multicollinearity

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าถดถอย (Multiple Regression Correlation Coefficient) แบบ (Enter Regression) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทร้านอาหารตามสั่งของนักศึกษาระดับชั้นปริญญาตรี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (Constant)	-0.070	0.167		-0.417	0.677
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด					
ด้านผลิตภัณฑ์	0.124	0.053	0.119	2.346	0.019
ด้านราคา	0.460	0.055	0.442	8.365	<0.001
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.120	0.048	0.123	2.502	0.013
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.005	0.034	0.006	0.146	0.884*
ด้านบุคลากร	0.034	0.038	0.046	0.893	0.373*
ด้านกระบวนการให้บริการ	0.210	0.051	0.225	4.091	<0.001
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.004	0.053	0.005	0.080	0.937*

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าถดถอย (Regression Analysis) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทร้านอาหารตามสั่งของนักศึกษาระดับชั้นปริญญาตรี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จำนวน 4 ปัจจัย ได้แก่ ด้านราคา มีค่า Sig. = น้อยกว่า 0.001 (Beta = 0.442), ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่า Sig. = น้อยกว่า 0.001 (Beta = 0.225), ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่า Sig. = 0.013 (Beta = 0.123), ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่า Sig. = 0.019 (Beta = 0.119)

และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทร้านอาหารตามสั่งของนักศึกษาระดับชั้นปริญญาตรี มหาวิทยาลัยขอนแก่นมีจำนวน 3 ปัจจัย ได้แก่ ด้านบุคลากร มีค่า Sig. = 0.373, ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่า Sig. = 0.884, ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า Sig. = 0.937 เนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีค่ามีค่า Sig. ที่มากกว่า 0.05

โดยมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทร้านอาหารตามสั่งของนักศึกษาระดับชั้นปริญญาตรี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จากมากที่สุด ถึง น้อยที่สุด ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา, ด้านกระบวนการให้บริการ, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทร้านอาหารตามสั่งของนักศึกษาระดับชั้นปริญญาตรีมหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จำนวน 4 ปัจจัย ได้แก่ ด้านราคา, ด้านกระบวนการให้บริการ, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทร้านอาหารตามสั่งของนักศึกษาระดับชั้นปริญญาตรีมหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จำนวน 3 ปัจจัย ได้แก่ ด้านบุคลากร, ด้านการส่งเสริมการตลาด, ด้านลักษณะทางกายภาพ ซึ่งผลวิจัยที่พบนั้นมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ กลิ่นสุคนธ์ บรรทัดจันทร์ (2561) ซึ่งศึกษาเรื่องสิ่งที่มีผลในการตัดสินใจเลือกที่จะเข้าใช้บริการร้านอาหารของคนในกรุงเทพมหานคร งานวิจัยฉบับนี้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการในธุรกิจร้านอาหารเช่นเดียวกัน กลุ่มผู้บริโภคบริเวณพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยผลการวิจัยพบว่ามีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภค ได้แก่ ราคา และการออกแบบการให้บริการ ซึ่งจัดอยู่ในปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยปัจจัยที่ไม่ได้มีผลในที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภคในบริเวณพื้นที่กรุงเทพมหานคร ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายเช่นเดียวกัน แต่มีความแตกต่างกันทางผลการวิจัยปัจจัยด้านบุคลากรที่พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรมีผลในการตัดสินใจเลือกที่จะเข้าใช้บริการร้านอาหารของคนในกรุงเทพมหานคร แต่วิจัยในครั้งนี้พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทร้านอาหารตามสั่งของนักศึกษาระดับชั้นปริญญาตรีมหาวิทยาลัยขอนแก่น อาจจะเนื่องมาจากประเภทของร้านอาหารที่มีการเจาะจงเป็นประเภทร้านอาหารตามสั่ง ซึ่งเน้นการปรุงอาหารเมื่อได้รับคำสั่งจากลูกค้าเป็นงานต่องาน (made-to-order) โดยลูกค้าสามารถเลือกเมนูอาหารจากรายการที่มีให้เน้นในความสะดวกรวดเร็วในการบริการเป็นหลัก ไม่ได้เน้นการบริการของพนักงานมากนัก และกลุ่มเป้าหมายที่ต่างกันจึงทำให้ผลวิจัยแตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริธร ขาวหมัดจอต (2564) เป็นการศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจในการเลือกร้านอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยทำการศึกษากระบวนการในการตัดสินใจและสิ่งที่ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครใช้วิเคราะห์ในการเลือกร้านอาหาร ซึ่งผลการวิจัยพบว่า การพิจารณาเลือกร้านอาหารมีด้วยกัน 3 ชั้น ได้แก่ ขั้นตอนแรกกลุ่มบุคคลที่ใช้บริการร่วม เช่น เพื่อน ครอบครัว ชั้นที่สองทำเลที่ตั้งของร้านอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และชั้นสุดท้ายประเภทร้านอาหารและราคา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลักขณ โยดแคล้ว (2565) ซึ่งทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างของผู้บริโภคในเขตจังหวัดขอนแก่น ซึ่งเป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารเช่นกัน ซึ่งผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างของผู้บริโภคในเขตจังหวัดขอนแก่นมีปัจจัยที่สำคัญ 7 ปัจจัย ประกอบด้วย ความสดใหม่ของอาหารอุปกรณ์หรือภาชนะที่ใช้ในการบริการสะอาดและสวยงาม ความสะอาดของอาหาร ซึ่งจัดอยู่ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ความรวดเร็วในการจัดที่นั่ง แก้ไขปัญหาของลูกค้าร้านอาหารมีความสะอาดและมีเวลาเปิด – ปิดร้านตามลำดับ ซึ่งจัดอยู่ในปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยทำให้พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อมีผลการตัดสินใจเลือกเข้าใช้บริการร้านอาหารประเภทร้านอาหารตามสั่งของนักศึกษาระดับชั้นปริญญาตรีมหาวิทยาลัยขอนแก่น มีจำนวน 4 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ หากต้องการจะพัฒนาธุรกิจร้านอาหารประเภทร้านอาหารตามสั่งให้มีโอกาสที่กลุ่มผู้บริโภคนักศึกษาระดับชั้นปริญญาตรีมหาวิทยาลัยขอนแก่นจะตัดสินใจเลือกใช้บริการเพิ่มควรพัฒนาในปัจจัยด้านดังกล่าว ตัวอย่างเช่น หากต้องการปรับในบางส่วนแต่สร้างผลกระทบมากสามารถเน้นไปที่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ที่มีค่าความสัมพันธ์ที่มากที่สุด การพัฒนาในด้านราคา เช่น มีการระบุราคาให้ทราบชัดเจน มีราคาอาหารที่ถูก คุ่มค่า เหมาะสม ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย โดยราคาอาจจะอ้างอิงจากผลการวิจัยในส่วนของคุณค่าเฉลี่ยรายได้ส่วนใหญ่ว่ามีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 6,001 – 9,000 บาทต่อเดือน ใช้เป็นพื้นฐานในการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคา ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าใช้บริการร้านอาหารประเภทร้านอาหารตามสั่งของนักศึกษาระดับชั้นปริญญาตรีมหาวิทยาลัยขอนแก่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

- กลิ่นสุคนธ์ บรรทัดจันทร์. (2561). การศึกษาอิทธิพลที่มีต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารของคนในกรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยรามคำแหง .
- บุญรัตน์ แผลงศร. (2565). เครื่องมือการวิจัยทางสังคมศาสตร์: แบบสอบถามออนไลน์. *วารสารการวัดผลการศึกษา*, 39/(105), 28-38.
- พิชิต ฤทธิ์จรูญ. (2556). *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 11). แฮส ออฟ เคอร์มิสท์.
- ลักขณ ยอดแคล้ว. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างของผู้บริโภคในเขตจังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 12(2), 117-127.
- ศิริธร ขวหมดจด. (2564). กระบวนการตัดสินใจในการเลือกร้านอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. *วารสารมหาจุฬานาครทรรค์*, 8(3), 408-422.
- สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น. (2566, 6 กุมภาพันธ์). สถิติมหาวิทยาลัยขอนแก่นปีการศึกษา 2566. strategy.kku. <https://strategy.kku.ac.th/docs>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. and Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson Prentice Hall.

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิก
ในจังหวัดลำปางผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

E-Marketing Mix Factors Affecting Purchase Decision of Ceramic Products in
Lampang Province via E-Commerce Platforms

พิรภพ จันทรแสนต่อ^{1*} บัณฑิต บุษบา² อารยา อริยา³ นุสรา แสงอร่าม⁴ วีรพร สุพจน์ธรรมจारी⁵

วิจิตรา แซ่ตั้ง⁶ อภิชาติ ตันนิตสุภวงษ์⁷ และ พรนภา บุญนำมา⁸

Piraprob Junsantor^{1*} Bundit Busaba² Araya Ariya³ Nusara Saengaram⁴ Weeraporn Supotthamjaree⁵

Wijitra Seangtane⁶ Aphichat Tannitisuphawong⁷ and Pornnapa Boonnamma⁸

^{1,2,3,4,5,6,7,8}หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

^{1,2,3,4,5,6,7,8}Bachelor of Business Administration, Program in Business Administration,

Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University

*Corresponding author's email: piraprob@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

17 เมษายน 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

23 กรกฎาคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

25 กรกฎาคม 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิก ประเภทของตกแต่งและประดับสวนในจังหวัดลำปางผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สีนค้ำกลุ่มนี้เป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและมีบทบาทสำคัญในเศรษฐกิจท้องถิ่น แต่มีงานวิจัยเกี่ยวกับสินค้ำกลุ่มนี้ค่อนข้างจำกัด กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในจังหวัดลำปางและมีประสบการณ์ในการซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 385 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Accidental Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการให้บริการส่วนบุคคล ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลร่วมกันต่อการตัดสินใจซื้อคิดเป็นร้อยละ 39.60

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์, ผลิตภัณฑ์เซรามิก, การตัดสินใจซื้อ, เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ABSTRACT

This research aimed to study online marketing mix factors that affected purchasing decision of ceramic products used in decorations and garden ornaments in Lampang province through e-commerce websites. This product group had a cultural identity and played an important role in local economy; however, research on this product group remained limited. A sample group of 385 consumers living in Lampang had been identified, all of whom had experience in purchasing ceramic products through e-commerce websites. The sampling technique was accidental sampling. The research tool was a questionnaire. Data were analyzed by descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation. The inferential statistic used was multiple regression analysis. The research findings were found that online marketing mix factors affecting purchasing decision significantly at 0.05 level included reserving privacy, products, personal services, marketing promotion, and distribution channels. These factors collectively influenced on purchasing decision at 39.60 percent.

Keywords: Online Marketing Mix, Ceramic Products, Purchase Decision, E-Commerce Websites

บทนำ

ปัจจุบันจังหวัดลำปางมีโรงงานผลิตเครื่องปั้นดินเผาประมาณ 200 กว่าโรงงาน ส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดเล็กหรืออุตสาหกรรมครัวเรือน ส่วนโรงงานขนาดใหญ่มีเพียง 20 กว่าโรงเท่านั้น ทั้งนี้เนื่องจากโมเดลของจังหวัดลำปางเปลี่ยนไปโดยมีสาเหตุมาจากเศรษฐกิจตกต่ำ ค่าเงินบาทแข็งตัว ประกอบกับเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวลงทำให้พฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้ซื้อลดลง ผู้ประกอบการบางรายแบกรับภาระต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้น บางรายถึงกับต้องเลิกกิจการไป ส่งผลให้แรงงานที่เคยทำงานในสถานประกอบการออกมาเปิดกิจการโรงงานขนาดเล็กเอง ภาพรวมอุตสาหกรรมเซรามิกของจังหวัดลำปางในปัจจุบัน แบ่งเป็นตลาดภายในประเทศ 70% และตลาดต่างประเทศ 30% (สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดลำปาง, 2565) ซึ่งขณะนี้การส่งออกไปต่างประเทศยังคงมีปริมาณไม่ต่างจากเดิมเท่าไรนัก ขณะที่ตลาดในประเทศลดลงอย่างมาก เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมามูลค่าการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าเซรามิกของจังหวัดลำปางมีการเปลี่ยนแปลงลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลมาจากปัญหาภาวะทางเศรษฐกิจทำให้ผู้ประกอบการรายใหญ่ปิดตัวลง และทำเป็นกิจการขนาดเล็ก รายย่อย รวมทั้งความนิยมใช้ภาชนะจากเซรามิกในกลุ่มประชาชนยังมีจำนวนไม่มากหรือมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นแต่อย่างใด (สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดลำปาง, 2565) ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เซรามิกสามารถใช้ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งเป็นการอนุรักษ์และส่งเสริมการใช้ทรัพยากรที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นมาผนวกเข้ากับองค์ความรู้ เทคโนโลยีนวัตกรรมสมัยใหม่ เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนอง

ความต้องการของตลาดได้ทำให้ได้เปรียบการแข่งขัน ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มและก่อรายได้ให้กับคนในชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรวิพรรณ เจริญรูป และคณะ (2562) ที่ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “โคมตุ้งไส้หมู” พัฒนาราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้มีความเป็นเอกลักษณ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์, 2563) ที่ได้ประยุกต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์มะพร้าวด้วยการดัดแปลงและใช้แนวทางสร้างสรรค์ผลผลิตให้มีความแตกต่างจากเดิมซึ่งได้ผลิตภัณฑ์ใหม่หรือมีการพัฒนานำเอาภูมิปัญญาดั้งเดิมประยุกต์ใช้ผสมร่วมกับนวัตกรรมใหม่แปรรูปผลิตภัณฑ์มะพร้าวให้เป็นน้ำตาลมะพร้าว พัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ให้ดูสวยงามด้วยวัสดุจากธรรมชาติทำให้ผลิตภัณฑ์มีรูปลักษณ์ที่หลากหลาย มีการติดสลากใส่เรื่องเล่าเข้ากับวิถีชีวิตของชุมชน ทำให้ลดรายจ่ายจากทรัพยากรในการผลิต ทำให้มีรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการมีความสามารถในการสร้างมูลค่าและคุณค่าเพิ่มให้กับผลผลิตทำให้สามารถจำหน่ายได้ในราคาที่สูงขึ้น

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางซึ่งมีพันธกิจในการบริการทางวิชาการเพื่อพัฒนาศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นมีการดำเนินโครงการบริการวิชาการ เพื่อยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนยั่งยืนสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ พื้นที่ตำบลชมพู อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง (คณะวิทยาการจัดการ, 2566) ให้บริการทางวิชาการกับผู้ประกอบการหรือกลุ่มอาชีพในด้านการตลาดออนไลน์และร่วมกันในการเพิ่มมูลค่าด้วยศิลปวัฒนธรรมของลำปาง ได้แก่ ลายละกอนไส้หมูให้กับผลิตภัณฑ์เซรามิกของผู้ประกอบการในพื้นที่คือโรงงานเซรามิกซึ่งเป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็กเน้นการผลิตสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์เซรามิกของตกแต่งและประดับสวน ออมสิน กระถาง ของที่ระลึก งานแขวนขนาดเล็ก เช่น ระฆัง กระดิ่ง โมบาย เป็นต้น มีจุดเน้นอยู่ที่การผลิตโดยการเพ้นท์มือ (Hand Painting) ทั้งหมด ซึ่งลวดลายละกอนไส้หมูถือเป็นลวดลายผ้าแสดงเอกลักษณ์ของศิลปะลำปางตามประกาศจังหวัดลำปางและการตลาดออนไลน์เป็นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศโดยใช้อินเทอร์เน็ตที่ทำให้ผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงแนวคิดทั้งด้านความสะดวก ความเร็ว ราคา ข้อมูลสินค้าและบริการโดยสิ้นเชิงส่งผลให้การตลาดมีวิธีการใหม่ในการสร้างคุณค่าสำหรับลูกค้าและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน (Armstrong and Kotler, 2009) แต่การทำการตลาดเพื่อสร้างคุณค่าและยกระดับผลิตภัณฑ์เซรามิกระดับครัวเรือนจังหวัดลำปางจะต้องให้ความสำคัญต่อการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคก่อนการผลิตสินค้า (นุสรา แสงอร่าม และคณะ, 2566) เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการเซรามิกระดับครัวเรือนสามารถผลิตสินค้าได้ตรงตามกระแสนิยมและความต้องการของตลาดเป้าหมาย การรับรู้ในผลิตภัณฑ์และบริการสามารถใช้ส่วนประสมการตลาดออนไลน์เพื่อทำการตลาดรวมทั้งเป็นช่องทางในการสื่อสารกับผู้บริโภคได้ตลอดเวลาซึ่งผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคซึ่งส่วนประสมทางการตลาดในการทำการตลาดออนไลน์ (E-marketing mix: 6Ps) ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการส่วนบุคคลและด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว (วิเชียร วงศ์นิชชากุล, 2550; Kotler, 2017) สอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (จิตาภา รุ่งวิหุ และ ชลลดา สัจจานิตย์, 2565; ภัตตยา เอี่ยมคง, 2565; ญฐภา เดชานุเบกษา, 2565)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงตระหนักถึงความสำคัญของการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีของผลิตภัณฑ์เซรามิกประเภทของตกแต่งและประดับสวนที่มีลักษณะเฉพาะเชิงวัฒนธรรม อย่างไรก็ตามการศึกษาโดยใช้กรอบแนวคิด E-marketing mix (6Ps) อย่างเป็นระบบในบริบทของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวยังมีอยู่จำกัด งานวิจัยนี้จึงมุ่งเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว โดยวิเคราะห์อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ทั้ง 6 ด้านที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ด้วยการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคจริงในจังหวัดลำปาง ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดออนไลน์ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการท้องถิ่นได้อย่างเป็นรูปธรรม

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกในจังหวัดลำปางผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

กรอบแนวคิดการวิจัย

ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์

ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์เป็นส่วนประสมทางการตลาดในยุคดิจิทัล ที่การตลาดออนไลน์มีบทบาทสำคัญเพื่อรองรับความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่เปลี่ยนแปลงไปเป็นองค์ประกอบการตลาดแบบใหม่ ซึ่งประกอบด้วย 6 องค์ประกอบหลัก ดังนี้ (วิเชียร วงศ์นิชชากุล , 2550; Chaffey & Smith, 2017)

1) ผลิตภัณฑ์ (Product) การนำเสนอสินค้าและบริการเพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในสภาพแวดล้อมออนไลน์

2) ราคา (Price) การกำหนดมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่แข่งขันได้ ซึ่งต้องมีความเหมาะสมและเป็นสิ่งที่สามารถใช้สำหรับสร้างความสนใจให้กับผู้บริโภคและเหมาะสมสำหรับตลาดออนไลน์

3) การจัดจำหน่าย (Place) การเลือกสถานที่หรือช่องทางนำเสนอสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงและซื้อผลิตภัณฑ์ได้

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) กิจกรรมที่ใช้สื่อสารกับผู้บริโภคเป็นเครื่องมือสำหรับการสื่อสารเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล

5) การให้บริการส่วนบุคคล (Personalization) การใช้ข้อมูลลูกค้าเพื่อมอบประสบการณ์ที่เฉพาะเจาะจง เป็นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยการปรับแต่งสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการเฉพาะบุคคลของลูกค้า

6) การรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy) การปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าเพื่อสร้างความไว้วางใจ มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีและมีการชี้แจงนโยบายการรักษาความปลอดภัยอย่างชัดเจน

ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ทั้งหกองค์ประกอบหลัก มีความครอบคลุมและตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ช่วยให้นักการตลาดสามารถวางแผนและดำเนินกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความพึงพอใจและเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริโภค

การตัดสินใจซื้อ

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2554) ได้กล่าวถึงกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในช่องทางออนไลน์ จะมีลำดับขั้นตอนได้แก่ การค้นพบความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การสั่งซื้อสินค้าและพฤติกรรมหลังการซื้อสินค้าซึ่งสอดคล้องกับกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Grewal and Levy, 2008; ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552; Kotler and Keller, 2012) ประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ 5 ขั้นตอน ที่นำไปสู่การตัดสินใจซื้อ ผู้วิจัยสรุปขั้นตอนการตัดสินใจซื้อได้ดังนี้

1) การรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการ (Need Recognition) การที่ผู้บริโภคเกิดความต้องการที่จะซื้อสินค้าหรือบริการนั้นเมื่อผู้ซื้อรับรู้ถึงปัญหา ความจำเป็นหรือเห็นว่ามีความจำเป็นต้องมีการบริโภค ซึ่งโดยทั่วไปแล้วจะมีความต้องการที่แตกต่างกันไป

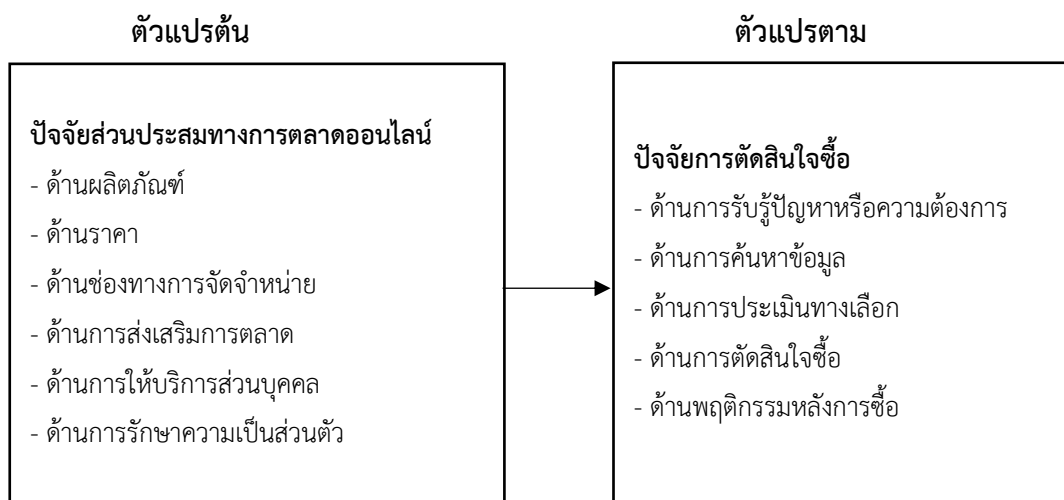
2) การค้นหาข้อมูล (Information Search) การที่ผู้บริโภคทำการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการนั้นว่ามีทางเลือกใดบ้าง

3) การประเมินทางเลือก (Evaluation Alternatives) การที่ผู้บริโภคนำข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ในช่องทางออนไลน์มาพิจารณาและตัดสินใจคุณค่าขั้นสุดท้ายเทียบกับเกณฑ์การประเมินที่ตนเองกำหนด โดยจะเลือกซื้อหรือบริการก่อน จากนั้นจะทำการเลือกที่จะซื้อสินค้าหรือบริการจากเว็บไซต์ใดที่มีราคาถูกและน่าเชื่อถือ

4) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) หลังจากผู้บริโภคตัดสินใจในขั้นตอนการประเมินทางเลือกแล้วจะจัดลำดับความชอบในแบรนด์ต่าง ๆ แล้ว ผู้บริโภคจะมีความตั้งใจซื้อและนำไปสู่การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าที่ตนรู้สึกพึงพอใจหรือชอบมากที่สุด

5) พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post Purchase Behaviour) หลังจากผู้บริโภคตัดสินใจซื้อในขั้นตอนการตัดสินใจซื้อสินค้าแล้ว ผู้บริโภคจะเกิดความพอใจหรือไม่พอใจต่อสินค้า ซึ่งจะประเมินความพึงพอใจโดยเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าที่ตนเองได้รับหลังจากบริโภคสินค้าและบริการแล้วกับความคาดหวังแรกเริ่มของตนดังนั้นหากผู้บริโภคมีความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการมักจะกลับมาซื้อซ้ำอีกครั้งในอนาคต

จากการศึกษาทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์และการตัดสินใจซื้อ ผู้วิจัยได้พิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ 6 ปัจจัย และปัจจัยการตัดสินใจซื้อ 5 ปัจจัยเพื่อใช้ในการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกในจังหวัดลำปางผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ตามกรอบแนวคิด ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดลำปางและมีประสบการณ์ในการซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้บริโภคที่มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ดังนี้ 1) อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดลำปาง และ 2) มีประสบการณ์ในการซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างน้อย 1 ครั้ง จำนวน 385 คน โดยใช้สูตรกรณีไม่ทราบขนาดประชากรที่แน่นอน (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2558) กำหนดค่าความผิดพลาดไม่เกิน 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% สุ่มตัวอย่างโดยวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Accidental Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิก ซึ่งเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ 6 ด้าน รวมจำนวน 43 ข้อคำถาม และข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจซื้อ จำนวน 5 ด้าน รวม 16 ข้อคำถาม

การตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ซึ่งสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอกด้านบริหารธุรกิจ และได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) อยู่ในเกณฑ์เหมาะสม (≥ 0.67) ทุกรายการ

การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) กับกลุ่มตัวอย่างนำร่อง (Try-out group) จำนวน 30 คน ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.902 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับสูง

วิธีรวบรวมข้อมูล

วิธีรวบรวมข้อมูลดำเนินการโดยการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่จริง โดยใช้การสุ่มแบบ Accidental Sampling โดยให้กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นตามความเป็นจริง และเก็บแบบสอบถามกลับคืนจากผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามดำเนินการโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิก ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อแสดงระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (ตัวแปรต้น) และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิก (ตัวแปรตาม) พร้อมทั้งแปลความหมายของระดับความคิดเห็นโดยอ้างอิงเกณฑ์การแปลความหมายตาม Best (1970) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ก่อนการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณสมบัติเบื้องต้นของข้อมูล โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม และคัดเลือกเฉพาะตัวแปรต้นที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับตัวแปรตามที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จากนั้นได้ทำการตรวจสอบสมมติฐานเบื้องต้นเกี่ยวกับปัญหา Multicollinearity โดยพิจารณาค่า Tolerance และ Variance Inflation Factor (VIF) เพื่อให้มั่นใจว่าตัวแปรต้นไม่มีความสัมพันธ์กันมากเกินไปและสามารถเข้าสู่การวิเคราะห์ถดถอยได้อย่างเหมาะสม

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) ระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดออนไลน์และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิก 3) การวิเคราะห์ปัจจัย

ส่วนประสมการตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิก ผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 260 คน (ร้อยละ 67.50) มีอายุระหว่าง 40–50 ปี จำนวน 133 คน (ร้อยละ 34.50) ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 124 คน (ร้อยละ 32.20) มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001–30,000 บาท จำนวน 127 คน (ร้อยละ 33.00) และมีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 298 คน (ร้อยละ 77.40)

2. ระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดออนไลน์และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิก

2.1 ส่วนประสมการตลาดออนไลน์

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นส่วนประสมการตลาดออนไลน์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดออนไลน์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.68	0.274	มากที่สุด
2. ด้านราคา	4.66	0.308	มากที่สุด
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.57	0.294	มากที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.25	0.394	มาก
5. ด้านการให้บริการส่วนบุคคล	4.14	0.463	มาก
6. ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว	4.72	0.319	มากที่สุด
รวม	4.53	0.207	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อส่วนประสมการตลาดออนไลน์ทั้ง 6 ด้าน พบว่าโดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.53$, S.D.=0.207) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวมีระดับความคิดเห็นสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.72$, S.D.=0.319) รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์มีระดับความคิดเห็นสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.68$, S.D.=0.274) ด้านราคามีระดับความคิดเห็นสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.66$, S.D.=0.308) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีระดับความคิดเห็นสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.57$, S.D.=0.294) ด้านการส่งเสริมการตลาดมีระดับความคิดเห็นสูงสุดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$, S.D.=0.394) และด้านการให้บริการส่วนบุคคลมีระดับความคิดเห็นสูงสุดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, S.D.=0.463) ตามลำดับ

2.2 การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิก

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิก

ปัจจัยการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านการรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ	4.53	0.386	มากที่สุด
ด้านการค้นหาข้อมูล	4.17	0.311	มาก
ด้านการประเมินทางเลือก	4.47	0.290	มาก
ด้านการตัดสินใจซื้อ	4.23	0.470	มาก
ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ	4.49	0.410	มาก
รวม	4.37	0.245	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกพบว่าโดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.37$, S.D.=0.245) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านการรับรู้ปัญหาหรือความต้องการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.53$, S.D.=0.386) รองลงมาคือด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.49$, S.D.=0.410) ด้านการประเมินทางเลือกมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.47$, S.D.=0.290) ด้านการตัดสินใจซื้อ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$, S.D.=0.470) และด้านการค้นหาข้อมูล มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$, S.D.=0.311) ตามลำดับ

3. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิก

ก่อนทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณสมบัติของข้อมูลเบื้องต้นโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการส่วนบุคคล และด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว กับตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผลการวิเคราะห์พบว่าตัวแปรต้นทุกด้านมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p < 0.05$) จึงเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ต่อมาได้ตรวจสอบความเป็นอิสระของค่าคลาดเคลื่อนโดยใช้ค่าสถิติ Durbin-Watson พบว่ามีค่าเท่ากับ 2.064 ซึ่งอยู่ในช่วง 1.50 ถึง 2.50 แสดงว่าไม่มีปัญหาออโตคอร์เรลชันและค่าคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน ดังแสดงตามตารางที่ 3 นอกจากนี้ผลการตรวจสอบปัญหา Multicollinearity พบว่า ค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.693–0.763 และค่า VIF ทุกตัวแปรน้อยกว่า 10 แสดงว่าไม่มีปัญหาความสัมพันธ์เชิงซ้อนระหว่างตัวแปรต้น

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบความเป็นอิสระต่อกันของความคลาดเคลื่อนด้วยสถิติทดสอบของเดอร์บินวัตสัน

Model	R	R ²	Adj.R ²	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
5	0.635 ^e	0.404	0.396	0.19068	2.064

e. Predictors: (constant), X_6 , X_3 , X_1 , X_5 , X_4

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบ Stepwise พบว่า ตัวแปร 5 ด้าน ได้แก่ การรักษาความเป็นส่วนตัว (Beta = 0.437), ผลិតภัณฑ์ (0.168), การให้บริการส่วนบุคคล (0.126), การส่งเสริมการตลาด (0.096) และช่องทางการจัดจำหน่าย (0.093) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงตามตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ออนไลน์	Unstandardize d Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	SE	Beta			Tolerance	VIF
ค่าคงที่	1.195	0.230		5.206	0.000		
ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว (x_6)	0.336	0.037	0.437	9.163	0.000	0.693	1.444
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3)	0.078	0.038	0.093	2.025	0.044	0.742	1.348
ด้านผลิตภัณฑ์ (x_1)	0.150	0.041	0.168	3.692	0.000	0.763	1.311
ด้านการให้บริการส่วนบุคคล (x_5)	0.067	0.024	0.126	2.762	0.006	0.759	1.318
ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4)	0.060	0.029	0.096	2.034	0.043	0.711	1.406
R = 0.635, R ² = 0.404, Adj.R ² = 0.396, F = 51.310, S.E. = 0.19068, P-value = 0.000							

เมื่อพิจารณาค่า Standardized Coefficients (Beta) พบว่า ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว มีอิทธิพลสูงสุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.635 และตัวแปรอิสระทั้ง 5 ด้านร่วมกันสามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจซื้อได้ร้อยละ 39.6 (R² = 0.396) ค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐานของประมาณการเท่ากับ 0.19068 และค่าคงที่ของสมการในรูปคะแนนดิบเท่ากับ 1.195 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 1.195 + 0.336 (x_6) + 0.078 (x_3) + 0.150 (x_1) + 0.067 (x_5) + 0.060 (x_4)$$

โดยที่

x_6 คือ ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว

x_3 คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

x_1 คือ ด้านผลิตภัณฑ์

x_5 คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด

x_4 คือ ด้านการให้บริการส่วนบุคคล

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ เชมรมิกในจังหวัดลำปางผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์พบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทาง-

การตลาดออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 4.54 อยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านการรักษา ความเป็นส่วนตัวมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการก้าวล่วงความเป็นส่วนตัวสามารถทำให้ผู้บริโภค เกิดความรำคาญหรือเป็นอันตรายส่งผลเสียต่อธุรกิจในภาพรวมทั้งหมด (Armstrong and Kotler, 2009) เฝือกกับข้อกังวลในการปฏิบัติที่ไม่ยุติธรรมหรือแม้แต่การหลอกลวงหรือฉ้อโกงสอดคล้องกับงานวิจัยของ อีรวุฒิ ชูประเสริฐสุข และคณะ (2565); วิวัฒน์ วนาสุวรรณกุล และ ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2566) ที่ได้ ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจสินค้า พบว่าความคิดเห็นต่อการรักษา ความเป็นส่วนตัวมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเช่นกัน และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกในจังหวัดลำปางผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประกอบไปด้วย 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ($Beta=0.437$) 2) ด้านผลิตภัณฑ์ ($Beta=0.168$) 3) ด้านการให้บริการ ส่วนบุคคล ($Beta=0.126$) 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($Beta=0.096$) และ 5) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($Beta=0.093$) ตามลำดับ สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกได้ ร้อยละ 39.60 ซึ่งตามเกณฑ์ของ Cohen (1988) ระบุว่า ค่า R^2 ในช่วง 0.13–0.26 ถือว่าเป็นขนาดอำนาจในการพยากรณ์ในระดับ “ปานกลาง” (medium effect size) ดังนั้น ค่า $R^2 = 0.396$ ในการศึกษาครั้งนี้ ถือว่าอยู่ในระดับ “สูง” ซึ่งแสดงว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ทั้ง 5 ด้านนี้มีอิทธิพลอย่างชัดเจนและ สามารถใช้ในการพัฒนาแนวทางเชิงกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม

ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ เซรามิกในจังหวัดลำปางผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยมีอิทธิพลมากที่สุดในการร่วมพยากรณ์ การตัดสินใจซื้อสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชงโค ดรลาดพันธุ์ และ วิษณุ สมิตสุวรรณ (2563) ที่พบว่า การรักษา ความเป็นส่วนตัวมีอิทธิพลสูงที่สุดในการร่วมพยากรณ์ระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์และงานวิจัยของ พงศธร ศักดิ์ดีภาวิวัฒน์ และ จูฑารีย์ ศิริมงคล (2567) ที่พบว่าส่วนประสมทางการตลาดด้านการรักษาความเป็น ส่วนตัวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เช่นกัน แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคมีแนวโน้มให้ความสำคัญต่อการรักษาข้อมูลส่วนตัวของผู้ซื้อและเป็นความลับเมื่อมีการใช้งานเว็บไซต์ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หากเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถชี้แจงนโยบายความปลอดภัยด้านข้อมูล ชัดเจน มีการจำกัดการเข้าถึงข้อมูลที่เป็นความลับโดยไม่ได้รับอนุญาต มีการเข้ารหัสรักษาความปลอดภัย ส่วนบุคคลก่อนการทำธุรกรรมทางธุรกิจทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชานนท์ ชัยเจริญ และ ประพล เปรมทองสุข (2566) ที่พบว่าความปลอดภัยใน การซื้อสินค้าออนไลน์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความไว้วางใจของผู้ซื้อสินค้าออนไลน์

ด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลรองลงมาในการร่วมพยากรณ์การตัดสินใจซื้อโดยผู้บริโภคมีความคิดเห็น เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เซรามิกประเภทของตกแต่งและประดับสวนที่มีเอกลักษณ์เฉพาะประจำท้องถิ่นและ มีการรับประกันรับคืนสินค้าที่ชำรุดจากการผลิตมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งปัจจัยที่สำคัญสำหรับการ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์นั้นสามารถสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น แสดงถึง เรื่องราวประวัติความเป็นมาของท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์มีลักษณะที่เหมาะสมกับการใช้งาน ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ

การพัฒนาตรงตามความต้องการของผู้บริโภคจะช่วยเพิ่มยอดขายสินค้าได้มากขึ้น (กัธร แจ่มจำรัส และคณะ, 2565) สินค้าที่สั่งต้องตรงตามรายละเอียดที่ระบุไว้บนเว็บไซต์และเน้นบริการหลังการขาย เช่น การรับประกันสินค้า การคืนสินค้าหรือการเปลี่ยนสินค้าที่ง่ายและรวดเร็วจะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า (วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย และคณะ, 2567) สอดคล้องกับงานวิจัยของนุสรา แสงอร่าม และคณะ (2566) ที่ได้ศึกษาแนวทางการทำการตลาดเพื่อสร้างคุณค่าและยกระดับผลิตภัณฑ์เซรามิกของผู้ประกอบการระดับครัวเรือนจังหวัดลำปางพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลเชิงบวกต่อแนวโน้มการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกมากที่สุด

ส่วนด้านการให้บริการส่วนบุคคล ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อิทธิพลในการร่วมทำนวยาระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของลูกค้ารองลงมาตามลำดับ โดยด้านการให้บริการส่วนบุคคลที่มีการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าหลังการขายเป็นการบริการแบบโต้ตอบร่วมกันระหว่างผู้ค้ากับลูกค้าแบบเจาะจงบุคคลเพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงสินค้าและบริการให้ตอบสนองลูกค้าอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า สร้างความเป็นกันเองและความประทับใจให้กับลูกค้า สอดคล้องกับพรรณภา สรสิทธิ์ (2566) ที่พบว่าการให้บริการส่วนบุคคลส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าทุกขั้นตอน ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีการให้ส่วนลดราคาสินค้าในเงื่อนไขที่เหมาะสม โดยการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างสม่ำเสมอจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสอดคล้องกับงานวิจัยของ วีรยุทธ ชูติมารังสรรค์ และ ญัฐกานต์ ชูติมารังสรรค์ (2566) ที่พบว่าการส่งเสริมการตลาดโดยการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างสม่ำเสมอ เช่น การสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล การให้ส่วนลดแก่ลูกค้าหรือสมาชิกส่งผลต่อการตัดสินใจและด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต้องให้ความสะดวกรวดเร็วในการซื้อสินค้าผ่านระบบซึ่งเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีการจัดส่งสินค้าได้รวดเร็วและตรงเวลาจะยิ่งทำให้อยากซื้อสินค้ามากขึ้น (วรศรา สู้สกุลสิงห์ และ วรารุช ฤกษ์วรารักษ์, 2563)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่าส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ การรักษาความเป็นส่วนตัว ผลิตภัณฑ์ การให้บริการส่วนบุคคล การส่งเสริมการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกประเภทของตกแต่งและประดับสวนในจังหวัดลำปาง ดังนั้นจึงมีข้อเสนอแนะเพื่อนำผลไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

- 1) การออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ควรเน้นการรักษาความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภค เช่น มีระบบความปลอดภัยของข้อมูล ระบบแจ้งเตือนความเป็นส่วนตัว และนโยบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลของลูกค้า
- 2) การจัดแสดงผลิตภัณฑ์บนเว็บไซต์ ควรเน้นความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เช่น การเล่าเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ แหล่งผลิต เทคนิคดั้งเดิม และดีไซน์ที่สื่อถึงวัฒนธรรมลำปาง เพื่อสร้างคุณค่าและความแตกต่าง

3) ข้อมูลสินค้าควรถูกต้อง ครบถ้วน และชัดเจน ทั้งในเรื่องรายละเอียดขนาด สี วัสดุ วิธีการดูแลรักษา และรีวิวจากลูกค้า เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและส่งเสริมการตัดสินใจซื้อ

4) ควรมีการพัฒนาการตลาดออนไลน์อย่างเป็นระบบ โดยเน้นการเลือกช่องทางจำหน่ายที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และการส่งเสริมการตลาดที่ใช้เนื้อหาที่ดึงดูดใจ เช่น วิดีโอสาธิต รีวิวลูกค้า หรือเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์บนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค โดยเฉพาะเว็บไซต์ที่เน้นการรักษาความเป็นส่วนตัว เพื่อให้เข้าใจถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นและความตั้งใจในการซื้อ

2) ควรศึกษาปัจจัยด้านเทคโนโลยีหรือ UX/UI ของเว็บไซต์ร่วมกับส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการวิจัยครอบคลุมต่อบริบทการใช้งานจริงในยุคดิจิทัลมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2554). *มาตรฐานการพัฒนาผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์*. สำนักพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า.
- กำธร แจ่มจำรัส และคณะ. (2565). การยกระดับและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกของแหล่งท่องเที่ยวสัมผัสเสน่ห์วิถีชีวิตเมืองกรุงเก่า จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารศิลปการจัดการ*, 6(3), 1585–1603.
- คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง. (2566). *รายงานประจำปี 2566 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.
- จิตาภา รุ่งวิฑู และ ชลลดา สัจจานิตย์. (2565). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิก Spotify Premium. *วารสารนวัตกรรมธุรกิจ การจัดการและสังคมศาสตร์*, 3(2), 36–51.
- ชงโค ดรลาดพันธุ์ และ วิษณุ สมิตสุวรรณ. (2563). การตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคผ่านสื่อเครือข่ายออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 5(6), 118–131.
- ณัฐศา เดชานุกษา. (2565). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์และรูปแบบเครื่องมือสื่อสารตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ้าไทยและผ้าพื้นเมืองบนตลาดออนไลน์ในจังหวัดมหาสารคาม. *วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 6(2), 106–121.
- ณัตตยา เอี่ยมคง. (2565). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสินค้าวิสาหกิจชุมชนผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. *วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร*, 7(1), 9–20.
- ธีรวุฒิ ชูประเสริฐสุข และคณะ. (2565). ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของร้านโชคเจริญทรัพย์. *วารสารวิทยาการจัดการและการสื่อสาร*, 1(2), 91–110.

- นุสรุา แสงอร่าม และคณะ. (2566). แนวทางการทำการตลาดเพื่อสร้างคุณค่าและยกระดับผลิตภัณฑ์
เชรามิกของผู้ประกอบการระดับครัวเรือนจังหวัดลำปาง. *วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต*,
11(3), 204–214.
- พงศธร ศักดิ์ดำริวัฒน์ และ จูฑารีย์ ศิริมงคล. (2567). อิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ
ซื้อเสื้อผ้าผ่านแอปพลิเคชัน TikTok ของกลุ่ม Generation Z ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น.
วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 13(4), 104–120.
- พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์. (2563). การประยุกต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์มะพร้าว
ตามแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสมุทรสงคราม. *วารสารเศรษฐศาสตร์และกล
ยุทธ์การจัดการ*, 7(1), 95–108.
- พรรณภา สรสิทธิ์. (2566). ผลกระทบส่วนประสมการตลาดออนไลน์และพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ที่มี
อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ LAZADA Thailand ของผู้บริโภคในภาค
ตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 14(3), 123–138.
- รัชชานนท์ ชัยเจริญ และ ประพล เปรมทองสุข. (2566). อิทธิพลของความปลอดภัยในการซื้อสินค้าออนไลน์
และคุณภาพของสินค้าที่มีต่อความไว้วางใจและความจงรักภักดีของผู้ซื้อสินค้าออนไลน์. *วารสาร
นวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย*, 5(2), 291–304.
- วิศรา สู้สกุลสิงห์ และ วราวุธ ฤกษ์วรารักษ์. (2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อ
พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัด
พิษณุโลก. *วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 12(1), 99–117.
- วริวรรณ เจริญรูป และคณะ. (2562). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยการสร้างคุณค่าและ
มูลค่าเพิ่ม. *วารสารวิชาการแพรวกาฬสินธุ์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์*, 6(2), 315–330.
- วิเชียร วงศ์นิชชากุล. (2550). *การบริหารการส่งเสริมการตลาด*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพฯ.
- วิวัฒน์ วนาสวรรณกุล และ ยุพาวรรณ วรณวานิชย์. (2566). อิทธิพลของส่วนประสมทาง การตลาดออนไลน์
ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อนาฬิกาข้อมือผ่านดิกต็อกไลฟ์. *Procedia of Multidisciplinary Research*,
1(5), 36.
- วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย และคณะ. (2567). ส่วนประสมทางการตลาดสมัยใหม่ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำใน
การช้อปปิ้งออนไลน์ของลูกค้าในกรุงเทพฯ และปริมณฑล. *วารสารปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทาง
สังคมศาสตร์*, 3(2), 31–47.
- วีรยุทธ ชูติมารังสรรค์ และ ณัฐกานต์ ชูติมารังสรรค์. (2566). ผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อ
การตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*,
18(63), 60–67.

- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2558). *การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์* (พิมพ์ครั้งที่ 25). โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่ (Marketing Management)* (ฉบับปรับปรุงใหม่ปี 2552). บริษัทธรรมสารจำกัด.
- สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดลำปาง. (2565). *แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมจังหวัดลำปาง ปี 2565*. สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดลำปาง.
- Armstrong, Gary and Kotler, Philip. (2009). *Marketing An Introduction [หลักการตลาด]* (พิมพ์ครั้งที่ 2). เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- Best, John W. (1970). *Research in Education*. Prentice-Hall.
- Chaffey, D., and Smith, P. R. (2017). *Digital marketing excellence: Planning, optimizing and integrating online marketing* (5th ed.). Routledge.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Routledge.
- Grewal, D., and Levy, M. (2008). *Marketing*. McGraw-Hill Irwin.
- Kotler, P. (2017). Philip Kotler some of my adventures in marketing. *Journal of historical research in marketing*, 9(2), 203-208.
- Kotler, P., and Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Pearson Prentice Hall.

การพัฒนาโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตนโดยการประยุกต์ใช้ไพ่ทาโรต์เพื่อเสริมสร้างพลังสุขภาพจิต
สำหรับนักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

Development of Personal Growth Group Program by Applying Tarot Card
on Improving Resilience Quotient of Students at Faculty of Education,
Kanchanaburi Rajabhat University

รุ่งรอง งามศิริ¹ กรรณิการ์ พันทอง^{2*} มลฤดี โอปมาวุฒิกุล³ และ สายชล เทียนงาม⁴

Rungrong Ngamsiri¹ Kannika Phantong^{2*} Monluedee Opamawutthikul³ and Saichon Thienngam⁴

^{1,2}หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

³หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์ทั่วไป คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

⁴หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการประถมศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

^{1,2}Bachelor of Education, Faculty of Education, Kanchanaburi Rajabhat University

³Bachelor of Education, Program in General Science, Faculty of Education,
Kanchanaburi Rajabhat University

⁴Bachelor of Education, Program in Elementary Education, Faculty of Education,
Kanchanaburi Rajabhat University

*Corresponding author's email: aor_kannika@kru.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

22 เมษายน 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

21 มิถุนายน 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

21 มิถุนายน 2568

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตนโดยการประยุกต์ใช้ไพ่ทาโรต์เพื่อเสริมสร้างพลังสุขภาพจิตสำหรับนักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี 2) เพื่อศึกษาประสิทธิภาพและประสิทธิผลของโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตนโดยการประยุกต์ใช้ไพ่ทาโรต์เพื่อเสริมสร้างพลังสุขภาพจิตสำหรับนักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี จำนวน 10 คน มีเกณฑ์การคัดเลือก คือ มีอายุ 18 ปี ขึ้นไป อาศัยอยู่หอพักหรือบ้านในละแวกใกล้เคียงกับมหาวิทยาลัย และเป็นผู้ที่มีภาวะสุขภาพจิตปกติโดยเป็นบุคคลที่ไม่มีประวัติการรักษาหรือกำลังอยู่ในระหว่างการรักษาโรคทางจิตเวช ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยและพัฒนา (R&D) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบประเมินพลังสุขภาพจิตที่พัฒนาโดยกรมสุขภาพจิต แบบประเมินประสิทธิภาพของโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตน และโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตนโดยการประยุกต์ใช้ไพ่ทาโรต์ เพื่อเสริมสร้างพลังสุขภาพจิตที่ผู้วิจัยพัฒนาจาก 3 องค์ประกอบของพลังสุขภาพจิต ประกอบด้วย ความสามารถในการทนต่อภาวะกดดันได้ ความสามารถในการยอมรับการช่วยเหลือและความสามารถในการจัดการกับปัญหา สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิต

ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบวิลคอกซอล ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตน ดำเนินกิจกรรม จำนวน 5 กิจกรรม ซึ่งจากการวิพากษ์ของผู้เชี่ยวชาญ พบว่า มีค่าดัชนีความสอดคล้อง ค่า IOC ของแต่ละกิจกรรมอยู่ระหว่าง 0.80 – 1.00 และประสิทธิภาพของโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตนโดยการประยุกต์ใช้ไพ่ทาโรต์เพื่อเสริมสร้างพลังสุขภาพจิต มีค่าประสิทธิภาพเท่ากับ 3.61 จากคะแนนเต็ม 4.00 และประสิทธิผลของโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตนโดยการประยุกต์ใช้ไพ่ทาโรต์เพื่อเสริมสร้างพลังสุขภาพจิตมีประสิทธิภาพในการเพิ่มพลังสุขภาพจิตของนักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี โดยค่าเฉลี่ยของพลังสุขภาพจิต ในระยะหลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: โปรแกรมกลุ่ม, พลังสุขภาพจิต, ไพ่ทาโรต์

ABSTRACT

This research aimed to 1) develop a self-development group program applying Tarot cards to enhance mental resilience for students in the Faculty of Education at Kanchanaburi Rajabhat University, and 2) assess the efficiency and effectiveness of this program. The participants in this study were ten students from the Faculty of Education at Kanchanaburi Rajabhat University. The selection criteria required that participants be at least 18 years old, reside in dormitories or homes near the university, and have normal mental health status. Individuals with a history of psychiatric treatment or those currently undergoing psychiatric care were excluded from the study. The study employed a research and development (R&D) methodology. The instruments used included the mental health strength assessment developed by the Department of Mental Health, Thailand, the evaluation form for the effectiveness of the self-development group program and a self-development group program utilizing Tarot cards, designed by the researchers based on three key components of mental resilience: stress tolerance, openness to assistance, and problem-solving skills. The data were analyzed using arithmetic mean, standard deviation, and the Wilcoxon signed-rank test. The findings revealed that a self-development group program was developed, consisting of five structured activities. Based on expert validation, the Index of Item-Objective Congruence (IOC) for each activity ranged from 0.80 to 1.00, indicating a high level of content validity and the program achieved an efficiency score of 3.61 out of 4.00. Additionally, the program effectively enhanced the mental resilience of students in the Faculty of Education

at Kanchanaburi Rajabhat University, with post-experimental mental resilience scores significantly higher than pre-experimental scores at the 0.01 level.

Keywords: Group Program, Resilience Quotient, Tarot Card

บทนำ

สถานการณ์ปัจจุบันกลุ่มนักศึกษามีแนวโน้มที่จะเผชิญกับความเครียด วิตกกังวล มีผลมาจากหลายสาเหตุ ภาวะของความกดดันจากการแข่งขัน การเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตัวมากกว่าส่วนรวม ไม่ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ขาดการเข้าใจความรู้สึกของผู้อื่นที่เป็นเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน ภาวะดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพจิตของนักศึกษาเป็นอย่างมาก ซึ่งก็อาจจะส่งผลกระทบต่อระบบการทำงานของร่างกายทำให้เกิดความผิดปกติตามมาได้เช่นกัน (Hillary, 1997) ซึ่งผู้วิจัยได้ปฏิบัติหน้าที่สอนนักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรีพบข้อเท็จจริงว่านักศึกษาต้องเผชิญกับปัญหาและอุปสรรคหลายด้าน เนื่องจากนักศึกษารับการให้คำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ประจำวิชา รวมถึงการขอรับบริการให้คำปรึกษาจากอาจารย์กลุ่มวิชาจิตวิทยา พบว่า ปัญหาและอุปสรรคของนักศึกษาทั้งการเรียน ครอบครัว หรือเรื่องส่วนตัว จะทำให้เกิดภาวะอารมณ์ขาดสมดุลทางจิตใจ เหนื่อยล้าทางอารมณ์ ทั้งนี้ปัญหาที่เกิดขึ้นแต่ละคนอาจมีระดับของการรับมือแตกต่างกันออกไป เป็นเหตุให้เกิดความเสียใจอย่างรุนแรงจนมีอาการซึมเศร้า นอนไม่หลับ หดหู่ใจ หงุดหงิด โกรธง่าย รู้สึกท้อแท้และเบื่อชีวิต ซึ่งถ้าหากนักศึกษาต้องเผชิญปัญหาภาวะวิกฤตอย่างต่อเนื่องย่อมส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงที่จะนำไปสู่ภาวะที่ผิดปกติ ในทางตรงข้ามสำหรับนักศึกษาบางรายเมื่อต้องเผชิญกับปัญหาภาวะวิกฤตอย่างต่อเนื่องก็ยังสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างปกติสุข ดังที่กรอทเบิร์ก (Grotberg, 1995) กล่าวว่า การที่บุคคลนั้นมี “พลังสุขภาพจิต” ถือว่าเป็นความสามารถในการพาตัวเองกลับสู่ความสมดุลของชีวิต เป็นความสามารถในการจัดการทางอารมณ์ และจิตใจในการปรับตัวและฟื้นตัวกลับสู่ภาวะปกติได้

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะเสริมสร้างพลังสุขภาพจิตสำหรับนักศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี โดยการประยุกต์ใช้ไพ่ทาโรต์ร่วมกับกระบวนการให้การปรึกษากลุ่มมาพัฒนาเป็นโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตน ซึ่งนำไพ่ทาโรต์มาเป็นเครื่องมือสื่อกลางรูปแบบหนึ่งที่นำมาผสมผสานให้กับผู้รับการปรึกษาให้เกิดความสนใจมีส่วนร่วม แลกเปลี่ยนประเด็น เนื้อหาที่จะพูดคุยในกระบวนการให้การปรึกษากลุ่ม เพื่อให้เกิดการเข้าใจตนเองเข้าใจผู้อื่นผ่านการแปลความหมายจากไพ่ทาโรต์ ทั้งการแปลความหมายจากมุมมองด้านใน (Insight out) เป็นการแปลความหมายตามอารมณ์ความรู้สึก (Sense) ของผู้อ่านไพ่ และการแปลความหมายจากมุมมองด้านนอก (Outsight in) เป็นการแปลความหมายตามเจตนาของผู้วาดไพ่ ซึ่งการนำไพ่ทาโรต์มาผนวกเข้ากับการให้การปรึกษาและการบำบัดทางจิตวิทยา ดังที่ Semetsky (2005) ได้ทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่าง 15 คน ทำการอ่านความหมายไพ่ในแต่ละตำแหน่งในขั้นตอนนี้เสมือนเป็นการสร้างสัมพันธภาพ (Therapeutic Relationship) หลังการฟังและร่วมอภิปรายความหมายของไพ่ทั้งหมดแล้ว กลุ่มตัวอย่างสะท้อนความเห็นที่มีต่อการใช้ไพ่ทาโรต์ในการบำบัดนี้ว่า

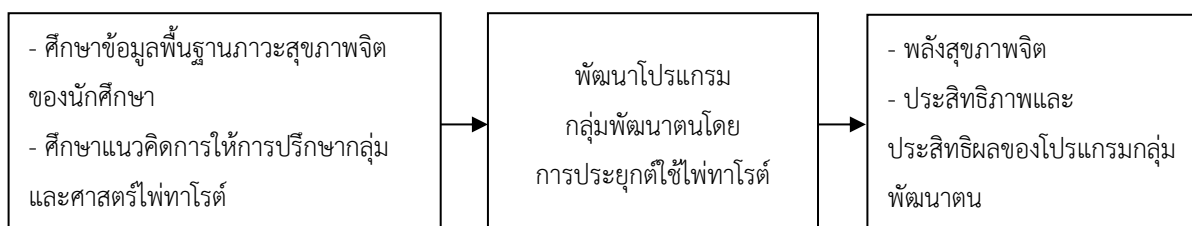
ร้อยละ 80 ของกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าผลการอ่านความหมายตอบจุดประสงค์ที่ต้องการ ร้อยละ 93 ของกลุ่มตัวอย่างยอมรับว่าผลการอ่านมีความสำคัญต่อการทำนายความรู้สึกนึกคิดของบุคคล ทั้งนี้ การนำแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้เพื่อเสริมสร้างพลังสุขภาพจิตสำหรับนักศึกษา ในการค้นพบแนวทางในการลดปัญหาที่เป็นปัจจัยเสี่ยงที่ก่อให้เกิดอาการทางสุขภาพจิตของนักศึกษา กระตุ้นให้นักศึกษามีความหวัง มีการเห็นคุณค่าในตนเอง เป็นภูมิคุ้มกันให้สามารถพาตัวเองผ่านพ้นวิกฤติ เผชิญกับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ (Luthans and Youssef, 2004) และเกิดความต้องการในการเปลี่ยนแปลงตนเองส่งผลต่อการเรียน การดำเนินชีวิตที่สมดุลต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตนโดยการประยุกต์ใช้ไฟท์การ์ดเพื่อเสริมสร้างพลังสุขภาพจิตสำหรับนักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
2. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพและประสิทธิผลของโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตนโดยการประยุกต์ใช้ไฟท์การ์ดเพื่อเสริมสร้างพลังสุขภาพจิตสำหรับนักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตนโดยการประยุกต์ใช้ไฟท์การ์ด เพื่อเสริมสร้างพลังสุขภาพจิตสำหรับนักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี เป็นการนำเอาแนวคิดเกี่ยวกับศาสตร์ไฟท์การ์ดและกระบวนการให้การปรึกษากลุ่มมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตนที่นักศึกษาเกิดกระบวนการภายในตนเองที่มีความสามารถในการกลับคืนสู่สภาพเดิมได้ กระบวนการดังกล่าว คือ การเกิดพลังสุขภาพจิต หรือ RQ (Resilience Quotient) โดยแสดงกรอบแนวคิดการวิจัยไว้ในภาพประกอบ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี หมายเลข SCP006/2566 ใช้ระเบียบวิธีวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย 4 ขั้นตอน คือ การวิจัย1 (R1) การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน, การพัฒนา1 (D1) การพัฒนาโปรแกรม, การวิจัย2 (R2) การทดลองใช้นำร่อง (Pilot Study),

และการพัฒนา2 (D2) การปรับปรุงโปรแกรมการศึกษาประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยมีขั้นตอนดำเนินการดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

R1 : การศึกษาข้อมูลพื้นฐานจากเอกสารและนำผลการศึกษามาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการพัฒนาโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตนโดยการประยุกต์ใช้ไฟฟ้าโรตเพื่อเสริมสร้างพลังสุขภาพจิต

D1 : การพัฒนาโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตนโดยการประยุกต์ใช้ไฟฟ้าโรตเพื่อเสริมสร้างพลังสุขภาพจิต ซึ่งมีการวิพากษ์ร่างโปรแกรม โดยกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้เกี่ยวกับศาสตร์ไฟฟ้าโรต จำนวน 12 คน มีเกณฑ์การคัดเลือก คือ เคยมีประสบการณ์เป็นวิทยากรกระบวนการที่ใช้ไฟฟ้าโรตเป็นเครื่องมือในการจัดกระบวนการเพื่อการพัฒนาตน หรือมีประสบการณ์ในการเข้าร่วมกิจกรรมการอบรม ในลักษณะที่เป็นการใช้ไฟฟ้าโรตในการพัฒนาตน คือ หลักสูตร “การค้นพบตนเองผ่านไฟฟ้าโรต” จากสถาบันธรรมวรรณศิลป์ ครบตลอดหลักสูตรจำนวน 6 วัน และสอบผ่านตามเกณฑ์การประเมินของหลักสูตร และกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้เชี่ยวชาญเพื่อประเมินความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตน โดยการประยุกต์ใช้ ไฟฟ้าโรตเพื่อเสริมสร้างพลังสุขภาพจิต จำนวน 5 คน มีเกณฑ์การคัดเลือก คือ มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาโท สาขาจิตวิทยาการให้การปรึกษาหรือสาขาจิตวิทยาคลินิก

R2 : การทดลองนำร่อง (Try Out) แบบประเมินพลังสุขภาพจิต และทดลองใช้นำร่อง (Pilot Study) โปรแกรมกลุ่มพัฒนาตนโดยการประยุกต์ใช้ไฟฟ้าโรตเพื่อเสริมสร้างพลังสุขภาพจิต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาผลการทดลองใช้แบบประเมินพลังสุขภาพจิต คือ นักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี จำนวน 100 คน มีเกณฑ์การคัดเลือก คือ เป็นนักศึกษาสังกัดคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี และมีอายุ 18 ปี ขึ้นไป และกลุ่มตัวอย่างใช้ในการศึกษาผลการทดลองใช้นำร่องโปรแกรม คือ นักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี จำนวน 10 คน มีเกณฑ์การคัดเลือก คือ เป็นนักศึกษาสังกัดคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี และมีอายุ 18 ปี ขึ้นไป ที่พักอาศัยอยู่ในหอพักของมหาวิทยาลัย หรือพักอยู่หอพักหรือบ้านในละแวกใกล้เคียงกับมหาวิทยาลัย เนื่องจากกิจกรรมเป็นกลุ่มแบบมาราธอน ซึ่งหลังจากกิจกรรมเสร็จสิ้นจะเป็นช่วงเวลาหลัง 20.00 น. และเป็นผู้ที่มีภาวะสุขภาพจิตปกติโดยเป็นบุคคลที่ไม่มีประวัติการรักษาหรือกำลังอยู่ในระหว่างการรักษาโรคทางจิตเวช

D2 : การศึกษาประสิทธิภาพและการหาประสิทธิผลของโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตน โดยการประยุกต์ใช้ไฟฟ้าโรต เพื่อเสริมสร้างพลังสุขภาพจิตสำหรับนักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี กลุ่มเป้าหมายที่ใช้สำหรับการศึกษาประสิทธิภาพของโปรแกรมกลุ่ม คือ ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน โดยมีคุณสมบัติเป็นผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการให้การปรึกษา และกลุ่มเป้าหมายที่ใช้สำหรับหาประสิทธิผลของโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตนฯ ฉบับสมบูรณ์ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 คน เกณฑ์การคัดเลือกเช่นเดียว กลุ่มตัวอย่างใช้ทดลองนำร่อง (Pilot Study)

เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล

1. แบบประเมินพลังสุขภาพจิต ซึ่งผู้วิจัยนำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบประเมินพลังสุขภาพจิตที่พัฒนาโดยกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข เพื่อนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินประสิทธิผลของโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตน ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 4 ระดับ คือ ไม่จริง จริงบางครั้งค่อนข้างจริง จริงมาก และมีจำนวน 20 ข้อคำถาม แบ่งเนื้อหาเป็น 3 ด้าน คือ ด้านที่ 1 ด้านความสามารถในการทนต่อภาวะกดดัน จำนวน 10 ข้อคำถาม ด้านที่ 2 ด้านความสามารถในการยอมรับการช่วยเหลือ จำนวน 5 ข้อคำถาม และด้านที่ 3 ด้านความสามารถในการจัดการกับปัญหา จำนวน 5 ข้อคำถาม

2. โปรแกรมกลุ่มพัฒนาตนโดยการประยุกต์ใช้ไฟทาโรต์เพื่อเสริมสร้างพลังสุขภาพจิตสำหรับนักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี พัฒนาจากแนวคิดหลัก 2 แนวคิด คือ การให้การปรึกษากลุ่ม และศาสตร์ไฟทาโรต์ ซึ่งมีหัวข้อ ดังนี้ หลักการ วัตถุประสงค์ โครงสร้าง ระยะเวลา บทบาทของผู้นำกลุ่ม บทบาทของสมาชิกกลุ่ม การจัดสภาพแวดล้อม สื่อและอุปกรณ์ และแนวทางการสนทนากิจกรรมทั้งหมด 5 กิจกรรมๆ ละ 2 ชั่วโมง เนื่องจากเป็นการให้การปรึกษาแบบมาราธอน จึงจัดกิจกรรมจำนวน 10 ชั่วโมงต่อเนื่องกัน

3. แบบประเมินประสิทธิภาพของโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตนโดยการประยุกต์ใช้ไฟทาโรต์เพื่อเสริมสร้างพลังสุขภาพจิตสำหรับนักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี โดยมีประเด็นการประเมินตามมาตรฐาน 5 เกณฑ์ คือ ความถูกต้อง ความเป็นประโยชน์ ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นนัยทั่วไป รวมจำนวนทั้งสิ้น 15 ข้อ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. แบบประเมินพลังสุขภาพจิตที่พัฒนาโดยกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข โดยวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ (Cronbach Alpha Coefficient) พบว่ามีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ $r = 0.79$

2. โปรแกรมกลุ่มพัฒนาตนโดยการประยุกต์ใช้ไฟทาโรต์เพื่อเสริมสร้างพลังสุขภาพจิตสำหรับนักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี เสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เพื่อประเมินความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับเนื้อหา และหาค่าดัชนีความสอดคล้อง โดยใช้สูตร IOC พบว่ามีค่า IOC เท่ากับ 1.00 จำนวน 3 กิจกรรม และค่า IOC เท่ากับ 0.80 จำนวน 2 กิจกรรม ซึ่งทุกกิจกรรมมีค่าดัชนีความสอดคล้องผ่านตามเกณฑ์ที่กำหนด

3. แบบประเมินประสิทธิภาพของโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตนโดยการประยุกต์ใช้ไฟทาโรต์เพื่อเสริมสร้างพลังสุขภาพจิตสำหรับนักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี เสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบระดับประสิทธิภาพเป็นรายได้ตามเกณฑ์การประเมิน พบว่าแต่ละรายด้านมีค่าประสิทธิภาพ 3.53 – 3.67 ซึ่งมีค่าประสิทธิภาพทุกรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด

วิธีรวบรวมข้อมูล

กระบวนการกลุ่มพัฒนาตนดำเนินการกับนักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี ทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีความสมัครใจเข้าร่วมการวิจัย จำนวน 10 คน ผู้นำกลุ่มเริ่มต้นกระบวนการกลุ่มพัฒนาตนโดยการให้การปรึกษากลุ่มแบบมาราธอน จำนวน 5 กิจกรรม รวม 10 ชั่วโมง โดยดำเนินการต่อเนื่องกัน และนำคะแนนพลังสุขภาพจิตในระยะก่อนและหลังการใช้โปรแกรมมาเปรียบเทียบกัน เพื่อให้ผลการศึกษาประสิทธิผล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประเมินประสิทธิผลของโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตน โดยการเปรียบเทียบคะแนนพลังสุขภาพจิตในระยะก่อนการกับระยะหลังการเข้าร่วมโปรแกรมกลุ่มใช้การทดสอบด้วยสถิติวิลคอกซัน (Wilcoxon's Matched-pairs Signed-ranks Test)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยขั้นที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานการพัฒนาโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตนโดยการประยุกต์ใช้ไฟทาโรต์เพื่อเสริมสร้างพลังสุขภาพจิตสำหรับนักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้ไฟทาโรต์ร่วมกับกระบวนการให้การปรึกษากลุ่มมาใช้ในการจัดกิจกรรมซึ่งดำเนินการตาม 3 ขั้นตอน คือ ขั้นเริ่มต้น ขั้นดำเนินการ และขั้นยุติการให้การปรึกษา โดยกิจกรรมที่ 1 เป็นกิจกรรมปฐมนิเทศ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เป็นการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการเข้าร่วมกิจกรรม ข้อปฏิบัติกรเข้าร่วมกิจกรรม และเป็นการสร้างความเข้าใจหลักการแปลความหมายของไฟทาโรต์ กิจกรรมที่ 2 ถึงกิจกรรม 4 เป็นกิจกรรมที่เป็นการเสริมสร้างพลังสุขภาพจิต 3 ด้าน สอดคล้องกับคำนิยามของพลังสุขภาพจิตที่ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ โดยที่ กิจกรรมที่ 2 เป็นการเสริมสร้างพลังสุขภาพจิตด้านความสามารถในการทนต่อภาวะกดดัน กิจกรรมที่ 3 เป็นการเสริมสร้างพลังสุขภาพจิตด้านความสามารถในการยอมรับการช่วยเหลือ กิจกรรมที่ 4 เป็นการเสริมสร้างพลังสุขภาพจิตด้านความสามารถในการจัดการกับปัญหา และกิจกรรมที่ 5 เป็นกิจกรรมสรุป ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เป็นการเสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญและวิธีการดำเนินชีวิตเพื่อเสริมสร้างพลังชีวิต

ตารางที่ 1 กิจกรรมของโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตนโดยการประยุกต์ใช้ไฟทาโรต์เพื่อเสริมสร้างพลังสุขภาพจิตสำหรับนักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

กิจกรรม	จุดประสงค์
1. การปฐมนิเทศ	1.1 เพื่อสร้างความเข้าใจวัตถุประสงค์และข้อปฏิบัติกรเข้าร่วมกิจกรรม 1.2 เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจหลักการแปลความหมายของไฟทาโรต์ 1.3 เพื่อเสริมสร้างทักษะการแปลความหมายของไฟทาโรต์

ตารางที่ 1 (ต่อ)

กิจกรรม	จุดประสงค์
2. การเสริมสร้าง ความสามารถใน การทนต่อภาวะกดดัน	2.1 เพื่อเสริมสร้างการตระหนักรู้ในตนเองทั้งความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมกับสภาวะปัจจุบัน 2.2 เพื่อให้เสริมสร้างพลังสุขภาพจิตด้านความสามารถในการทนต่อภาวะกดดัน
3. การเสริมสร้าง ความสามารถใน การยอมรับ การช่วยเหลือ	3.1 เพื่อเสริมสร้างการรับรู้ความสัมพันธ์ระหว่างความตึงเครียดและความผ่อนคลาย 3.2 เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการระบุบุคคลที่คอยให้ความสนับสนุนและสามารถช่วยเหลือในเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ผ่านมาในชีวิต 3.3 เพื่อเสริมสร้างพลังสุขภาพจิตด้านความสามารถในการยอมรับการช่วยเหลือ
4. การเสริมสร้าง ความสามารถใน การจัดการกับปัญหา	4.1 เพื่อเสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับแนวทางการจัดการกับปัญหาด้วยวิธีการที่ใช้ในการเผชิญกับ ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ 4.2 เพื่อเสริมสร้างพลังสุขภาพจิตด้านความสามารถในการจัดการกับปัญหา
5. สรุปบทเรียน	5.1 เพื่อให้เสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญและวิธีการดำเนินชีวิตเพื่อเสริมสร้างพลังชีวิต

ผลการวิจัยขั้นที่ 2 ผลการพัฒนาโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตน ซึ่งประกอบด้วย คำนำ สารบัญ หลักการ วัตถุประสงค์ โครงสร้าง ระยะเวลา บทบาทของผู้นำกลุ่ม บทบาทของผู้ช่วยผู้นำกลุ่ม บทบาทของสมาชิกกลุ่ม การจัดสภาพแวดล้อม สื่อหรืออุปกรณ์ และแนวการสอนทบทวนจัดกิจกรรม 5 กิจกรรม จากการวิพากษ์ของผู้เชี่ยวชาญ พบว่า มีค่าดัชนีความสอดคล้อง ค่า IOC ของแต่ละกิจกรรมอยู่ระหว่าง 0.80 – 1.00 และพบข้อเสนอแนะให้ปรับปรุง ได้แก่ “ควรมีการสาธิตหรืออธิบายหรือนำการฝึกตีความจากไฟท์การ์ดในเรื่องใกล้ตัว เพื่อปูพื้นทักษะในการเชื่อมโยงจากไฟท์การ์ดในกิจกรรมนี้ด้วย และเน้นย้ำว่าคำตอบที่ถูกต้องไม่จำเป็นต้องมีเพียงข้อเดียว” และ “ควรมีกิจกรรมนันทนาการโดยใช้ไฟท์การ์ดเป็นส่วนร่วม หรือกิจกรรมที่ได้ฝึกเชื่อมโยงคำสำคัญ (Key Word) และความหมายของไฟท์การ์ดให้มีประสบการณ์ในการตีความไฟท์การ์ดขึ้น”

ผลการวิจัยขั้นที่ 3 ผลการทดลองใช้นำร่อง โดยทดลองใช้แบบประเมินพลังสุขภาพจิตกับนักศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี จำนวน 30 คน แล้วนำผลการทดลองใช้มาวิเคราะห์หาค่าความเที่ยง พบว่าแบบประเมินพลังสุขภาพจิต มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Method) เท่ากับ 0.79 ส่วนผลการทดลองใช้โปรแกรมกลุ่มพัฒนาตนโดยการประยุกต์ใช้ไฟท์การ์ดเพื่อเสริมสร้างพลังสุขภาพจิตกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ในระยะก่อนการทดลองมีคะแนนเฉลี่ยของพลังสุขภาพจิต เท่ากับ 58.60 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 3.69 และในระยะหลังการทดลองมีคะแนนเฉลี่ยของพลังสุขภาพจิต เท่ากับ 66.20 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 4.26

ผลการวิจัยขั้นที่ 4 ผลการศึกษาประสิทธิภาพและประสิทธิผลของโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตนโดยการประยุกต์ใช้ไฟท์การ์ด เพื่อเสริมสร้างพลังสุขภาพจิตสำหรับนักศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี โดยผลการศึกษาประสิทธิภาพของโปรแกรมได้ให้ผู้เชี่ยวชาญประเมิน จากแบบประเมินที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นจำนวน 15 ข้อ

ตารางที่ 2 ผลการประเมินประสิทธิภาพรายด้าน และระดับประสิทธิภาพของโปรแกรม

การประเมิน ประสิทธิภาพด้าน	ค่าประสิทธิภาพ (คะแนนเต็ม 4)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ประสิทธิภาพ
ความถูกต้อง	3.60	0.45	มากที่สุด
ความเป็นประโยชน์	3.67	0.47	มากที่สุด
ความเหมาะสม	3.60	0.43	มากที่สุด
ความเป็นไปได้	3.53	0.45	มากที่สุด
ความเป็นนัยทั่วไป	3.60	0.43	มากที่สุด
รวม	3.60	0.37	มากที่สุด

จากตาราง โดยภาพรวมของการประเมินประสิทธิภาพโปรแกรมมีค่าประสิทธิภาพ เท่ากับ 3.60 ระดับมากที่สุด และผลการประเมินประสิทธิภาพรายด้าน เรียงลำดับจากน้อยไปมาก มีค่าอยู่ระหว่าง 3.53, 3.60, และ 3.67 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าค่าประสิทธิภาพรายด้าน ทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตนโดยการประยุกต์ใช้ไฟทาโรต์เพื่อเสริมสร้างพลังสุขภาพจิตสำหรับนักศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรีมีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมากที่สุด

ส่วนผลการศึกษาประสิทธิผลของโปรแกรม เป็นการนำคะแนนพลังสุขภาพจิตมาเปรียบเทียบกับระยะก่อนการทดลองและระยะหลังการทดลอง

ตารางที่ 3 ผลการประเมินการเปรียบเทียบคะแนนพลังสุขภาพจิตระยะก่อน และระยะหลังการเข้าร่วมโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตนโดยการประยุกต์ใช้ไฟทาโรต์เพื่อเสริมสร้างพลังสุขภาพจิต

การประเมิน (คะแนนรวม 80 คะแนน)	Min.	Max.	$\bar{X}$	SD	Mean Rank	Asymp.Sig (2-tailed)
ก่อนการทดลอง	48	69	59.50	5.82	5.50	0.005
หลังการทดลอง	53	76	66.20	7.24		

จากตาราง พบว่าระยะก่อนการใช้โปรแกรมมีค่าเฉลี่ย 59.50 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 5.82 และระยะหลังการใช้โปรแกรมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 66.20 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 7.24 และผลการทดสอบความแตกต่างโดยการทดสอบวิลคอกซัน (Wilcoxon) พบว่า คะแนนพลังสุขภาพจิตในระยะหลังการใช้โปรแกรม สูงกว่าคะแนนพลังสุขภาพจิตในระยะก่อนการใช้โปรแกรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงสรุปได้ว่าโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตนโดยการประยุกต์ใช้ไฟทาโรต์เพื่อเสริมสร้างพลังสุขภาพจิตมีประสิทธิภาพในการเพิ่มพลังสุขภาพจิตของนักศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

นอกจากนั้นผู้วิจัยได้สรุปประเด็นที่ได้จากการสนทนา ขณะการเข้าร่วมโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตนเพื่อนำผลการให้ข้อมูลมาสนับสนุนประสิทธิภาพและประสิทธิผลของโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตนโดย

การประยุกต์ใช้ไฟฟ้าไร้เพื่อเสริมสร้างพลังสุขภาพจิต โดยสมาชิกกลุ่มได้แปลความหมายจากการอ่านไฟและนำมาเชื่อมโยงกับประสบการณ์ที่ตนได้พบ ตามองค์ประกอบของพลังสุขภาพจิต ทั้ง 3 ด้าน

ตารางที่ 4 สรุปประเด็นที่จากการสนทนาสัมภาษณ์ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตน

ประเด็น	Quotation	สรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์
ความสามารถในการทนต่อภาวะกดดัน (ไฟที่เปิดได้ : Ten of Cups ในภาพเป็นหญิงชายคู่หนึ่งโอบเอวด้านข้างมีเด็กสองคนเล่นกัน)	“ชีวิตที่ผ่านมาในอดีตเกี่ยวกับสถานการณ์ที่กดดัน มักเกิดจากบรรยากาศภายในครอบครัว ซึ่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิต การเรียน และจะได้ตอบทันทีด้วยคำพูดที่ใช้อารมณ์ เนื่องจากความรู้สึกตอนนั้นโกรธ ไม่พอใจกับสิ่งที่เกิดขึ้น แต่ก็พยายามที่จะอดทนไม่ให้อารมณ์แรง”	ความสามารถในการทนต่อภาวะกดดันของผู้ให้ข้อมูลจะเกิดการตระหนักรู้ว่าตนเองมีการจัดการทางความคิด ได้นำความคิดดังกล่าวมาทบทวนทำให้รับรู้สถานะของตนเอง มีความอดทนต่อต่อภาวะความกดดัน ความเครียดที่เกิดขึ้น รู้จักการเปลี่ยนแปลงตนเองเมื่อประสบกับปัญหาได้
ความสามารถในการยอมรับการช่วยเหลือ (ไฟที่เปิดได้ : The Magician ในภาพเป็นชายมือถือคทา ชีขึ้นด้านบน บนโต๊ะมีดาบเหรียญ ถ้วยไม้)	“บุคคลที่คิดว่าจะช่วยบรรเทาความทุกข์ใจให้ตนได้นั้น คือ อาจารย์ เพราะส่วนใหญ่ปัจจุบันใช้ชีวิตที่มหาวิทยาลัยมากกว่าที่บ้าน ถ้าเกิดปัญหาที่ต้องการความช่วยเหลือจะต้องขอความช่วยเหลือจากอาจารย์ก่อนเป็นลำดับแรก เพราะกลัวที่บ้านจะเป็นห่วง แต่ถ้าเรื่องนั้นมีความจำเป็นที่จะต้องเล่าให้ที่บ้านฟังก็จะบอกพ่อหรือแม่ก็เพื่อนสนิท”	ความสามารถในการยอมรับการช่วยเหลือของผู้ให้ข้อมูลได้ยอมรับและมีความไว้วางใจจากบุคคลรอบข้าง เมื่อเกิดสถานการณ์ที่ทำให้ตนทุกข์ใจแสวงหาสัมพันธภาพระหว่างตนเองและบุคคลที่ใกล้ชิด รับรู้ถึงการมีแรงสนับสนุนที่เกิดจากบุคคลและทรัพยากรรอบตัวที่คอยช่วยเหลือและสนับสนุน
ความสามารถในการจัดการกับปัญหา (ไฟที่เปิดได้ : Ten of Swords ในภาพเป็นชายมีดาบ 10 เล่มปักอยู่บนหลัง)	“ปัญหาที่กังวลใจจะเป็นเรื่องเรียนและการทำงานส่งผลให้ทันเวลา และการสอบใบประกอบวิชาชีพ ทุกข้อใจตั้งแต่ยังไม่ถึงเวลา ซึ่งตนเองรู้อย่างพอมีเวลาที่ต้องเตรียมตัวอ่านหนังสือ ศึกษาแนวทางแต่ก็ยังไม่คลายความกังวลนั้นเท่าที่ควร”	ความสามารถในการจัดการกับปัญหาของผู้ให้ข้อมูลจะใช้ประสบการณ์เดิมและการเตรียมพร้อมตนเองมาช่วยในการค้นหาสำรวจวิธีการแก้ไขปัญหา จัดการกับปัญหาให้เหมาะสมกับสถานการณ์

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตนโดยการประยุกต์ใช้ไฟฟ้าไร้เพื่อเสริมสร้างพลังสุขภาพจิตสำหรับนักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรีนั้น สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การพัฒนาโปรแกรมผู้วิจัยกำหนดขั้นตอนให้สอดคล้องกับหลักการพัฒนานวัตกรรมการจัดการเรียนรู้ของ พิชิต ฤทธิ์จรูญ (2559) ดังนี้ ขั้นที่ 1 การวิเคราะห์ปัญหาการเรียนรู้ จากสภาพการณ์ของนักศึกษาคณะครุศาสตร์ ที่นักศึกษาส่วนใหญ่มีความเสี่ยงกับการปัญหาทางสุขภาพจิต เนื่องจากนักศึกษาต้องปรับตัวกับ

กับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ทั้งด้านการดำรงชีวิตส่วนตัวและการเรียน ขั้นที่ 2 การศึกษาและเลือกนวัตกรรม เพื่อแก้ปัญหาการเรียนรู้ ผู้วิจัยเห็นถึงความจำเป็นที่จะต้องพัฒนานวัตกรรมเพื่อเป็นการเสริมสร้างให้นักศึกษามีพลังสุขภาพจิตที่เข้มแข็งขึ้น เพื่อให้ นักศึกษาสามารถเผชิญกับปัญหาที่จะเกิดขึ้นในขณะที่ศึกษาใน คณะครุศาสตร์ และเพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาสุขภาพจิตที่รุนแรง ผู้วิจัยจึงนำหลักการของการให้ การปรึกษากลุ่มมาใช้ในการแก้ปัญหาสุขภาพจิต และการพัฒนาตน ซึ่งจากการทบทองงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า มีงานวิจัยหลายชิ้นที่นำเอาการให้ การปรึกษากลุ่มมาใช้ในการแก้ไขปัญหาสุขภาพจิตและเสริมสร้างให้ ผู้เข้ารับการศึกษามีพฤติกรรมที่เหมาะสม ดังเช่น ชลพร กองคา และคณะ (2566); ทิพากร วงศ์คำปัน (2564); วันวิสา ดอกสันเทียะ (2565); บุญยวีร์ ขำภักดี (2564); ณภพร ชาญศึกษา (2563) เป็นต้น ขั้นที่ 3 การออกแบบ นวัตกรรม โดยกำหนดขอบข่ายของเนื้อหาสาระของโปรแกรม ฯ ตามองค์ประกอบของพลังสุขภาพจิต 3 ด้าน คือ ความสามารถในการทนต่อความกดดัน ความสามารถในการยอมรับความช่วยเหลือ และความสามารถใน การจัดการกับความเครียด (กรมสุขภาพจิต, 2563) และกระบวนการที่ใช้ในโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตน โดยการประยุกต์ใช้ไฟท์การ์ด มี 3 ขั้นตอน คือ ขั้นเริ่มต้น ขั้นดำเนินการ และขั้นยุติการให้ การปรึกษา ซึ่งทั้ง 3 ขั้นตอน มีการนำเอาการเปิดไฟท์การ์ดและการแปลความหมายของไฟท์ที่เปิดได้มาใช้ และมาอภิปราย แลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกันภายในกลุ่ม ขั้นที่ 4 การสร้างนวัตกรรม ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจัดเป็นนวัตกรรม ประเภทสื่อเอกสาร จึงจัดทำเป็นเอกสารโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตน ประกอบด้วย คำนำ สารบัญ หลักการ วัตถุประสงค์ โครงสร้าง ระยะเวลา บทบาทของผู้นำกลุ่ม บทบาทของผู้ช่วยผู้นำกลุ่ม บทบาทของสมาชิกกลุ่ม การจัดสภาพแวดล้อม สื่อหรืออุปกรณ์ และแนวการสอนทนา ขั้นที่ 5 การตรวจคุณภาพของนวัตกรรม โดยผู้เชี่ยวชาญ เป็นผู้ที่มีคุณวุฒิระดับปริญญาโททางด้านจิตวิทยาคลินิก 2 ราย และมีคุณวุฒิระดับปริญญาเอก ทางด้านการให้ การปรึกษา 3 ราย ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) พบว่ามีค่าดัชนี ความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.80 - 1.00 ขั้นที่ 6 การตรวจสอบประสิทธิภาพของนวัตกรรมโดยการทดลองใช้ นำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 คน พบว่าหลังการจัดกิจกรรมตามโปรแกรม นักศึกษามีคะแนน เฉลี่ยพลังสุขภาพจิตสูงกว่าก่อนการใช้โปรแกรม และมีการสรุปประเด็นจากการสนทนามาร่วมวิเคราะห์ หาข้อสรุปในการปรับปรุงโปรแกรมให้มีเหมาะสมขึ้น และขั้นที่ 7 การรายงานผลการพัฒนานวัตกรรม โดยจัดทำเป็นเอกสารรายงานการวิจัย และมีโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตนโดยการประยุกต์ใช้ไฟท์การ์ด เพื่อเสริมสร้างพลังสุขภาพจิตสำหรับนักศึกษา คณะครุศาสตร์

2. จากการพัฒนาโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตนตามการอภิปรายข้อ 1 แล้ว ผู้วิจัยนำโปรแกรมกลุ่มพัฒนา ตนมาหาประสิทธิภาพ ซึ่งนำเกณฑ์การประเมินประสิทธิภาพจาก เอ็มอัชมา วัฒนบุรณนทร์ (2561) ประกอบด้วย มีความถูกต้อง มีความเป็นประโยชน์ มีความเหมาะสม มีความเป็นไปได้ และมีความเป็น นัยทั่วไปมาใช้เป็นเกณฑ์การประเมิน ซึ่งได้รับการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญให้คะแนนทั้ง 5 ด้าน มีประสิทธิภาพ ในระดับมากที่สุด และหลังการทดลองใช้โปรแกรมกลุ่มพัฒนาตนโดยการประยุกต์ใช้ไฟท์การ์ดเพื่อเสริมสร้าง พลังสุขภาพจิตสำหรับนักศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี นักศึกษามีพลังสุขภาพจิต

สูงกว่าก่อนการทดลองใช้โปรแกรม แสดงว่าโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตนมีประสิทธิภาพในการเพิ่มพลังสุขภาพจิต ซึ่งแสดงว่าผลการวิจัยครั้งนี้เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้มีการนำกระบวนการให้การปรึกษากลุ่มแบบมาราธอน จำนวน 10 ชั่วโมง โดยกิจกรรมที่ 1 (ชั่วโมงที่ 1 – 2) กระบวนการในการพัฒนาเริ่มต้นจากการสัมพันธภาพที่ดีระหว่างบุคคล เกิดบรรยากาศความรู้สึกไว้วางใจ และกล้าเปิดเผยตนเองทั้งความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรม (Corey, 1985) ซึ่งจะช่วยให้อารมณ์และการสนทนาเกิดการโต้ตอบ และการสื่อสารสองทางภายในกลุ่มเกิดกระบวนการการเรียนรู้และการปรับตัวร่วมกัน การนำกระบวนการให้คำปรึกษากลุ่มมาใช้ในการดำเนินการกระตุ้นจากปัจจัยภายในให้เกิดความมั่นคงในจิตใจ (Sasse, 1981) ดึงศักยภาพและความสามารถในการจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้น (กรมสุขภาพจิต, 2563) ทั้งนี้แนวคิดเกี่ยวกับไพทากอรัสมีความเชื่อว่าจะช่วยให้เข้าใจถึงจิตใต้สำนึก (Unconscious) ของบุคคลได้ ซึ่งสอดคล้องกับหลักทฤษฎีจิตวิเคราะห์ของฟรอยด์ (Freud, 1923) ที่เชื่อว่า จิตใต้สำนึกของคนเป็นเบื้องหลังของการแสดงพฤติกรรมของบุคคล และช่วยกระตุ้นให้บุคคลได้แสดงความคิด อารมณ์ และความรู้สึกของตนเองออกมา ผู้วิจัยจึงให้สมาชิกกลุ่มตีความหมายของไฟจากจิตใต้สำนึก แล้วนำมาสนทนาในกระบวนการของการให้การปรึกษากลุ่ม ทั้งนี้ กิจกรรมที่ 2 (ชั่วโมงที่ 3 – 4) เป็นกระบวนการพัฒนาความสามารถของนักศึกษาในการอดทนต่อสถานการณ์ที่ทำให้เกิดความวิตกกังวล ความเครียดหรือสถานการณ์ที่ต้องเผชิญอย่างยากลำบาก ทั้งเรื่องครอบครัว การเรียน การสร้างสัมพันธภาพกับเพื่อน และการเงิน ตามที่กรมสุขภาพจิต (2563) กล่าวว่า บุคคลจำเป็นต้องมีความสามารถในการทนต่อภาวะกดดันได้ การเข้าใจสถานะจิตใจ อารมณ์ และความคิดที่เกิดจากปัจจัยภายในตนเอง โดยต่อมากิจกรรมที่ 3 (ชั่วโมงที่ 5 – 6) องค์ประกอบต่อมา คือ ความสามารถในการยอมรับการช่วยเหลือ เป็นความสามารถในการรับรู้ถึงการมีแรงสนับสนุนที่เกิดจากทรัพยากรภายนอกที่คอยช่วยเหลือและสนับสนุน การสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น เป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลตระหนักว่าตนเองเป็นผู้มีคุณค่าและมีความหมาย (Greenberg and Gold, 1994) มีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม นอกจากนั้นยังกระตุ้นความสามารถในการขอความช่วยเหลือหรือกำลังใจจากมิตร ทั้งบุคคลในครอบครัว เพื่อน ครู อาจารย์ และแหล่งสนับสนุนทางสังคมต่างๆ (American Psychological Association, 2004) ซึ่งบรรยากาศระหว่างสมาชิกกล่าวถึงบุคคลที่ระลึกรู้ถึงในทัศนคติทางบวก แสดงถึงความสัมพันธ์ที่มีคุณค่าและสนับสนุนทางจิตใจเพื่อเตรียมพร้อมในการรับมือเมื่อต้องเจอปัญหาและอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นได้ สำหรับองค์ประกอบสุดท้าย คือ ความสามารถในการจัดการกับปัญหา เป็นความสามารถในการใช้ประสบการณ์แก้ปัญหา มีทักษะในการเผชิญกับปัญหาอย่างสร้างสรรค์ มีการหาแหล่งสนับสนุนทางสังคมเพื่อหาแนวทางจัดการกับสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม ซึ่งการพัฒนาความสามารถดังกล่าวดำเนินการกิจกรรมที่ 4 (ชั่วโมงที่ 7 – 8) กิจกรรมนี้มีเป้าหมายให้เกิดการเรียนรู้เข้าใจชีวิตมากขึ้น มีเหตุผลมากขึ้นมองเห็นแนวทางหรือแหล่งสนับสนุนในการปรับเปลี่ยนวิถีการใช้ชีวิตที่เป็นสุขมากกว่าเดิม (กรมสุขภาพจิต, 2563) เป็นการที่ผู้เข้าร่วมกลุ่มมีความสามารถในการจัดการกับสถานการณ์และสภาพแวดล้อม ให้สอดคล้องกับความต้องการของตนเองได้ สามารถมองหาแนวทางข้อดี ข้อเสียของเลือกใช้โอกาสรอบตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Ryff, 1989) และใน การดำเนินกิจกรรมครั้งสุดท้าย กิจกรรมที่ 5

(ชั่วโมงที่ 9 - 10) เป็นการแลกเปลี่ยน พูดคุยประเด็นการทำความเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญและวิธีการดำเนินชีวิตเพื่อเสริมสร้างพลังชีวิต

ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากการวิจัยได้นำศาสตร์ของไฟทาโรต์มาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นสื่อกลางในการตีความหมายจากจิตใต้สำนึกของสมาชิกกลุ่ม ดังนั้นผู้นำกลุ่มและผู้ช่วยผู้นำกลุ่มควรมีความรู้หรือศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับการแปลความหมายของไฟทาโรต์ ทั้งการแปลความหมายจากมุมมองด้านในและการแปลความหมายจากมุมมองด้านนอก ทั้งนี้สามารถใช้คู่มือการแปลความหมายของไฟทาโรต์ร่วมกับการทำกิจกรรมได้ และสามารถปรับปรุงโปรแกรมกลุ่มพัฒนาตนไปใช้กับประชากรกลุ่มอื่น เช่น นักศึกษาในสถาบันการศึกษาในบริบทที่แตกต่างกันไป หรือกลุ่มวัยทำงานเพื่อฟื้นฟูพลังสุขภาพจิต

เอกสารอ้างอิง

- กรมสุขภาพจิต. (2563). *เปลี่ยนร้ายกลายเป็นดี พลังสุขภาพจิต (RQ: Resilience Quotient)* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข.
- ชลพร กองคา และคณะ. (2566). การพัฒนารูปแบบการให้การปรึกษากลุ่มแบบกวนิยมเพื่อเสริมสร้างความตระหนักรู้ในการนอนหลับของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา. *วารสารการพยาบาลจิตเวชและสุขภาพจิต*, 37(3), 53-75.
- ณภสร หาญศึกษา. (2563). ผลของการให้การปรึกษากลุ่มแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาความเข้มแข็งภายในตนเองของนักเรียนมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 โรงเรียนแห่งหนึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต], มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
<https://ir.stou.ac.th/handle/123456789/6434>
- ทิพากร วงศ์คำปัน. (2564). ผลการใช้โปรแกรมการให้การปรึกษากลุ่มแบบผสมผสานเพื่อเสริมสร้างความตั้งใจในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ยาเสพติดของผู้ใช้ยาเสพติดที่เข้ารับบริการคลินิกจิตสังคมศาลจังหวัดเชียงใหม่ [วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต], มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
<https://ir.stou.ac.th/handle/123456789/11242>
- บุญยวีร์ ขำภักดี. (2564). ผลของการให้คำปรึกษากลุ่มแบบผสมผสานที่มีต่อความเมตตาตนเองของนักศึกษาที่มีความโน้มเอียงเป็นผู้นิยมความสมบูรณ์แบบชนิดปรับตัวยาก [วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต], มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
<https://cmudc.librarycmu.ac.th/frontend/Info/item/dc:160727>
- พิชิต ฤทธิ์จรูญ. (2566). *เทคนิคการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้* (พิมพ์ครั้งที่ 2). โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- วันวิสา ดอกสันเทียะ. (2565). *การเสริมสร้างการคิดอย่างสมเหตุสมผลในกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี ด้วยการปรึกษากลุ่มทฤษฎีพิจารณาเหตุผลอารมณ์และพฤติกรรม* [วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต], มหาวิทยาลัยบูรพา. <https://digitalcollect.lib.buu.ac.th/dcms/files/62910052>
- เอนซ์ชมา วัฒนบุรานนท์. (2561). *การวิจัยพัฒนาโมเดลเลิฟเพื่อสร้างเสริมความเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์: ชุดโครงการวิจัยสำหรับนิสิตระดับอุดมศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : โอ. เอส. พริ้นติ้ง เฮ้าส์.
- American Psychological Association. (2004). *The Road to Resilience*.
<http://www.apahelpcenter.org/featuredtopics/feature.php>
- Corey, G. (1985). *Theory and Practice of Groups Counseling* (3rd ed.). Brooks Cole Publishing Company.
- Freud, S. (1923) The Ego and the Id. *The Standard Edition of the Complete Psychological Works of Sigmund Freud*. 19, 1-66.
- Greenberg, J., and Gold, R. (1994). *Health*. Holt, Rinehart & Winston.
- Grotberg, E. H. (1995). *Typing Your Inner Strength: How to Find the Resilience to Deal with Anything*. New Harbinger.
- Hillary, C. R. (1997). *Gender Differences in the Perception of Self and Others Following Sexual Abuse: Using Construct Theory and Research Portfolio*. University of Glasgow.
- Luthans, F., and Youssef, M. (2004). Human, Social, and Now Positive Psychological Capital Management-Investing in People for Competitive Advantage. *Organizational Dynamics*, 33(2), 143-160.
- Ryff, C. D. (1989). Happiness is Everything, or is it? Explorations on the Meaning of Psychological Well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 1069-1081.
- Sasse, C. R. (1981). *Person to Person*. Chas A. Bennett.
- Semetsky, I. (2005). Integrating Tarot Readings into Counselling and Psychotherapy. *Spirituality and Health International*, 6(2), 81-94.

ผลของการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร สมรรถนะด้านดิจิทัล และพฤติกรรมเชิงรุก
ต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน กรณีศึกษาพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์
The Effects of Perceived Organizational Support, Digital Competence, and
Proactive Work Behavior on Job Performance: A Case Study of Employees at
the Government Housing Bank

ฉนวนนท์ ต้นสกุล^{1*} และ โสภิตา วระนิล²

Chananon Tunsakul^{1*} and Sopida Woranin²

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

²สาขาการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

¹Master of Business Administration, Program in Management, Graduate School,

University of the Thai Chamber of Commerce

²International Business Management, Business School,

University of the Thai Chamber of Commerce

*Corresponding author's email: chananon08@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

4 สิงหาคม 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

8 กันยายน 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

9 กันยายน 2568

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร สมรรถนะด้านดิจิทัล และพฤติกรรมเชิงรุก ต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ พนักงาน พนักงานสัญญาจ้าง และลูกจ้างของธนาคาร จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร สมรรถนะด้านดิจิทัล และพฤติกรรมเชิงรุก มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ต่อประสิทธิภาพการทำงาน โดยเฉพาะพฤติกรรมเชิงรุกและสมรรถนะด้านดิจิทัล ซึ่งพนักงานที่มีทักษะด้านดิจิทัล เช่น การรู้ดิจิทัล และความสามารถในการปรับตัวกับเทคโนโลยี สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร

คำสำคัญ: การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร, สมรรถนะดิจิทัล, พฤติกรรมเชิงรุก, ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน, ธนาคารอาคารสงเคราะห์

ABSTRACT

This Independent Study aimed to examine the effects of perceived organizational support, digital competence, and proactive work behavior on the job performance of employees at the Government Housing Bank. A quantitative research method was employed, with a sample group consisting of 400 employees, including permanent staff, contract employees, and temporary workers. Data were collected using a questionnaire and analyzed using descriptive statistics and multiple regression analysis. The research findings revealed that all three factors had a statistically significant influence on job performance at 0.05 level. In particular, proactive work behavior and digital competence had a strong impact. Employees with digital skills such as digital literacy and the ability to adapt to technology were found to perform their duties more effectively and in alignment with the organization's goals.

Keywords: Perceived Organizational Support, Digital Competence, Proactive Work Behavior, Job Performance, Government Housing Bank

บทนำ

ในยุคของการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลอย่างรวดเร็ว องค์กรธุรกิจ โดยเฉพาะสถาบันการเงินของรัฐ อย่างธนาคารอาคารสงเคราะห์ จำเป็นต้องปรับตัวทั้งในเชิงโครงสร้าง เทคโนโลยี และทรัพยากรบุคคล เพื่อรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันและตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง การพัฒนา ประสิทธิภาพ การปฏิบัติงานของพนักงานจึงเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถขับเคลื่อนไปในทิศทาง เดียวกับกลยุทธ์ดิจิทัลขององค์กร

องค์กรใดที่ขาดการพัฒนาและสนับสนุนด้านการพัฒนาบุคลากร ไม่ว่าจะเป็นด้านสมรรถนะดิจิทัล ด้านพฤติกรรมการทำงานแบบเชิงรุก และด้านการสนับสนุนจากองค์กรอย่างต่อเนื่อง จะส่งผลต่อการแข่งขัน กับองค์กรภาคการเงินการธนาคารซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

หนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการทำงานของบุคลากรคือ การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organizational Support: POS) ซึ่งเป็นความรู้สึกของพนักงานว่าองค์กรให้คุณค่าและสนับสนุน ความเป็นอยู่และการทำงานของตน งานวิจัยของ Eisenberger et al. (1986); Rhoades and Eisenberger (2002) พบว่าพนักงานที่รู้สึกได้รับการสนับสนุนจากองค์กรจะมีแรงจูงใจ ความพึงพอใจในงาน และผลงาน ที่ดีขึ้น

นอกจากนี้ สมรรถนะด้านดิจิทัล (Digital Competence) ก็เป็นทักษะสำคัญที่จำเป็นต่อการทำงาน ในยุคดิจิทัล โดยกรอบแนวคิดของสำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2561)

ได้เน้นองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ การรู้ดิจิทัล การใช้เทคโนโลยี การแก้ปัญหาด้วยเครื่องมือดิจิทัล และการปรับตัวสู่การเปลี่ยนแปลง ซึ่งมีความเชื่อมโยงโดยตรงต่อประสิทธิภาพการทำงาน (Masias-Fernandez et al., 2023)

อีกปัจจัยที่ได้รับความสนใจคือ พฤติกรรมการทำงานเชิงรุก (Proactive Work Behavior) ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่พนักงานริเริ่ม ปรับตัว และลงมือแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยไม่ต้องรอคำสั่ง Parker and Collins (2010) ระบุว่าพฤติกรรมเชิงรุกมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาองค์กรในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงสูง ทั้งใน ด้านคุณภาพงาน ความรวดเร็ว และนวัตกรรม

จากความสำคัญของทั้งสามปัจจัย งานวิจัยฉบับนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของ การรับรู้ การสนับสนุนจากองค์กร สมรรถนะด้านดิจิทัล และพฤติกรรมเชิงรุก ที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์สำหรับการพัฒนาและเสริมสร้างขีดความสามารถของบุคลากรในยุคธนาคารดิจิทัลอย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลของการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์
2. เพื่อศึกษาผลของสมรรถนะด้านดิจิทัลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์
3. เพื่อศึกษาผลของพฤติกรรมเชิงรุกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยสมรรถนะด้านดิจิทัลส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยพฤติกรรมการทำงานเชิงรุกส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์

สรุปแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษานี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ โดยอาศัยแนวคิดและทฤษฎีสำคัญ 3 ด้าน ได้แก่ การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร

(Perceived Organizational Support: POS), สมรรถนะดิจิทัล (Digital Competence) และ พฤติกรรมการทำงานเชิงรุก (Proactive Work Behavior) ซึ่งเชื่อมโยงไปสู่ผลลัพธ์ด้านประสิทธิภาพการทำงาน

แนวคิดและทฤษฎี

การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (POS) อ้างอิงแนวคิดของ Eisenberger et al. (1986) ซึ่งชี้ว่าหากพนักงานรู้สึกว่างค์กรให้การสนับสนุน ทั้งด้านเงิน รางวัล ความมั่นคง สภาพแวดล้อม ตลอดจนสวัสดิการต่าง ๆ จะก่อให้เกิดความผูกพันและแรงจูงใจในการทำงานมากขึ้น

สมรรถนะดิจิทัล สอดคล้องกับกรอบสมรรถนะด้านดิจิทัลสำหรับพลเมืองไทย (สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) โดยครอบคลุมทักษะการรู้ดิจิทัล การใช้ดิจิทัล การแก้ปัญหาด้วยเครื่องมือดิจิทัล และด้านการปรับตัวสอดคล้องความเปลี่ยนแปลงดิจิทัล ซึ่งเป็นทักษะจำเป็นในยุคดิจิทัลเพื่อยกระดับประสิทธิภาพงาน

พฤติกรรมการทำงานเชิงรุก ตามแนวคิดของ Bateman and Crant (1993) และกรอบของ Parker and Collins (2010) อธิบายถึงการวางแผนล่วงหน้า การคิดสร้างสรรค์ การผลักดันการเปลี่ยนแปลง และการแสดงออกอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งล้วนช่วยยกระดับคุณภาพและผลลัพธ์ของงาน

ทฤษฎีด้านประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน อ้างอิง Petersen and Plowman (1946) ที่เน้นความสามารถของบุคลากรในการทำงานให้สำเร็จตรงตามเป้าหมายภายใต้ข้อจำกัดของทรัพยากร ตลอดจนการบริหารเวลาและงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ

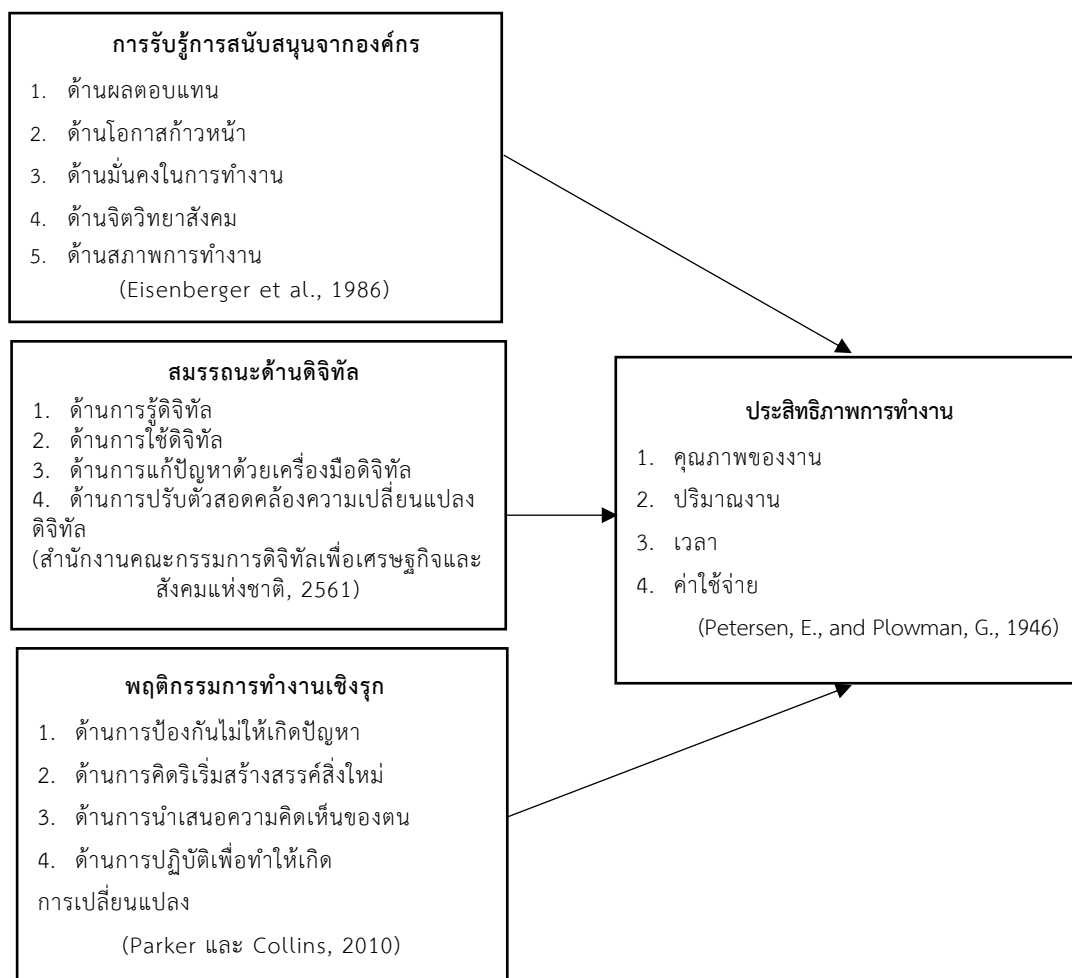
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยทั้งในและต่างประเทศชี้ตรงกันว่า ปัจจัย POS สมรรถนะดิจิทัล และพฤติกรรมเชิงรุกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ตัวอย่างเช่น ณฐมน บัวพรมมี และคณะ (2021) พบว่าการสนับสนุนจากองค์กรและปัจจัยจูงใจมีผลต่อประสิทธิภาพพนักงานธนาคารในกรุงเทพฯ

กานต์ภิชา ธรรมกุล และคณะ (2023) ระบุว่าสมรรถนะดิจิทัลของบุคลากรการศึกษามีความสัมพันธ์กับผลลัพธ์การทำงาน

ส่วนงานต่างประเทศ เช่น Hu et al. (2021) ชี้ว่าบุคลิกภาพเชิงรุกมีผลโดยตรงต่อผลการทำงานของพยาบาลในจีน โดยมีสมรรถนะและความผูกพันในการทำงานเป็นตัวกลาง

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้คือ พนักงาน พนักงานสัญญาจ้าง และลูกจ้างของธนาคารอาคารสงเคราะห์ทั่วประเทศ รวมจำนวนทั้งสิ้น 4,932 คน (ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2568)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยมีจำนวน 400 คน โดยคำนวณจากสูตรของ Yamane (1973) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ N แทน ขนาดของประชากรทั้งหมด

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

e แทน ความคลาดเคลื่อนกำหนด เท่ากับ .05

$$\text{แทนค่า } n = \frac{4932}{1 + 4932(0.05)^2}$$

$$n = 370 \text{ ตัวอย่าง}$$

เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และป้องกันความผิดพลาดในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาในครั้งนี้ ทั้งหมดจำนวน 400 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ การสุ่มแบบโควตา (Quota Sampling) โดยจัดสรรกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมหน่วยงาน/ฝ่าย/ภาค/ศูนย์ ของธนาคารตามสัดส่วนที่เหมาะสม

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. แบบวัดการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร
3. แบบวัดสมรรถนะด้านดิจิทัล
4. แบบวัดพฤติกรรมการทำงานเชิงรุก
5. แบบวัดประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

เครื่องมือทั้งหมดใช้ มาตรฐานส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ (Likert Scale) ตามแบบของ Likert (1961)

การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

1. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงเรียบร้อยแล้วไปทดลองเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเบื้องต้นจำนวน 30 ชุด เพื่อนำไปคำนวณหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

2. ผลคะแนนจากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) ตามแนวทางของครอนบัค โดยกำหนดว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่มากกว่า 0.70 ขึ้นไป ถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ

3. จากการทดลองใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด พบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟารวมเท่ากับ $\alpha = 0.981$ ซึ่งแสดงว่าแบบสอบถามชุดนี้มีค่าความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับสูง

ตารางที่ 1 การตรวจสอบความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha Coefficient

ตัวแปร	จำนวนคำถาม	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค
การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (ตัวแปรต้น)	25	0.952
สมรรถนะดิจิทัล (ตัวแปรต้น)	29	0.974
พฤติกรรมการทำงานเชิงรุก (ตัวแปรต้น)	21	0.948
ประสิทธิภาพการทำงาน (ตัวแปรตาม)	16	0.956

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ตัวแปร	จำนวนคำถาม	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค
การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (ตัวแปรต้น)		
ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ	5	0.881
ด้านความรู้ในงานและโอกาสก้าวหน้า	5	0.803
ด้านความมั่นคงในงาน	5	0.826
ด้านจิตอาสามย์	5	0.875
ด้านการปฏิบัติงาน	5	0.870
สมรรถนะดิจิทัล (ตัวแปรต้น)		
ด้านการรู้ดิจิทัล	11	0.939
ด้านการใช้ดิจิทัล	4	0.867
ด้านการแก้ปัญหาด้วยเครื่องมือดิจิทัล	5	0.858
ด้านการปรับตัวสอดคล้องความเปลี่ยนแปลงดิจิทัล	9	0.940
พฤติกรรมเชิงรุก (ตัวแปรต้น)		
ด้านการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหา	6	0.835
ด้านการคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่	4	0.835
ด้านการนำเสนอความคิดเห็นของตน	5	0.861
ด้านการปฏิบัติเพื่อทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง	6	0.897
ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน (ตัวแปรตาม)		
ด้านคุณภาพของงาน	4	0.832
ด้านปริมาณงาน	4	0.863
ด้านระยะเวลา	4	0.829
ด้านการบริหารงบประมาณ	4	0.837

วิธีรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ (Google Form) ให้แก่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย โดยคิดเป็นร้อยละ 8.1 ของประชากรทั้งหมด โดยส่งผ่านทางเลขานุการของแต่ละส่วนงาน และให้เลขานุการของแต่ละส่วนงานช่วยกระจายและติดตามการตอบกลับให้ได้ตามโควต้าของแต่ละส่วนงานที่ผู้วิจัยได้กำหนดให้ โดยรวบรวมข้อมูลภายในระยะเวลาตั้งแต่ เดือนพฤษภาคม ถึง กรกฎาคม พ.ศ. 2568

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1. สถิติเชิงพรรณนา ใช้สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและลักษณะพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมานเพื่อตอบคำถามวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร สมรรถนะดิจิทัล และพฤติกรรมการทำงานเชิงรุก ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ทดสอบสมมติฐานงานที่ 1 สมมติฐานที่ 2 และสมมติฐานที่ 3 โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติวิเคราะห์โดยใช้วิธีการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร สมรรถนะด้านดิจิทัล และพฤติกรรมการทำงานเชิงรุก ที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยสามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	236	59
หญิง	162	40.5
LGBTQ+	2	0.5
รวม	400	100
2. อายุ		
25 – 29 ปี	79	20
30 – 39 ปี	168	42
40 – 49 ปี	83	21
มากกว่า 49 ปี	70	17
รวม	400	100
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	
ปริญญาตรี	302	76
ปริญญาโท	98	24
ปริญญาเอก	-	
รวม	400	100

ตารางที่ 2 สามารถวิเคราะห์และสรุปข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 399 คน ได้ดังนี้

1. เพศ จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59 รองลงมาคือ เพศหญิง จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 LGBTQ+ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 คน ตามลำดับ

2. อายุ จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 30 – 39 ปี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42 รองลงมาคือ อายุ 40– 49 ปี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 21 อายุ 25 – 29 ปี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และอายุมากกว่า 49 ปีขึ้นไป จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17 ตามลำดับ

3. ระดับการศึกษา จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ 76 รองลงมาคือ ระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของปัจจัยการรับรู้การสนับสนุนองค์กรส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน กรณีศึกษาพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในภาพรวม

ตัวแปร	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่	3.767	0.218		17.261	<0.001
การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร	0.174	0.048	0.180	3.647	0.001

R = 0.180, R² = 0.032, Adjusted R² = 0.030, Std. Error of the Estimate = 0.3952,
F = 13.304, p-value <0.05

หมายเหตุ: R คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์, R² คือ ค่าความผันแปรของตัวแปร, Std. Error of the Estimate คือ ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์, F คือ ความถี่, p-value คือ ค่าโอกาส

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ เพื่อศึกษาผลของ “การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร” ที่มีต่อ “ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน” พบว่าโมเดลการวิเคราะห์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $p < 0.05$ ($F = 13.304$) แสดงว่าแบบจำลองมีความเหมาะสมทางสถิติ โดยค่าความสัมพันธ์ $R = 0.180$ และ $R^2 = 0.032$ หมายความว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรสามารถอธิบายความแปรปรวนของประสิทธิภาพการปฏิบัติงานได้ประมาณ 3.2%

ตัวแปร “การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร” มีค่าสัมประสิทธิ์ $B = 0.174$ และมีค่าสถิติ $t = 3.647$ ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\text{Sig.} = 0.001$ แสดงว่ามีผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ เมื่อระดับการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้นตาม ทั้งนี้แม้ว่าค่าการอธิบายโมเดลจะไม่สูงมาก แต่แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มเชิงบวกของปัจจัยองค์กรที่มีต่อผลการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญในเชิงพฤติกรรม

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของปัจจัยสมรรถนะดิจิทัลที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน กรณีศึกษาพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในภาพรวม

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่	3.449	0.236		14.617	<0.001
สมรรถนะดิจิทัล	0.243	0.052	0.231	4.726	0.000

R = 0.231, R² = 0.053, Adjusted R² = 0.051, Std. Error of the Estimate = 0.33584,
F = 22.337, p-value <0.05

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอย พบว่า สมรรถนะดิจิทัล มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ Sig.=0.000 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ B = 0.243 และค่า Beta = 0.231 แสดงถึงอิทธิพลในทางบวก โมเดลมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำถึงปานกลาง (R = 0.231) และสามารถอธิบายความแปรปรวนของประสิทธิภาพการทำงานได้ร้อยละ 5.3 (R² = 0.053) ค่า F = 22.337 ยืนยันว่าโมเดลโดยรวมมีนัยสำคัญทางสถิติ (p < 0.05) สะท้อนว่าเมื่อสมรรถนะดิจิทัลเพิ่มขึ้น จะช่วยส่งเสริมให้ประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรดีขึ้น

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของปัจจัยพฤติกรรมเชิงรุกที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน กรณีศึกษาพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในภาพรวม

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่	2.701	0.224		12.079	<0.001
พฤติกรรมเชิงรุก	0.408	0.049	0.389	8.342	0.000

R = 0.386, R² = 0.149, Adjusted R² = 0.147, Std. Error of the Estimate = 0.31838,
F = 69.584, p-value <0.05

ตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพบว่า พฤติกรรมเชิงรุกมีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ Sig.=0.000 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ B = 0.408 และค่า Beta = 0.389 แสดงว่าเมื่อพฤติกรรมเชิงรุกเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้นตาม ในระดับที่มีอิทธิพลปานกลางถึงสูง โมเดลมีความสัมพันธ์ R = 0.386 และอธิบายความแปรปรวนของประสิทธิภาพการทำงานได้ร้อยละ 14.9 (R² = 0.149) ซึ่งถือว่าค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับโมเดลพฤติกรรมมนุษย์โดยทั่วไป โดยมีค่า F = 69.584 ยืนยันว่าแบบจำลองมีนัยสำคัญทางสถิติในภาพรวม

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ
การปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์

ตัวแปรต้น	Beta	P Value (Sig)
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์	0.389	0.000
สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยสมรรถนะด้านดิจิทัลส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์	0.231	0.000
สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยพฤติกรรมการทำงานเชิงรุกส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์	0.180	0.001

p-value <0.05

การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเฉพาะในด้านการให้ผลตอบแทนและสวัสดิการ การให้ความมั่นคงในอาชีพ และการสนับสนุนด้านจิตวิทยาสังคม มีส่วนช่วยสร้างแรงจูงใจในการทำงานและส่งเสริมการทำงานให้มีคุณภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้น

สมรรถนะด้านดิจิทัลของพนักงานมีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานอย่างมีนัยสำคัญ โดยพนักงานที่มีความรู้ดิจิทัล (Digital Literacy) และสามารถใช้เทคโนโลยีในการแก้ปัญหาและปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีได้ดี จะสามารถทำงานได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร

พฤติกรรมการทำงานเชิงรุกส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอย่างชัดเจน โดยเฉพาะด้านการคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การวางแผนล่วงหน้า และการลงมือทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง พนักงานที่มีบุคลิกภาพเชิงรุกและมีความเชื่อมั่นในตนเองมักสามารถผลักดันให้งานสำเร็จลุล่วงและสร้างผลงานที่มีคุณค่าให้แก่องค์กรได้มากขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร สมรรถนะด้านดิจิทัล และพฤติกรรมเชิงรุก มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ในภาพรวม โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 34.9 แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของทั้งสามปัจจัยในการขับเคลื่อนผลการดำเนินงานของบุคลากรในยุคดิจิทัล

ในด้านทฤษฎี ผลลัพธ์สอดคล้องกับแนวคิด Proactive Personality Theory ของ Bateman and Crant (1993) ที่ระบุว่าบุคคลซึ่งมีบุคลิกภาพเชิงรุกจะมองหาโอกาส คิดริเริ่ม และลงมือเปลี่ยนแปลง ส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพการทำงานสูงขึ้น ขณะเดียวกัน สมรรถนะด้านดิจิทัลสอดคล้องกับกรอบสมรรถนะดิจิทัลสำหรับพลเมืองไทย (2561) โดยเฉพาะด้านการรู้ดิจิทัลและการใช้เครื่องมือแก้ปัญหา ซึ่งมีผลชัดเจนต่อ

การทำงาน ส่วนการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรสอดคล้องกับทฤษฎีของ Eisenberger et al. (1986) ที่ชี้ว่า ความรู้สึกที่ได้รับการสนับสนุนจากองค์กรจะเสริมแรงจิตใจและผูกพันต่อองค์กร

เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยที่ผ่านมา พบความสอดคล้องกับงานของ มั่นสนั่นทน ช่อประพันธ์ (2568); อภิวัชร ฉายอรุณ (2564) ที่ยืนยันบทบาทของพฤติกรรมเชิงรุกต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงาน รวมทั้งงานของ ณฐมน บัวพรมมี และคณะ (2021) ที่ระบุว่า การสนับสนุนจากองค์กรเป็นปัจจัยเสริมสร้างประสิทธิภาพ อีกทั้งงานของ นภาพิน ผิวทอง และ มติธมา กรงเด็น (2568) ก็สะท้อนถึงความสำคัญของการเข้าถึงและใช้เทคโนโลยีดิจิทัลต่อการทำงาน

โดยสรุป การวิจัยชี้ให้เห็นว่าการสนับสนุนจากองค์กร การพัฒนาสมรรถนะดิจิทัล และการเสริมสร้างพฤติกรรมเชิงรุก ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้บริหารควรนำมาใช้กำหนดกลยุทธ์ด้านทรัพยากรมนุษย์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันและสร้างความยั่งยืนขององค์กรในยุคดิจิทัล

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้

สืบเนื่องมาจากการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในหลายประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ผล และการนำผลวิจัยไปใช้ในทางปฏิบัติ ดังนี้

ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มเป้าหมายบางกลุ่ม เช่น พนักงานในสายงานสนับสนุน หรือพนักงานระดับปฏิบัติการ อาจมีความเข้าใจหรือความพร้อมในการตอบแบบสอบถามแตกต่างกันไป การให้คำแนะนำหรือคำอธิบายเพิ่มเติมก่อนการตอบแบบสอบถาม รวมถึงการใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและเหมาะสมกับบริบท จะช่วยลดความคลาดเคลื่อนของข้อมูล และผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้อย่างตรงประเด็นมากยิ่งขึ้น

แม้ผลการวิเคราะห์จะสามารถระบุปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานได้อย่างชัดเจน แต่ในการประยุกต์ใช้ผลการวิจัยในบริบทขององค์กรจริง จำเป็นต้องพิจารณาความพร้อมด้านทรัพยากรของแต่ละองค์กร ความเหมาะสมของโครงสร้างองค์กร และวัฒนธรรมภายในหน่วยงาน โดยเฉพาะการนำแนวทางการส่งเสริมพฤติกรรมเชิงรุกและการพัฒนาทักษะดิจิทัลเข้าสู่กระบวนการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เช่น การจัดอบรมภายใน การวางแผนพัฒนาอาชีพ การประเมินผล การปฏิบัติงาน หรือการส่งเสริมให้พนักงานมีพฤติกรรมเชิงรุกในการทำงาน

อย่างไรก็ตาม องค์กรธนาคารอาคารสงเคราะห์สามารถนำผลการวิจัยดังกล่าว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล โดยอาจจะเน้นไปที่การส่งเสริมด้านพฤติกรรมเชิงรุกของพนักงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้าน การปรับตัวเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ตลอดจนส่งเสริมองค์ความรู้ด้านดิจิทัลให้มากยิ่งขึ้น เพื่อที่จะสามารถนำองค์ความรู้ดังกล่าวไปช่วยในการปฏิบัติงานตลอดจนการนำไปใช้ในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ภายในองค์กร

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป

เพื่อให้การดำเนินการวิจัยในอนาคตมีความสมบูรณ์และครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

งานวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลัก แม้จะสะดวกและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็ว แต่มีข้อจำกัดในด้านความลึกของข้อมูล โดยเฉพาะในประเด็นที่ต้องการเข้าใจแรงจูงใจหรือมุมมองส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม งานวิจัยในอนาคตจึงอาจพิจารณาใช้วิธีการเชิงคุณภาพเพิ่มเติม เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก ควบคู่กับการใช้แบบสอบถาม เพื่อเพิ่มความสมบูรณ์ของข้อมูล

งานวิจัยนี้มุ่งเน้นที่พนักงานของธนาคารอาคารสงเคราะห์ซึ่งมีลักษณะเฉพาะขององค์กรรัฐวิสาหกิจ ในอนาคตอาจขยายไปยังธนาคารพาณิชย์เอกชน หรือองค์กรในภาคเศรษฐกิจอื่น ๆ เพื่อให้สามารถเปรียบเทียบความแตกต่างเชิงโครงสร้าง วัฒนธรรมองค์กร และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในแต่ละประเภทองค์กร ซึ่งจะช่วยให้ข้อค้นพบมีความหลากหลายและประยุกต์ใช้ได้กว้างขึ้น

ประการสุดท้ายด้านการจัดการเวลาและทรัพยากร เนื่องจากการเก็บข้อมูลจากพนักงานที่มีภาระงานสูงมักประสบปัญหาในการติดตามผลการตอบแบบสอบถาม จึงควรมีแผนการดำเนินงานที่ชัดเจน การขออนุญาตและประสานงานกับผู้บริหารแต่เนิ่น ๆ และการเตรียมทีมงานสนับสนุนการเก็บข้อมูล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินการวิจัย

เอกสารอ้างอิง

- กานต์ภิชชา ธรรมกุล และคณะ. (2023). สมรรถนะดิจิทัลที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรด้านการศึกษาในจังหวัดลำปาง. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 9(3), 29–38
- ณฐมน บัวพรมมี และคณะ. (2021). ผลกระทบเชิงสาเหตุของปัจจัยจูงใจ ปัจจัยค้ำจุน และการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร. *วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 4(1), 55–66.
- ธนาคารอาคารสงเคราะห์. (2568). รายงานจำนวนบุคลากรธนาคารอาคารสงเคราะห์ ณ เดือนกุมภาพันธ์ 2025. ธนาคารอาคารสงเคราะห์.
- นภาพิน ผิวทอง และ มัทธิมา กรงเต้น. (2568). การเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัลที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในเขตกรุงเทพและปริมณฑล. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*, 5(1), 265–277.
- มนัสนันท์ ช่อประพันธ์. (2568). ผลกระทบของพฤติกรรมการทำงานเชิงรุกที่มีต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาระดับอุดมศึกษาของรัฐ. *วารสารวิชาการ ปช มท.*, 14(1), e1481-e1481.

สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). *กรอบสมรรถนะดิจิทัลสำหรับพลเมืองไทย*. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.

อภิวัชร ฉายอรุณ. (2564) ปัจจัยพฤติกรรมการทำงานเชิงรุกและปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความก้าวหน้าในอาชีพของบุคลากรมหาวิทยาลัยรังสิต. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยรังสิต.

Bateman, T. S., and Crant, J. M. (1993). The Proactive Component of Organizational Behavior: A Measure and Correlates. *Journal of Organizational Behavior*. 14(2): 103-118.

Eisenberger, R., et al. (1986). Perceived Organizational Support. *Journal of Applied psychology*, 71(3), 500.

Hu, X., et al. (2021). Relationship between Proactive Personality and Job Performance of Chinese Nurses: the Mediating Role of Competency and Work Engagement. *Frontiers in Psychology*, 12, 533293.

Likert, Rensis. (1961). *New Pattern of Management*. New York: McGraw – Hill.

Masias-Fernandez, M. G., et al. (2023). Digital Competence and Job Performance in University Teachers in the Public Sector. *International Journal of Professional Business Review*, 8(8), e03251.

Parker, S. K. and Collins, C. G. (2010). Taking Stock: Integrating and Differentiating Multiple Proactive Behaviors. *Journal of Management*, 36(3), 633-662.

Petersen, E. and Plowman, G. (1946). *Business Organization and Management*. Richard D. Irwin.

Rhoades, L. and Eisenberger, R. (2002). Perceived Organizational Support: a Review of the Literature. *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 698.

Taro Yamane. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis (3rd Ed)*. New York: Harper and Row Publications.

การพัฒนาสมรรถนะด้านการทบทวนวรรณกรรมและการอ้างอิงผ่านการวิจัยเชิงปฏิบัติการ
แบบมีส่วนร่วมในชั้นเรียนระดับอุดมศึกษา

Enhancing Literature Review and Citation Competencies through Participatory
Action Research in Higher Education Classroom

วีรวิทย์ เลิศรัตนธำรงกุล*

Weerawit Lertratthamrongkul*

หลักสูตรศึกษาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
Bachelor of Education, Program in Computer Education, Faculty of Education, Northeastern University

*Corresponding author's email: Weerawit.ler@neu.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

25 มิถุนายน 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

14 สิงหาคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

20 สิงหาคม 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการในการพัฒนาสมรรถนะการทบทวนวรรณกรรมและการอ้างอิงของนักศึกษา 2) พัฒนาและประเมินประสิทธิภาพกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อพัฒนาสมรรถนะดังกล่าว และ 3) เปรียบเทียบสมรรถนะของนักศึกษาก่อนและหลังการจัดกิจกรรมเรียนรู้ประชากรที่ศึกษา คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 3 ปีการศึกษา 2567 หลักสูตรศึกษาศาสตรบัณฑิต จำนวน 42 คน การวิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการในชั้นเรียน (PAOR) จำนวน 3 วงรอบ เครื่องมือที่ใช้ประกอบด้วยแบบประเมินสภาพปัญหาและความต้องการ แผนกิจกรรมการเรียนรู้ แบบสังเกตพฤติกรรม แบบประเมินสมรรถนะการทบทวนวรรณกรรมและการอ้างอิง และแบบสะท้อนคิดของนักศึกษา ข้อมูลเชิงปริมาณวิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที ข้อมูลเชิงคุณภาพวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า 1) สภาพปัญหา เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ (1) การสืบค้นข้อมูลอย่างเป็นระบบ (2) การสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และ (3) การเขียนอ้างอิงตามหลักวิชาการ ความต้องการเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ (1) ความต้องการพัฒนาสมรรถนะการเขียนอ้างอิง (2) สมรรถนะการสังเคราะห์งานวิจัย โดยความต้องการเฉพาะที่พบมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ 1) ต้องการเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการสืบค้นและใช้โปรแกรมจัดการบรรณานุกรม 2) ต้องการเรียนรู้วิธีการสืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูลอย่างเป็นระบบ และ 3) ต้องการรู้เทคนิคการสังเคราะห์งานวิจัย 2) กิจกรรมการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพสูง (81.45/83.27) 3) นักศึกษามีสมรรถนะการทบทวนวรรณกรรมและการอ้างอิงหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$) โดยสมรรถนะการสืบค้นข้อมูลมีพัฒนาการสูงสุด

คำสำคัญ: การทบทวนวรรณกรรม, การอ้างอิงทางวิชาการ, การวิจัยเชิงปฏิบัติการในชั้นเรียน, การจัดการเรียนรู้แบบผสมผสาน

ABSTRACT

The objectives of the study were 1) to investigate the problems and needs related to the development of students' literature review and citation competencies, 2) to develop and evaluate the effectiveness of learning activities aimed at enhancing these competencies, and 3) to compare students' competencies before and after participating in the learning activities. The participants were 42 third-year students enrolled in the Bachelor of Education program in the academic year 2024. The research instruments comprised a problem and needs assessment, a learning activity plan, behavioral observation forms, literature review and citation competency assessment forms, and student reflection forms. The quantitative data were analyzed using mean scores, standard deviations, and t-tests, while qualitative data were analyzed through content analysis.

The results revealed that: (1) regarding problem conditions, the most critical issues, ranked from the highest to the lowest were (a) conducting systematic data searches, (b) synthesizing relevant research, and (c) writing citations in accordance with academic conventions. For specific needs, the top three were (a) learning to use artificial intelligence technology for searching and bibliography management software, (b) learning systematic search methods for databases, and (c) learning research synthesis techniques; (2) the developed learning activities demonstrated high effectiveness (81.45/83.27); and (3) students' literature review and citation competencies after the intervention were significantly higher than before the intervention ($p < .05$), with the greatest improvement observed in data retrieval performance.

Keywords: Literature Review, Academic Citation, Classroom Action Research, Blended Learning

บทนำ

การพัฒนาคุณภาพการอุดมศึกษาไทยภายใต้กรอบแผนอุดมศึกษาระยะยาว 20 ปี (พ.ศ. 2561–2580) มุ่งยกระดับมาตรฐานการวิจัยและนวัตกรรมสู่ระดับสากล สมรรถนะด้านการทบทวนวรรณกรรมและการอ้างอิงจึงเป็นทักษะสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพงานวิจัยและผลงานวิชาการ Farrukh and Sajjad (2023) อธิบายว่าการทบทวนวรรณกรรมอย่างมีวิจารณญาณไม่เพียงเป็นการรวบรวมความรู้ แต่ยังเป็นกระบวนการสังเคราะห์ที่สะท้อนมุมมองทางปัญญาและจรรยาบรรณวิชาการ ขณะที่ Chigbu et al. (2023)

ชี้ว่าสมรรถนะดังกล่าวเป็นตัวชี้วัดความสามารถในการคิดวิเคราะห์เชิงวิพากษ์และการสื่อสารทางวิชาการในระดับอุดมศึกษา

อย่างไรก็ตาม ผลการประเมินรายวิชา ED11106 การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ ปีการศึกษา 2567 ของนักศึกษาปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า 76.8% มีคะแนนต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน (70%) ปัญหาหลักประกอบด้วย (1) การขาดความสามารถในการสืบค้นข้อมูลอย่างเป็นระบบ (82.4%) (2) การสังเคราะห์งานวิจัยจากหลายแหล่งไม่เชื่อมโยงกัน (77.9%) และ (3) การอ้างอิงไม่ถูกต้องตามหลักวิชาการ (89.5%) รวมถึงปัญหาการคัดลอกผลงานโดยไม่เจตนาเนื่องจากความไม่เข้าใจ (68.3%)

สภาพดังกล่าวสะท้อน “ช่องว่างสมรรถนะ” (Competency Gap) ในสามด้าน ได้แก่ การสืบค้นข้อมูล การสังเคราะห์งานวิจัย และการเขียนอ้างอิง ซึ่งเป็นทักษะพื้นฐานของกระบวนการวิจัย การวิเคราะห์ปัจจัยที่ก่อให้เกิดช่องว่างนี้พบ 3 ประเด็นสำคัญ ได้แก่ (1) ข้อจำกัดในการให้ข้อมูลย้อนกลับรายบุคคลเนื่องจากอัตราส่วนนักศึกษาต่อผู้สอนสูง สอดคล้องกับ Cano Patiño and Dara Ramírez (2018) ที่ชี้ว่า การให้ข้อมูลย้อนกลับเฉพาะบุคคลเป็นกุญแจสำคัญต่อการพัฒนาทักษะการเขียนเชิงวิชาการ (2) การขาดเครื่องมือและเกณฑ์การประเมินที่ชัดเจน สอดคล้องกับ Obagi and Shahabi (2008) ที่ระบุว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการพัฒนาทักษะการทบทวนวรรณกรรม และ (3) การจัดการเรียนรู้ที่ไม่ตอบสนองความแตกต่างระหว่างบุคคลและสาขาวิชา สอดคล้องกับ Wang and Chen (2021) ที่เสนอว่าการออกแบบการเรียนรู้ ที่คำนึงถึงความแตกต่างนี้มีความสำคัญต่อการพัฒนาสมรรถนะการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรมยังชี้ให้เห็นช่องว่างองค์ความรู้ในด้านการพัฒนาสมรรถนะการทบทวนวรรณกรรมและการอ้างอิงในบริบทไทย โดยเฉพาะการประยุกต์ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมที่เน้นการเสริมพลังผู้เรียน แม้ว่าต่างประเทศจะมีงานวิจัยที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาทักษะการเขียนทางวิชาการ แต่การถ่ายโอนแนวทางเหล่านี้มายังบริบทไทยยังมีข้อจำกัดจากความแตกต่างด้านวัฒนธรรม และระบบการศึกษา

ด้วยเหตุนี้ งานวิจัยนี้จึงมุ่งออกแบบและพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้เชิงบูรณาการในกรอบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action-Oriented Research: PAOR) ควบคู่กับการจัดการเรียนรู้แบบผสมผสาน (Blended Learning) การเรียนรู้แบบนำตนเอง (Self-directed Learning) และการเรียนรู้แบบร่วมมือ (Collaborative Learning) โดยมีเป้าหมายเพื่อยกระดับสมรรถนะทั้งสามด้าน คือ การสืบค้นข้อมูล การสังเคราะห์งานวิจัย และการเขียนอ้างอิง ให้มีคุณภาพตามมาตรฐานวิชาการ พร้อมทั้งสร้างนวัตกรรมการเรียนรู้ที่สามารถนำไปใช้และขยายผลในสถาบันอุดมศึกษาไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการในการพัฒนาสมรรถนะด้านการทบทวนวรรณกรรมและการอ้างอิงของนักศึกษาระดับปริญญาตรี

2. เพื่อพัฒนาและหาประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อพัฒนาสมรรถนะการทบทวนวรรณกรรมและการอ้างอิงของนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการในชั้นเรียน

3. เพื่อเปรียบเทียบสมรรถนะการทบทวนวรรณกรรมและการอ้างอิงของนักศึกษาระดับปริญญาตรีก่อนและหลังการจัดกิจกรรมการเรียนรู้

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้วัตรกรรม “กิจกรรมการเรียนรู้เพื่อพัฒนาสมรรถนะการทบทวนวรรณกรรมและการอ้างอิงของนักศึกษาระดับปริญญาตรี” ซึ่งพัฒนาขึ้นตามหลักการวิจัยเชิงปฏิบัติการในชั้นเรียน (Classroom Action Research: PAOR) ของ Kemmis and McTaggart (2014) ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ การวางแผน (Plan) – การปฏิบัติการ (Act) – การสังเกต (Observe) – การสะท้อนผล (Reflect) ดำเนินการต่อเนื่อง 3 วนรอบ

1. ตัวแปรต้น วัตรกรรมกิจกรรมการเรียนรู้

วัตรกรรมนี้พัฒนาจากการสังเคราะห์ทฤษฎีการเรียนรู้และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีองค์ประกอบดังนี้

1.1 รูปแบบการจัดการเรียนรู้ ประกอบด้วย Blended Learning (Garrison and Vaughan, 2008) ผสมผสานการเรียนรู้ในชั้นเรียนและออนไลน์ Self-directed Learning (Knowles, 1975) ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อการเรียนรู้ของผู้เรียน Collaborative Learning (Johnson and Johnson, 1999) เน้นการทำงานร่วมกันเพื่อสร้างความรู้ร่วม

1.2 กลยุทธ์การจัดการเรียนรู้ ประกอบด้วย Scaffolding ฐานการช่วยเหลือโดยเริ่มจากการให้ตัวอย่าง/แนวทางที่ชัดเจนแล้วค่อยลดการช่วยเหลือลง Mind Mapping การใช้แผนผังความคิดเพื่อจัดระบบข้อมูลและเชื่อมโยงแนวคิด Jigsaw การเรียนรู้แบบผู้เชี่ยวชาญย่อยและการแลกเปลี่ยนข้อมูลในกลุ่ม Error Analysis การวิเคราะห์ข้อผิดพลาดจากตัวอย่างงานจริง Individual Feedback การให้ข้อมูลย้อนกลับรายบุคคลอย่างต่อเนื่อง

1.3 แผนการจัดการเรียนรู้ 3 แผนกิจกรรม (สอดคล้องกับวงจร PAOR) ประกอบด้วย แผนที่ 1 พัฒนาสมรรถนะการสืบค้นข้อมูล (4 แผน) แผนที่ 2 พัฒนาสมรรถนะการสังเคราะห์งานวิจัย (4 แผน) และแผนที่ 3 พัฒนาสมรรถนะการเขียนอ้างอิง (4 แผน)

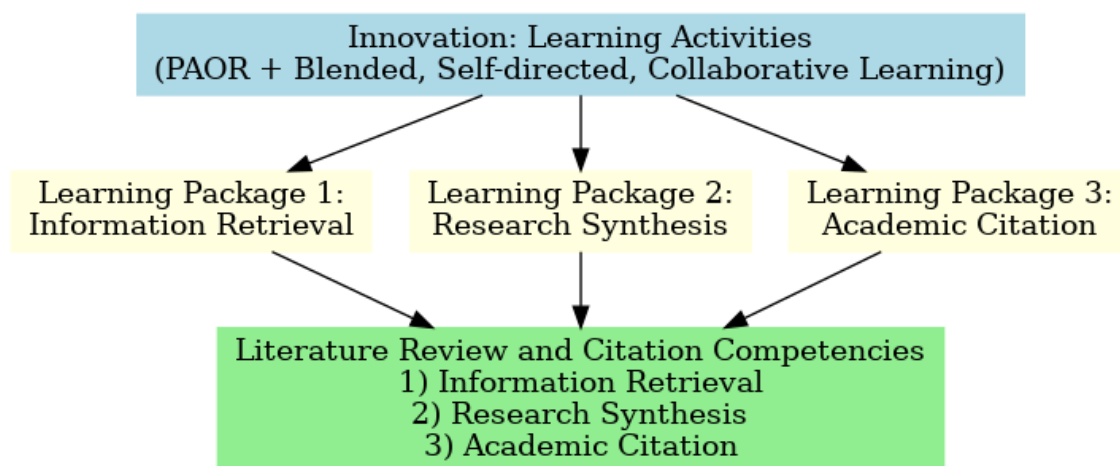
2. ตัวแปรตาม สมรรถนะด้านการทบทวนวรรณกรรมและการอ้างอิง

ได้จากการสังเคราะห์กรอบแนวคิดจาก Farrukh and Sajjad (2023); Chigbu et al. (2023) และการวิเคราะห์เกณฑ์การประเมินทักษะทางวิชาการในระดับอุดมศึกษา โดยประกอบด้วย 3 ด้านหลัก ดังนี้

2.1 สมรรถนะการสืบค้นข้อมูล ประกอบด้วย การกำหนดคำสำคัญและใช้เทคนิคการค้นอย่างเป็นระบบ การเลือกใช้ฐานข้อมูลที่เหมาะสมและน่าเชื่อถือ การประเมินคุณภาพและความน่าเชื่อถือของข้อมูล

2.2 สมรรถนะการสังเคราะห์งานวิจัย ประกอบด้วย การอ่าน วิเคราะห์ และจัดหมวดหมู่ข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ การเชื่อมโยงแนวคิดและผลการวิจัยเพื่อสร้างข้อสรุปเชิงวิเคราะห์ การนำเสนอข้อมูลอย่างมีโครงสร้างและเชื่อมโยงกัน

2.3 สมรรถนะการเขียนอ้างอิงตามหลักวิชาการ ประกอบด้วย การอ้างอิงในเนื้อหาอย่างถูกต้องตามรูปแบบมาตรฐาน (เช่น APA) การจัดทำบรรณานุกรมครบถ้วนและถูกต้อง การใช้โปรแกรมจัดการบรรณานุกรมควบคู่กับความเข้าใจหลักการ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย แสดงความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมกิจกรรมการเรียนรู้ภายใต้กรอบการวิจัยเชิงปฏิบัติการในชั้นเรียน (PAOR) กับแผนการเรียนรู้ 3 ชุด เพื่อพัฒนาสมรรถนะการทบทวนวรรณกรรมและการอ้างอิงในด้านการสืบค้นข้อมูล การสังเคราะห์งานวิจัย และการเขียนอ้างอิง

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการในชั้นเรียน (Classroom Action Research) ตามวงจร PAOR ของ Kemmis and McTaggart (2014) โดยมีรายละเอียดวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากรที่ศึกษา คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 3 หลักสูตรศึกษาศาสตรบัณฑิต ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2567 จำนวน 42 คน ประกอบด้วยนักศึกษาสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ศึกษา จำนวน 12 คน (ร้อยละ 28.57) และสาขาวิชาการศึกษาศาสตร์ จำนวน 30 คน (ร้อยละ 71.43) เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ผู้วิจัยรับผิดชอบสอนโดยตรงและพบว่ามีปัญหาในด้านสมรรถนะการทบทวนวรรณกรรมและการอ้างอิง โดยนักศึกษาส่วนใหญ่มีผลการเรียนเฉลี่ยสะสมอยู่ในช่วง 2.17-3.90 (ร้อยละ 78.57) และมีประสบการณ์ในการทำรายงานวิชาการที่ต้องใช้อ้างอิงมาแล้ว 1-2 รายวิชา (ร้อยละ 85.71)

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

1. แบบประเมินสภาพปัญหาและความต้องการในการพัฒนาสมรรถนะการทบทวนวรรณกรรมและการอ้างอิง ประกอบด้วยแบบสอบถามแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 20 ข้อ และแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ผ่านการตรวจสอบค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ซึ่งมีค่า IOC

อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 และได้กับนักศึกษาที่มีลักษณะใกล้เคียงกลุ่มประชากร จำนวน 15 คน วิเคราะห์ความเชื่อมั่นด้วย Cronbach's alpha ได้ค่า $\alpha = 0.86$

2. แผนกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานเพื่อพัฒนาสมรรถนะการทบทวนวรรณกรรมและการอ้างอิง จำนวน 12 แผน แบ่งเป็น 3 แผนกิจกรรม ตามวงจรการวิจัย ได้แก่ แผนที่ 1 การพัฒนาสมรรถนะการสืบค้นข้อมูล แผนที่ 2 การพัฒนาสมรรถนะการสังเคราะห์งานวิจัย และแผนที่ 3 การพัฒนาสมรรถนะการเขียนอ้างอิง ซึ่งแผนทั้งหมดได้ผ่านการตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.80-1.00 และนำไปใช้ทดลองใช้บางส่วนเพื่อปรับปรุงก่อนใช้จริง มีค่าความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = 0.48)

3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักศึกษา เป็นแบบสังเกตแบบมีโครงสร้าง ประกอบด้วย การสังเกตพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรม การทำงานกลุ่ม และการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย ซึ่งได้ผ่านการตรวจสอบค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) จากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน มีค่า IOC = 0.89 และใช้กับกลุ่มตัวอย่างใกล้เคียงเพื่อปรับเกณฑ์สังเกตให้ชัดเจน

4. แบบประเมินสมรรถนะการทบทวนวรรณกรรมและการอ้างอิง แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ สมรรถนะการสืบค้นข้อมูล สมรรถนะการสังเคราะห์งานวิจัย และสมรรถนะการเขียนอ้างอิง โดยมีเกณฑ์การประเมินแบบรูปรีด 4 ระดับ ซึ่งได้ผ่านการตรวจสอบค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) จากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน มีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) ระหว่าง 0.80-1.00 และทดลองใช้กับนักศึกษากลุ่มใกล้เคียงประชากร จำนวน 12 คน ได้ค่า Cronbach's alpha = 0.85

5. แบบสะท้อนคิดของนักศึกษา เป็นแบบบันทึกที่ให้นักศึกษาเขียนสะท้อนความคิดเห็นต่อการเรียนรู้ในแต่ละวงรอบ ประกอบด้วยประเด็นเกี่ยวกับสิ่งที่ได้เรียนรู้ ปัญหาที่พบ วิธีการแก้ไข และข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา ซึ่งมีผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความชัดเจนของถ้อยคำ

6. แบบบันทึกหลังการสอนของผู้วิจัย เป็นแบบบันทึกที่ผู้วิจัยใช้บันทึกผลการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ปัญหาที่พบ และแนวทางแก้ไขในแต่ละวงรอบการวิจัย ผ่านการตรวจสอบคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อให้ครอบคลุมข้อมูลที่จำเป็นต่อการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

วิธีรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามวงจรการวิจัยเชิงปฏิบัติการในชั้นเรียน (PAOR) จำนวน 3 วงรอบ ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2567 (ธันวาคม 2567 - กุมภาพันธ์ 2568) ดังนี้

วงรอบที่ 1 การพัฒนาสมรรถนะการสืบค้นข้อมูล (4 สัปดาห์)

1. การวางแผน ประเมินสภาพปัญหาและความต้องการพัฒนา วิเคราะห์ข้อมูล กำหนดแนวทางแก้ไข พัฒนาแผนกิจกรรมการเรียนรู้ชุดที่ 1 และจัดเตรียมสื่อการสอน

2. การปฏิบัติการ ทดสอบสมรรถนะก่อนเรียน ดำเนินกิจกรรมตามแผนการเรียนรู้ชุดที่ 1 จำนวน 4 แผน ประกอบด้วย การกำหนดประเด็นและคำสำคัญ การใช้ฐานข้อมูลออนไลน์ การประเมินคุณภาพแหล่งข้อมูล และการจัดการข้อมูลที่สืบค้น

3. การสังเกตการณ์ สังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้ ประเมินผลงาน ให้นักศึกษาสะท้อนคิด และบันทึกผลการจัดกิจกรรม

4. การสะท้อนผล วิเคราะห์ข้อมูล จัดประชุมกลุ่มย่อย สรุปผลและวางแผนวงรอบต่อไป

วงรอบที่ 2 การพัฒนาสมรรถนะการสังเคราะห์งานวิจัย (4 สัปดาห์)

1. การวางแผน นำผลสะท้อนจากวงรอบที่ 1 มาปรับปรุง พัฒนาแผนกิจกรรมการเรียนรู้ชุดที่ 2

2. การปฏิบัติการ ดำเนินกิจกรรมตามแผนการเรียนรู้ชุดที่ 2 จำนวน 4 แผน ได้แก่ การอ่านและวิเคราะห์บทความวิจัย การจัดกลุ่มและเชื่อมโยงงานวิจัย การใช้แผนผังความคิดในการสังเคราะห์ และการเขียนทบทวนวรรณกรรมเชิงสังเคราะห์

3. การสังเกตการณ์และสะท้อนผล - ดำเนินการเช่นเดียวกับวงรอบที่ 1

วงรอบที่ 3 การพัฒนาสมรรถนะการเขียนอ้างอิง (4 สัปดาห์)

1. การวางแผน นำผลสะท้อนจากวงรอบที่ 2 มาปรับปรุง พัฒนาแผนกิจกรรมการเรียนรู้ชุดที่ 3

2. การปฏิบัติการ ดำเนินกิจกรรมตามแผนการเรียนรู้ชุดที่ 3 จำนวน 4 แผน ได้แก่ รูปแบบการอ้างอิงในสาขาการศึกษา การเขียนอ้างอิงในเนื้อหา การเขียนบรรณานุกรมท้ายเล่ม และการใช้โปรแกรมจัดการบรรณานุกรม

3. การสังเกตการณ์ นอกจากสังเกตพฤติกรรม ประเมินผลงาน และบันทึกผลเช่นเดียวกับวงรอบก่อน ยังมีการทดสอบสมรรถนะหลังการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ครบทั้ง 3 วงรอบ

4. การสะท้อนผล วิเคราะห์ข้อมูล จัดประชุมกลุ่มย่อย และสรุปผลการดำเนินงานตลอดทั้ง 3 วงรอบ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าร้อยละ (Percentage) และสถิติทดสอบ t-test for Dependent Samples เพื่อเปรียบเทียบสมรรถนะการทบทวนวรรณกรรมและการอ้างอิงก่อนและหลังการจัดกิจกรรมการเรียนรู้

2. วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากแบบสะท้อนคิดของนักศึกษา แบบบันทึกหลังการสอนของผู้วิจัย และข้อมูลจากการสังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการในการพัฒนาสมรรถนะการทบทวนวรรณกรรมและการอ้างอิงของนักศึกษา จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินสภาพปัญหาและความต้องการ พบว่า นักศึกษาประสบปัญหาในการทบทวนวรรณกรรมและการอ้างอิงใน 3 ประเด็นหลัก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ (1) การสืบค้นข้อมูลอย่างเป็นระบบ ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.62) เช่น ไม่ทราบวิธีการกำหนดคำสำคัญในการสืบค้น ไม่ทราบแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือในการสืบค้น (2) การสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.71) เช่น ไม่สามารถสังเคราะห์ข้อมูลจากงานวิจัยที่หลากหลายได้ และ (3) การเขียนอ้างอิงตามหลักวิชาการ ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.68)

ด้านความต้องการในการพัฒนาสมรรถนะ พบว่า นักศึกษามีความต้องการพัฒนาสมรรถนะการเขียนอ้างอิงมากที่สุด ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.55) รองลงมา คือ สมรรถนะการสืบค้นข้อมูล ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = 0.63) และสมรรถนะการสังเคราะห์งานวิจัย ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.67) ตามลำดับ โดยความต้องการเฉพาะที่พบมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ต้องการเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการสืบค้นและใช้โปรแกรมจัดการบรรณานุกรม 2) ต้องการเรียนรู้วิธีการสืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูลอย่างเป็นระบบ และ 3) ต้องการเรียนรู้เทคนิคการสังเคราะห์งานวิจัย

2. ผลการพัฒนาและหาประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อพัฒนาสมรรถนะการทบทวนวรรณกรรมและการอ้างอิง กิจกรรมการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพเท่ากับ 81.45/83.27 สูงกว่าเกณฑ์ 80/80 ที่กำหนดไว้ โดยประกอบด้วยเทคนิคการสอนที่หลากหลาย ได้แก่

2.1 เทคนิคฐานการช่วยเหลือ (Scaffolding) ใช้ในการพัฒนาสมรรถนะการเขียนทบทวนวรรณกรรมและการอ้างอิง โดยเริ่มจากการให้ตัวอย่างและแนวทางที่ชัดเจน แล้วค่อย ๆ ลดความช่วยเหลือลงเมื่อนักศึกษามีความเข้าใจมากขึ้น

2.2 เทคนิคการใช้แผนผังความคิด (Mind Mapping) ช่วยให้นักศึกษาสามารถจัดระบบความคิดและเชื่อมโยงข้อมูลจากงานวิจัยต่าง ๆ ได้อย่างเป็นระบบ

2.3 เทคนิค Jigsaw ใช้ในการพัฒนาสมรรถนะการวิเคราะห์และสังเคราะห์งานวิจัย โดยแบ่งนักศึกษาเป็นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในแต่ละประเด็น แล้วนำข้อมูลมาแลกเปลี่ยนในกลุ่มใหม่

2.4 เทคนิคการวิเคราะห์ข้อผิดพลาด (Error Analysis) ใช้ในการพัฒนาสมรรถนะการเขียนอ้างอิง โดยให้นักศึกษาวิเคราะห์ข้อผิดพลาดจากตัวอย่างการอ้างอิงที่ไม่ถูกต้อง

2.5 เทคนิคการให้ข้อมูลย้อนกลับรายบุคคล (Individual Feedback) ใช้ในทุกขั้นตอนของการพัฒนาสมรรถนะ โดยผู้สอนให้ข้อมูลย้อนกลับที่เฉพาะเจาะจงต่อผลงานของนักศึกษาแต่ละคน

เมื่อพิจารณาประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้ในแต่ละวงรอบการวิจัย พบว่า ในวงรอบที่ 1 มีประสิทธิภาพเท่ากับ 79.65/81.25 วงรอบที่ 2 มีประสิทธิภาพเท่ากับ 80.85/82.40 และวงรอบที่ 3 มีประสิทธิภาพเท่ากับ 83.85/86.15 แสดงให้เห็นถึงการพัฒนาประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องในแต่ละวงรอบ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากแบบสะท้อนคิดของนักศึกษาและแบบบันทึกหลังการสอนของผู้วิจัย พบประเด็นสำคัญดังนี้

ด้านการสืบค้นข้อมูล การวิเคราะห์สะท้อนให้เห็นว่านักศึกษาได้พัฒนาทักษะการสืบค้นข้อมูลอย่างเป็นระบบผ่านการใช้แผนผังความคิดเพื่อจัดระบบประเด็นการสืบค้น ดังที่นักศึกษาคคนที่ 8 ได้สะท้อนว่า "การทำ Mind Mapping ก่อนสืบค้นช่วยให้หนูจับประเด็นได้ดีขึ้น ไม่หลงทางเวลาค้นข้อมูล เมื่อก่อนหนูมักจะเจอข้อมูลมากมายแล้วไม่รู้จะเอาอะไร แต่พอได้วางแผนก่อนค้นทำให้หนูรู้ว่าควรเลือกข้อมูลอะไรบ้าง" นอกจากนี้ ยังพบความแตกต่างระหว่างสาขาวิชา โดยนักศึกษาสาขาการศึกษาปฐมวัยสะท้อนประเด็นปัญหาเฉพาะด้านดังนี้ "การได้เรียนรู้วิธีกำหนดคำสำคัญทำให้หาข้อมูลได้ตรงประเด็นมากขึ้น แต่ยังมีปัญหา

เรื่องการใช้ฐานข้อมูลภาษาอังกฤษ พอเจอบทความเป็นภาษาอังกฤษเยอะ ๆ รู้สึกท้อ จนบางครั้งเลือกที่จะใช้แต่แหล่งข้อมูลภาษาไทย" (นักศึกษาคนที่ 15)

ด้านการสังเคราะห์งานวิจัย จากบันทึกหลังการสอนครั้งที่ 7 ผู้วิจัยได้สะท้อนประเด็นปัญหาสำคัญเกี่ยวกับการสังเคราะห์งานวิจัยว่า "นักศึกษาสามารถแยกแยะและจำแนกข้อมูลได้ดี แต่ยังขาดการเชื่อมโยงแนวคิดเข้ากับแนวปฏิบัติและมักนำเสนอข้อมูลแบบแยกส่วน โดยเฉพาะนักศึกษาสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ศึกษาที่มีความเข้าใจทฤษฎีแต่ยังไม่สามารถประยุกต์เข้ากับบริบทการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ เทคนิค Jigsaw ช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนมุมมองระหว่างผู้เรียนต่างสาขาได้ดี" กิจกรรมกลุ่มแบบ Jigsaw มีส่วนสำคัญในการพัฒนาทักษะการสังเคราะห์ ดังที่นักศึกษาคนที่ 27 สะท้อนว่า "การได้เป็นผู้เชี่ยวชาญในประเด็นหนึ่งแล้วต้องไปอธิบายให้เพื่อนกลุ่มใหม่ฟัง ทำให้หนูต้องเข้าใจจริง ๆ ไม่ใช่แค่ท่องจำ และเมื่อได้ฟังประเด็นอื่นจากเพื่อน ทำให้เห็นความเชื่อมโยงที่ไม่เคยคิดมาก่อน"

ด้านการเขียนอ้างอิง เทคนิคการวิเคราะห์ข้อผิดพลาดได้รับการตอบรับเชิงบวกจากนักศึกษา ดังสะท้อนในความคิดเห็นของนักศึกษาคนที่ 23 "การได้วิเคราะห์ตัวอย่างการอ้างอิงที่ผิดพลาดทำให้หนูจำได้ว่าจุดไหนที่ทำผิดบ่อย และระวังไม่ให้ตัวเองทำผิดแบบเดียวกัน หนูเข้าใจแล้วว่าทำไมถึงต้องอ้างอิงแบบนี้ ไม่ใช่แค่ทำตามรูปแบบโดยไม่เข้าใจเหตุผล" ในขณะที่การใช้โปรแกรมจัดการบรรณานุกรมได้รับการยอมรับว่าเป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์ แต่ต้องอยู่บนพื้นฐานความเข้าใจหลักการ ดังที่นักศึกษาคนที่ 31 ให้ข้อมูลว่า "การใช้โปรแกรมจัดการบรรณานุกรมช่วยลดข้อผิดพลาดในการอ้างอิงได้มาก แต่ต้องเข้าใจหลักการก่อนจึงจะใช้โปรแกรมได้อย่างถูกต้อง เพราะบางครั้งโปรแกรมก็จัดรูปแบบผิด เราต้องรู้ว่าผิดตรงไหนและแก้ไขอย่างไร"

3. ผลการพัฒนาสมรรถนะในแต่ละวงจร

3.1 ผลการพัฒนาสมรรถนะในวงจรที่ 1 การพัฒนาสมรรถนะการสืบค้นข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามีพัฒนาการด้านการสืบค้นข้อมูลอย่างชัดเจน โดยมีคะแนนเฉลี่ยก่อนการพัฒนาเท่ากับ 7.84 คะแนน (S.D. = 2.52) และหลังการพัฒนาในวงจรที่ 1 เท่ากับ 15.32 คะแนน (S.D. = 2.11) คิดเป็นร้อยละของพัฒนาการสัมพัทธ์เท่ากับร้อยละ 61.54 สมรรถนะย่อยที่มีพัฒนาการสูงสุด คือ การกำหนดคำสำคัญในการสืบค้น โดยเฉพาะนักศึกษาสาขาการศึกษาปฐมวัยที่มีพัฒนาการสูงถึงร้อยละ 68.27

3.2 ผลการพัฒนาสมรรถนะในวงจรที่ 2 การพัฒนาสมรรถนะการสังเคราะห์งานวิจัย ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามีพัฒนาการด้านการสังเคราะห์งานวิจัยเพิ่มขึ้น โดยมีคะแนนเฉลี่ยก่อนการพัฒนาเท่ากับ 6.53 คะแนน (S.D. = 2.38) และหลังการพัฒนาในวงจรที่ 2 เท่ากับ 13.18 คะแนน (S.D. = 2.26) คิดเป็นร้อยละของพัฒนาการสัมพัทธ์เท่ากับร้อยละ 49.33 สมรรถนะย่อยที่พัฒนาได้ดี คือ การใช้แผนผังความคิดในการจัดระบบข้อมูล ขณะที่สมรรถนะที่ยังต้องพัฒนาต่อ คือ การเชื่อมโยงแนวคิดทฤษฎีกับผลการวิจัย

3.3 ผลการพัฒนาสมรรถนะในวงจรที่ 3 การพัฒนาสมรรถนะการเขียนอ้างอิงและการติดตามพัฒนาการสมรรถนะอื่น ๆ ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามีพัฒนาการด้านการเขียนอ้างอิงอย่างชัดเจน โดยมีคะแนนเฉลี่ยก่อนการพัฒนาเท่ากับ 7.12 คะแนน (S.D. = 2.66) และหลังการพัฒนาในวงจรที่ 3 เท่ากับ 16.34 คะแนน (S.D. = 2.22)

คิดเป็นร้อยละของพัฒนาการสัมพัทธ์เท่ากับร้อยละ 71.53 ซึ่งเป็นสมรรถนะที่มีอัตราพัฒนาการสูงที่สุดในทั้ง 3 ด้าน สมรรถนะย่อยที่มีพัฒนาการสูงสุด คือ การใช้โปรแกรมจัดการบรรณานุกรม นอกจากนี้ ในวงรอบที่ 3 ยังมีการติดตามสมรรถนะที่ต้องพัฒนาต่อเนื่องจากวงรอบที่ 2 คือ "การเชื่อมโยงแนวคิดทฤษฎีกับผลการวิจัย" ผลการพัฒนาพบว่า นักศึกษามีพัฒนาการในสมรรถนะย่อยนี้เพิ่มขึ้น จากคะแนนเฉลี่ย 5.28 คะแนน (S.D. = 2.14) หลังวงรอบที่ 2 เป็น 7.46 คะแนน (S.D. = 1.92) หลังวงรอบที่ 3 คิดเป็นร้อยละของพัฒนาการสัมพัทธ์เท่ากับร้อยละ 29.87 ซึ่งแม้จะมีพัฒนาการที่ดีขึ้นแต่ยังคงเป็นสมรรถนะย่อยที่มีค่าพัฒนาการต่ำกว่าสมรรถนะย่อยอื่น ๆ

ในส่วนของการพัฒนาสมรรถนะการสืบค้นข้อมูลซึ่งเป็นจุดเน้นในวงรอบที่ 1 พบว่า มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจากวงรอบที่ 1 (15.32 คะแนน, S.D. = 2.11) มาเป็น 17.25 คะแนน (S.D. = 1.85) หลังสิ้นสุดวงรอบที่ 3 แสดงให้เห็นถึงความต่อเนื่องในการพัฒนาแม้ไม่ได้เป็นจุดเน้นในวงรอบหลัง

3.4 ผลการเปรียบเทียบสมรรถนะการทบทวนวรรณกรรมและการอ้างอิงของนักศึกษาก่อนและหลังการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ พบว่า นักศึกษามีสมรรถนะการทบทวนวรรณกรรมและการอ้างอิงหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบสมรรถนะการทบทวนวรรณกรรมและการอ้างอิงของนักศึกษาก่อนและหลังการจัดกิจกรรมการเรียนรู้

สมรรถนะ	การทดสอบ	คะแนนเต็ม	$\bar{X}$	S.D.	t	p
สมรรถนะการสืบค้นข้อมูล	ก่อนเรียน	20	7.84	2.52	18.62*	.000
	หลังเรียน	20	17.25	1.85		
สมรรถนะการสังเคราะห์งานวิจัย	ก่อนเรียน	20	6.53	2.38	14.75*	.000
	หลังเรียน	20	15.81	2.04		
สมรรถนะการเขียนอ้างอิง	ก่อนเรียน	20	7.12	2.66	16.84*	.000
	หลังเรียน	20	16.34	2.22		
ภาพรวม	ก่อนเรียน	60	21.49	5.87	24.73*	.000
	หลังเรียน	60	49.40	4.62		

*p < .05

จากตารางที่ 1 พบว่า นักศึกษามีสมรรถนะการทบทวนวรรณกรรมและการอ้างอิงในภาพรวมหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีคะแนนเฉลี่ยก่อนเรียนเท่ากับ 21.49 คะแนน (S.D. = 5.87) และคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนเท่ากับ 49.40 คะแนน (S.D. = 4.62) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สมรรถนะที่มีพัฒนาการสูงสุด คือ สมรรถนะการสืบค้นข้อมูล ($\bar{X}$ = 17.25, S.D. = 1.85) รองลงมา คือ สมรรถนะการเขียนอ้างอิง ($\bar{X}$ = 16.34, S.D. = 2.22) และสมรรถนะการสังเคราะห์งานวิจัย ($\bar{X}$ = 15.81, S.D. = 2.04) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาพัฒนาการของสมรรถนะในแต่ละวงรอบการวิจัย พบว่า สมรรถนะการสืบค้นข้อมูลมีการพัฒนาอย่างชัดเจนในวงรอบที่ 1 สมรรถนะการสังเคราะห์งานวิจัยมีการพัฒนาอย่างชัดเจนในวงรอบที่ 2

และสมรรถนะการเขียนอ้างอิงมีการพัฒนาอย่างชัดเจนในวงรอบที่ 3 แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้ที่ออกแบบมาเฉพาะสำหรับการพัฒนาสมรรถนะแต่ละด้าน

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่องการพัฒนาสมรรถนะด้านการทบทวนวรรณกรรมและการอ้างอิงผ่านการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในชั้นเรียนระดับอุดมศึกษามีประเด็นที่นำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ผลการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการในการพัฒนาสมรรถนะการทบทวนวรรณกรรมและการอ้างอิง ผลการวิจัยพบว่า สภาพปัญหาที่นักศึกษาประสบมากที่สุด คือ การสืบค้นข้อมูลอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากนักศึกษาขาดความรู้และสมรรถนะในการใช้ฐานข้อมูลออนไลน์ การกำหนดคำสำคัญในการสืบค้น และการประเมินคุณภาพของแหล่งข้อมูล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นภัสกร กรวยสวัสดิ์ และแกมกาญจน์ สมประเสริฐศรี (2565) ที่พบว่า ผู้ใช้ส่วนใหญ่ประสบปัญหาในการกำหนดคำค้นที่เหมาะสม การไม่ทราบเทคนิคในการค้นหาจากฐานข้อมูลออนไลน์ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Tyopev et al. (2021) ที่พบว่านักศึกษาขาดสมรรถนะการสืบค้นข้อมูลที่สำคัญหลายประการ ได้แก่ ความสามารถในการเลือกข้อมูลวิชาการและการประเมินผลการค้นหา ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อขั้นตอนการสืบค้นข้อมูลในวงรอบที่ 1 ของการวิจัยครั้งนี้

ในส่วนของปัญหาการสังเคราะห์งานวิจัย ซึ่งเป็นประเด็นที่พัฒนาในวงรอบที่ 2 พบว่านักศึกษามีความยากลำบากในการเชื่อมโยงแนวคิดทฤษฎีกับผลการวิจัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Suntoro et al. (2023) ที่พบว่า ปัญหาหลักของนักศึกษาในการสังเคราะห์บทความ คือ ขาดความหลากหลายของแหล่งข้อมูล และไม่สามารถเชื่อมโยงแนวคิดเพื่อสร้างมุมมองใหม่ได้ ส่งผลให้การพัฒนาสมรรถนะด้านนี้มีอัตราพัฒนาการสัมพัทธ์ต่ำกว่าสมรรถนะด้านอื่น (ร้อยละ 49.33) แม้จะมีการติดตามต่อเนื่องในวงรอบที่ 3 ก็ตาม สำหรับสมรรถนะการเขียนอ้างอิงซึ่งพัฒนาในวงรอบที่ 3 พบว่านักศึกษามีพัฒนาการสัมพัทธ์สูงที่สุด (ร้อยละ 71.53) สอดคล้องกับแนวทางการแก้ไขปัญหที่งานวิจัยของ สังวาล ตุ๊กพิมาย และคณะ (2559) เสนอไว้เกี่ยวกับกระบวนการฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาสมรรถนะการสืบค้นและการอ้างอิง ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกับการใช้โปรแกรมจัดการบรรณานุกรมที่เป็นจุดเด่นของการพัฒนาในวงรอบที่ 3 ของงานวิจัยนี้

2. ผลการพัฒนาและหาประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้ ผลการวิจัยพบว่า กิจกรรมการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพเท่ากับ 81.45/83.27 สูงกว่าเกณฑ์ 80/80 ที่กำหนดไว้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกิจกรรมการเรียนรู้ได้พัฒนาขึ้นตามหลักการวิจัยเชิงปฏิบัติการในชั้นเรียน มีการวางแผน ดำเนินการ สังเกต และสะท้อนผลในแต่ละวงรอบ ทำให้สามารถปรับปรุงกิจกรรมการเรียนรู้ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Kemmis and McTaggart (2014) ที่กล่าวว่าการวิจัยเชิงปฏิบัติการในชั้นเรียนช่วยให้ผู้สอนสามารถปรับปรุงการเรียนการสอนอย่างต่อเนื่องตามสภาพปัญหาที่พบจริงในชั้นเรียน

การออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่มีการบูรณาการเทคนิคการสอนที่หลากหลายเข้าด้วยกัน อาทิ การใช้เทคนิคฐานการช่วยเหลือ (Scaffolding) ในการสร้างโครงสร้างการเรียนรู้ที่เหมาะสม

การประยุกต์ใช้แผนผังความคิด (Mind Mapping) เพื่อส่งเสริมการจัดระบบความคิด การจัดกิจกรรมกลุ่มแบบ Jigsaw ที่เน้นการเรียนรู้แบบร่วมมือ การวิเคราะห์ข้อผิดพลาด (Error Analysis) และการให้ข้อมูลย้อนกลับรายบุคคล (Individual Feedback) เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้แผนผังความคิดในการจัดระบบข้อมูลซึ่งเป็นสมรรถนะย่อยที่พัฒนาได้ดีในวงจรที่ 2 ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ัญญพรพร พานสกุล (2563) ที่พบว่า การบูรณาการเทคนิคการสอนที่หลากหลายมีส่วนสำคัญในการกระตุ้นความสนใจและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้เรียนอย่างมีนัยสำคัญ อันนำไปสู่การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่สูงขึ้น

3. ผลการเปรียบเทียบสมรรถนะก่อนและหลังการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามีสมรรถนะการทบทวนวรรณกรรมและการอ้างอิงหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทุกด้าน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นการพัฒนาสมรรถนะเฉพาะด้านในแต่ละวงรอบการวิจัย ทำให้นักศึกษาได้ฝึกปฏิบัติอย่างเป็นขั้นตอนและต่อเนื่อง สอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้แบบนำตนเองของ Knowles (1975) ที่เน้นให้ผู้เรียนรับผิดชอบการเรียนรู้ของตนเอง และแนวคิดการเรียนรู้แบบร่วมมือของ Johnson and Johnson (1999) ที่เน้นการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม

เมื่อวิเคราะห์ผลการพัฒนาสมรรถนะเป็นรายด้าน พบว่า สมรรถนะที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ สมรรถนะการสืบค้นข้อมูล ($\bar{X} = 17.25$, S.D. = 1.85) รองลงมาคือ สมรรถนะการเขียนอ้างอิง ($\bar{X} = 16.34$, S.D. = 2.22) และสมรรถนะการสังเคราะห์งานวิจัย ($\bar{X} = 15.81$, S.D. = 2.04) ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาร้อยละของพัฒนาการสัมพัทธ์ พบว่า สมรรถนะที่มีพัฒนาการสัมพัทธ์สูงสุดคือ สมรรถนะการเขียนอ้างอิง (ร้อยละ 71.53) รองลงมาคือ สมรรถนะการสืบค้นข้อมูล (ร้อยละ 61.54) และสมรรถนะการสังเคราะห์งานวิจัย (ร้อยละ 49.33) ตามลำดับ

ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยคะแนนกับร้อยละพัฒนาการสัมพัทธ์นี้ สะท้อนให้เห็นถึงธรรมชาติของสมรรถนะแต่ละประเภท กล่าวคือ สมรรถนะการสืบค้นข้อมูลเป็นพื้นฐานที่นักศึกษาได้พัฒนาตั้งแต่วงรอบแรกและต่อเนื่องไปยังวงรอบถัดไป จึงมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ในขณะที่สมรรถนะการเขียนอ้างอิงซึ่งพัฒนาในวงจรที่ 3 มีอัตราพัฒนาการสัมพัทธ์สูงสุด อาจเนื่องมาจากการใช้โปรแกรมจัดการบรรณานุกรมซึ่งเป็นเครื่องมือเฉพาะที่ช่วยให้นักศึกษาพัฒนาสมรรถนะได้อย่างรวดเร็ว

สำหรับสมรรถนะการสังเคราะห์งานวิจัยที่มีทั้งคะแนนเฉลี่ยและร้อยละพัฒนาการสัมพัทธ์ต่ำกว่าสมรรถนะอื่น โดยเฉพาะในสมรรถนะย่อยด้านการเชื่อมโยงแนวคิดทฤษฎีกับผลการวิจัยที่พบว่า ยังต้องพัฒนาต่อเนื่องแม้ในวงจรที่ 3 จะมีพัฒนาการที่ดีขึ้น (ร้อยละพัฒนาการสัมพัทธ์ 29.87) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Dwyer et al. (2014) ที่พบว่า การพัฒนาสมรรถนะการคิดขั้นสูง เช่น การสังเคราะห์งานวิจัย เป็นกระบวนการที่ใช้เวลานานและต้องอาศัยการสอนที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการออกแบบการเรียนการสอน ที่เน้นการมีส่วนร่วมและการแก้ปัญหาในบริบทจริง การพัฒนาในระยะสั้น เช่น หนึ่งเทอม สามารถเห็นผลได้ แต่สำหรับความสามารถในการคิดวิเคราะห์ การเชื่อมโยงแนวคิด และการสรุปประเด็นสำคัญจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย จึงมีความซับซ้อนและต้องใช้ระยะเวลาในการพัฒนาที่มากกว่าสมรรถนะอื่น

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการพัฒนาสมรรถนะการทบทวนวรรณกรรมและการอ้างอิงของนักศึกษาควรจะมีลักษณะเป็นการพัฒนาเชิงบูรณาการที่ครอบคลุมหลายมิติ มีการติดตามและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในสมรรถนะย่อยที่ต้องได้รับการพัฒนาเพิ่มเติม เช่น การเชื่อมโยงแนวคิดทฤษฎีกับผลการวิจัย ซึ่งแม้จะได้รับการพัฒนาต่อเนื่องในวงรอบที่ 3 แต่ยังคงเป็นประเด็นที่ควรได้รับการพัฒนาต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้สอนควรใช้แนวทางการพัฒนาสมรรถนะการทบทวนวรรณกรรมและการอ้างอิงตามลำดับขั้นตอน เริ่มจากการพัฒนาสมรรถนะการสืบค้นข้อมูล สมรรถนะการสังเคราะห์งานวิจัย และสมรรถนะการเขียนอ้างอิง เพื่อให้นักศึกษาได้พัฒนาสมรรถนะอย่างเป็นลำดับขั้นจากง่ายไปยาก
2. ในการพัฒนาสมรรถนะการสืบค้นข้อมูล ผู้สอนควรเน้นการฝึกปฏิบัติจริงในการใช้ฐานข้อมูลออนไลน์ การกำหนดคำสำคัญในการสืบค้น การใช้ปัญญาประดิษฐ์ เช่น Scispace, Litmap, Perplexity, Connected Paper ฯลฯ เพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของการทบทวนวรรณกรรม และการประเมินคุณภาพของแหล่งข้อมูล โดยใช้ตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยของนักศึกษา
3. ในการพัฒนาสมรรถนะการสังเคราะห์งานวิจัย ผู้สอนควรใช้เทคนิคการใช้แผนผังความคิด และกิจกรรมกลุ่มแบบ Jigsaw เพื่อช่วยให้นักศึกษาสามารถจัดระบบความคิดและเชื่อมโยงข้อมูลจากงานวิจัยต่าง ๆ ได้อย่างเป็นระบบ
4. ในการพัฒนาสมรรถนะการเขียนอ้างอิง ผู้สอนควรใช้เทคนิคฐานการช่วยเหลือ (Scaffolding) และการวิเคราะห์ข้อผิดพลาด โดยเริ่มจากการให้ตัวอย่างและแนวทางที่ชัดเจน แล้วค่อย ๆ ลดความช่วยเหลือลงเมื่อนักศึกษามีความเข้าใจมากขึ้น
5. ผู้สอนควรใช้การให้ข้อมูลย้อนกลับรายบุคคลในทุกขั้นตอนของการพัฒนาสมรรถนะ เพื่อให้ นักศึกษาทราบจุดแข็งและจุดที่ควรปรับปรุงของตนเอง
6. การพัฒนาสมรรถนะการทบทวนวรรณกรรมและการอ้างอิงควรเริ่มตั้งแต่ชั้นปีที่ 1 หรือ 2 โดยบูรณาการในรายวิชาต่าง ๆ เพื่อให้นักศึกษาได้ฝึกปฏิบัติอย่างต่อเนื่องและสามารถนำไปใช้ในการทำวิจัยในชั้นปีที่สูงขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาสมรรถนะการทบทวนวรรณกรรมและการอ้างอิงของนักศึกษาระดับปริญญาตรี เช่น รูปแบบการเรียนรู้ แรงจูงใจในการเรียน และความรู้พื้นฐานด้านการวิจัย
2. ควรศึกษาผลของการบูรณาการสมรรถนะการทบทวนวรรณกรรมและการอ้างอิงในรายวิชาต่าง ๆ ตลอดหลักสูตรการศึกษา เพื่อพัฒนาแนวทางการจัดการเรียนการสอนที่ส่งเสริมสมรรถนะการวิจัยของนักศึกษาทั้งหลักสูตร

3. ควรศึกษาการพัฒนาสมรรถนะการทบทวนวรรณกรรมและการอ้างอิงในประเด็นเฉพาะทาง เช่น การทบทวนวรรณกรรมแบบเป็นระบบ (Systematic Review) หรือการทบทวนวรรณกรรมแบบอภิมาน (Meta-analysis) สำหรับนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา

เอกสารอ้างอิง

- ชัยพรพรช แพณสกุล. (2563). การจัดการเรียนการสอนแบบผสมผสานที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ความผูกพัน แรงจูงใจ และความพึงพอใจของผู้เรียน: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี. *วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี*, 7(1), 218–230.
- นภัสกร กรวยสวัสดิ์ และแกมกาญจน์ สมประเสริฐศรี. (2565). การเพิ่มประสิทธิภาพการสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศด้วยคำสำคัญร่วมกับหัวเรื่อง. *วารสารวิจัย สมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทยฯ*, 15(2), 1–14.
- สังวาล ตุ๊กพิมาย และคณะ. (2559). การรู้สารสนเทศของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 18(2), 9–19.
- Cano Patiño, L. A. and Daza Ramírez, J. A. (2018). *The Role of Feedback to Academic Writing in the Affective Processes of the Students from the Low - intermediate English Level of the B.A in the Teaching of Modern Languages at Pontificia Universidad Javeriana - Bogotá*. Pontificia Universidad Javeriana.
- Chigbu, U. E., et al. (2023). The Science of Literature Reviews: Searching, Identifying, Selecting, and Synthesising. *Publications*, 11(1), 2.
- Dwyer, C. P., et al. (2014). An integrated Critical Thinking Framework for the 21st Century. *Thinking Skills and Creativity*, 12, 43–52.
- Farrukh, A. and Sajjad, A. (2023). *A Critical Review of Literature Review Methodologies* (pp. 103–123). Emerald (MCB UP).
- Garrison, D. R. and Vaughan, N. D. (2008). *Blended Learning in Higher Education: Framework, Principles, and GUIDELINES*. Jossey-Bass.
- Johnson, D. W. and Johnson, R. T. (1999). *Learning Together and Alone: Cooperative, Competitive, and Individualistic Learning* (5th ed.). Allyn and Bacon.
- Kemmis, S. and McTaggart, R. (2014). Participatory Action Research. In N. K. Denzin & Y.S. Lincoln (Eds.), *Handbook of Qualitative Research* (2nd ed., pp. 567–605). Sage.
- Knowles, M. S. (1975). *Self-directed Learning: A Guide for Learners and Teachers*. Association Press.
- Obagi, S. and Shahabi, L. (2008). *Literature Reviews.*, *The American Journal of Cosmetic Surgery* 25(3), 163–170. DOI:10.1177/074880680802500308

- Suntoro, S., et al. (2023). Undergraduate Students Citation Writing Difficulties. *Proceedings of International Conference on Science, Education, and Technology*, 9(1), 724–728.
- Tyopev, C. M., et al. (2021). Influence of Information Retrieval Skills of Undergraduate Students on Their Effective Use of Electronic Resources in University Libraries in Benue State, Nigeria. *Jewel Journal of Librarianship*, 16(3), 56–70.
- Wang, N., et al. (2021). Blended Learning for Chinese University EFL Learners: Learning Environment and Learner Perceptions. *Computer Assisted Language Learning*, 34, 297–323.

คุณภาพชีวิตในการทำงาน วัฒนธรรมองค์กร และความสุขในการทำงานที่ส่งผลต่อ
ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่
Quality Of Life at Work Corporate Culture and Happiness at Work that Affects
the Performance of Employees of the Housing Bank, Head Office

ภูวดล ตันจันดี^{1*} และ ทิดารัตน์ พงษ์ชิริรินทร์²

Puwadon Tonjandee^{1*} and Tidarat Pongvachirint²

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

²หลักสูตรบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

¹Master of Business Administration, Program in Management, Graduate School,
University of the Thai Chamber of Commerce

²Bachelor of Business Administration, Faculty of Business Administration,
University of the Thai Chamber of Commerce

*Corresponding author's email: puwadon.to@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

4 สิงหาคม 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

9 กันยายน 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

10 กันยายน 2568

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงาน วัฒนธรรมองค์กร และความสุขในการทำงาน ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ พนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ จำนวน 339 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน พบว่า โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงาน วัฒนธรรมองค์กร และความสุขในการทำงานอยู่ในระดับมาก และปัจจัยทั้งสามมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเฉพาะด้านการทำงานร่วมกัน ความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานกับชีวิตส่วนตัว และวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานมากที่สุด

ผลการศึกษานี้สะท้อนให้เห็นว่า องค์กรควรให้ความสำคัญกับการสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งเสริมความสุขและคุณภาพชีวิตของพนักงาน รวมถึงส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการเติบโตและประสิทธิภาพของบุคลากร อันจะนำไปสู่การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: คุณภาพชีวิตในการทำงาน, วัฒนธรรมองค์กร, ความสุขในการทำงาน, ประสิทธิภาพการทำงาน, ธนาคารอาคารสงเคราะห์

ABSTRACT

This independent study aimed to examine the influence of quality of work life, organizational culture, and workplace happiness on job performance among employees at the Government Housing Bank (GHB) Head Office. A quantitative research method was employed, using a structured questionnaire to collect data from 339 purposively selected employees. The independent variables included eight dimensions of quality of work life based on Walton's model, three types of organizational culture from Cooke and Lafferty, and four aspects of workplace happiness adapted from Manion's framework. Job performance was assessed based on Peterson and Plowman's indicators.

The data were analyzed using descriptive statistics and multiple regression analysis. The findings revealed that all three factors had statistically significant effects on job performance at the 0.05 level. Specifically, workplace happiness had the highest predictive power ($R^2 = 0.583$), followed by quality of work life ($R^2 = 0.278$) and organizational culture ($R^2 = 0.134$). Within these factors, interpersonal relationships, work-life balance, and social contribution were the most influential elements of quality of work life, while the constructive organizational culture was the only culture type with a significant impact. In terms of workplace happiness, interpersonal connections, love for the job, recognition, and achievement were all positively correlated with performance.

The study highlights the importance of fostering a supportive work environment, promoting a constructive organizational culture, and enhancing employees' emotional well-being to improve organizational effectiveness and sustainability.

Keywords: Quality of Work Life, Organizational Culture, Workplace Happiness, Job Performance, Government Housing Bank.

บทนำ

ในยุคปัจจุบัน องค์กรที่มุ่งสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ เนื่องจากทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน การดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ การสร้างนวัตกรรม ตลอดจน

ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรในสายตาสาธารณชน องค์กรที่สามารถรักษาและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรได้อย่างต่อเนื่องย่อมมีความได้เปรียบในการขับเคลื่อนสู่เป้าหมายที่วางไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ แนวทางสำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถเสริมสร้างศักยภาพของบุคลากรได้อย่างมีประสิทธิภาพคือการให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำงานของพนักงาน ได้แก่ คุณภาพชีวิตในการทำงาน วัฒนธรรมองค์กร และความสุขในการทำงาน ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สะท้อนถึงสภาพแวดล้อมและความรู้สึกของพนักงานโดยตรง (ผกา มาศ เจียกสูงเนิน, 2566)

แนวคิดด้านคุณภาพชีวิตในการทำงานของ Walton (1975) เสนอองค์ประกอบที่ครอบคลุมทั้งด้านกายภาพ จิตใจ สังคม และสิ่งแวดล้อมการทำงาน เช่น ค่าตอบแทนที่เป็นธรรม ความปลอดภัยในการทำงาน โอกาสในการพัฒนาและความมั่นคงในอาชีพ ตลอดจนความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ขณะเดียวกัน วัฒนธรรมองค์กรเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของพนักงาน โดยแนวคิดของ Cooke and Lafferty (1987) ได้จำแนกลักษณะวัฒนธรรมองค์กรออกเป็น 3 แบบ ได้แก่ วัฒนธรรมแบบสร้างสรรค์ แบบตั้งรับ และแบบแข่งขัน ซึ่งสะท้อนถึงค่านิยม ทักษะ และพฤติกรรมภายในองค์กรอย่างชัดเจน และสามารถนำไปใช้ประเมินหรือพัฒนาสภาพแวดล้อมในการทำงานได้อย่างเหมาะสม

นอกจากนี้ ความสุขในการทำงานเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญ โดยแนวคิดของ Manion (2003) ได้นิยามองค์ประกอบไว้ 4 ด้าน ได้แก่ ความสัมพันธ์ในที่ทำงาน ความรักและผูกพันในงาน ความสำเร็จในการทำงาน และการได้รับการยอมรับ ซึ่งล้วนสะท้อนถึงความพึงพอใจและแรงจูงใจของพนักงานในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อนำองค์ประกอบทั้งสามมาพิจารณาร่วมกับแนวคิดของ Peterson and Plowman (1989) ที่กล่าวถึงประสิทธิภาพในการทำงานซึ่งหมายถึง ความสามารถในการบรรลุเป้าหมายของงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และอยู่ภายใต้กรอบเวลาที่กำหนด จะเห็นได้ว่า คุณภาพชีวิตในการทำงาน วัฒนธรรมองค์กร และความสุขในการทำงาน ล้วนส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานทั้งทางตรงและทางอ้อม ดังนั้น การศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยเหล่านี้จึงเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาศักยภาพบุคลากรและยกระดับองค์กรในระยะยาว

ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2496 เป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐภายใต้การกำกับของกระทรวงการคลัง มีพันธกิจหลักในการส่งเสริมการมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองสำหรับประชาชน โดยเฉพาะผู้มีรายได้น้อยและปานกลาง ปัจจุบันธนาคารมีพนักงานรวม 4,932 คน และมีสาขาทั่วประเทศ 189 สาขา (ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2568) แม้ธนาคารจะให้ความสำคัญกับการดูแลทรัพยากรบุคคลมาโดยตลอด แต่จากผลสำรวจความพึงพอใจและรับฟังความคิดเห็นของพนักงาน พบว่าบางประเด็นยังควรได้รับการพัฒนาเพิ่มเติม เช่น โอกาสเติบโตในสายงานไม่ชัดเจน ความแออัดของพื้นที่ทำงาน และวัฒนธรรมองค์กรที่ยังคงล้าสมัย ขาดการเปิดรับความคิดเห็น ตลอดจนความรู้สึกไม่ท้าทายในการทำงานของพนักงานบางกลุ่ม อีกทั้งระบบการประเมินผลการทำงานยังขาดข้อมูลเชิงปริมาณที่สะท้อนผลลัพธ์ในระดับปฏิบัติการอย่างแท้จริง ซึ่งเป็นประเด็นที่ควรได้รับการปรับปรุงเพื่อรองรับการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัล ดังนั้น งานวิจัยนี้

จึงมุ่งศึกษา คุณภาพชีวิตในการทำงาน วัฒนธรรมองค์กร และความสุขในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ (ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2567)

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงาน วัฒนธรรมองค์กร และความสุขในการทำงาน ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ผลการวิจัยเป็นแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพของพนักงานให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รองรับเป้าหมายการเติบโตขององค์กรในอนาคต อีกทั้งยังเป็นต้นแบบที่สามารถนำไปปรับใช้กับองค์กรอื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันได้อย่างเหมาะสม

วัตถุประสงค์งานวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 คุณภาพชีวิตในการทำงานส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่

สมมติฐานที่ 2 วัฒนธรรมองค์กรส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่

สมมติฐานที่ 3 ความสุขในการทำงานส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่

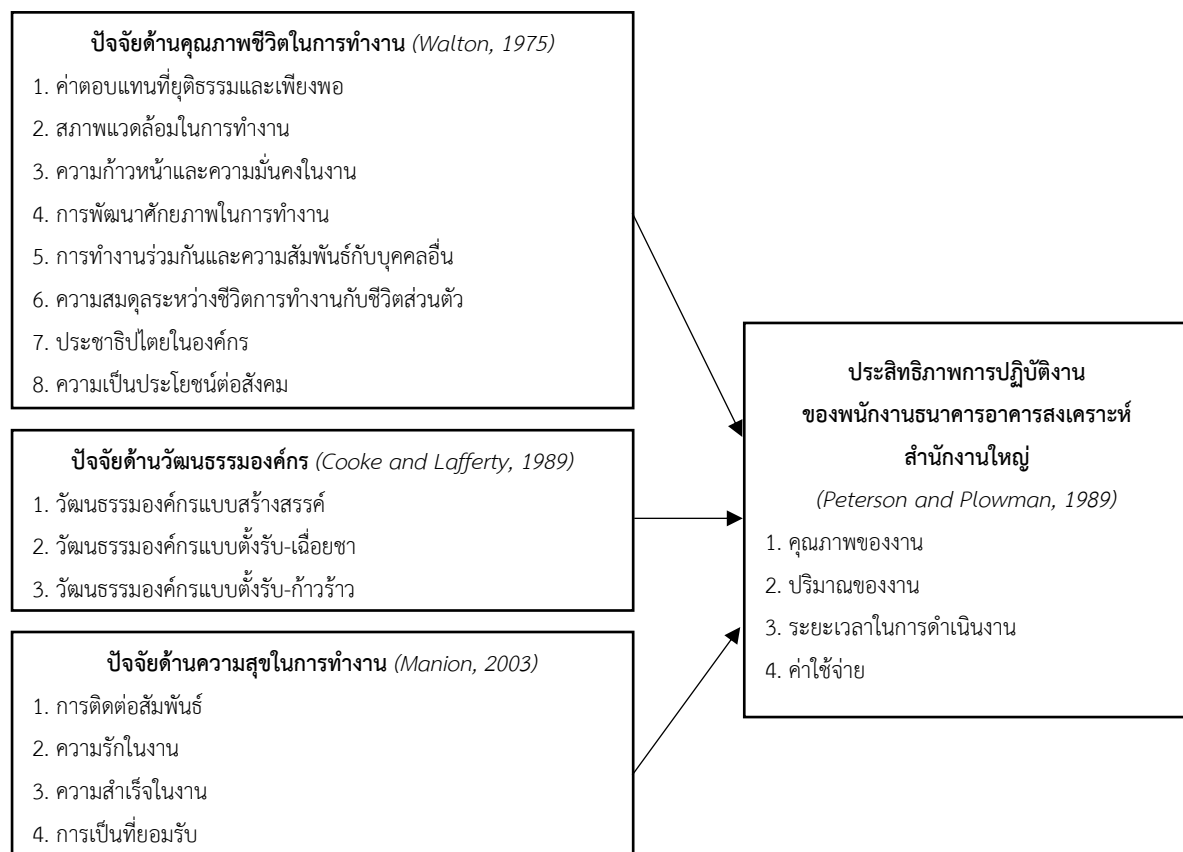
แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

Walton (1975) ได้นำเสนอองค์ประกอบของคุณภาพชีวิตในการทำงานซึ่งประกอบด้วยการได้รับค่าตอบแทนที่เป็นธรรม ความปลอดภัยในการทำงาน โอกาสก้าวหน้า ความมั่นคงในอาชีพ การพัฒนาทักษะ ความมีส่วนร่วมในสังคมภายในองค์กร ความยุติธรรม ความสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวกับการทำงาน และการทำงานที่มีคุณค่าต่อสังคม แนวคิดนี้ครอบคลุมทั้งมิติด้านกายภาพ จิตใจ และสังคม ทำให้เห็นว่าคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดีสามารถสร้างบรรยากาศการทำงานที่เอื้อต่อการเพิ่มประสิทธิภาพโดยรวมขององค์กร Cooke and Lafferty (1989) ได้อธิบายถึงแนวคิดวัฒนธรรมองค์กรผ่านเครื่องมือ Organizational Culture Inventory (OCI) โดยมุ่งเน้นพฤติกรรมและค่านิยมที่สะท้อนออกมาในองค์กร ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็นวัฒนธรรมแบบสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมความร่วมมือและความสำเร็จร่วมกัน วัฒนธรรมองค์กรแบบตั้งรับที่มุ่งเน้น การทำตามกฎและลดความเสี่ยง และวัฒนธรรมองค์กรแบบแข่งขันที่เน้นผลลัพธ์เชิงแข่งขันมากกว่าความร่วมมือ โดยทั้งหมดนี้สะท้อนให้เห็นว่าวัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลโดยตรงต่อแรงจูงใจ ความผูกพัน และประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากร Manion (2003) ได้ให้ความสำคัญกับแนวคิดความสุขในการทำงาน

โดยอธิบายว่าเกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ที่ดีในที่ทำงาน ความรักและความผูกพันในงาน ความสำเร็จที่ได้รับจากการปฏิบัติงาน และการได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา ความสุขเหล่านี้ช่วยสร้างพลังบวก ลดความตึงเครียด และเพิ่มความภักดีของพนักงานที่มีต่อองค์กร Peterson and Plowman (1989) ได้นำเสนอองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ คุณภาพของงาน ปริมาณของงาน ระยะเวลาในการทำงาน และการใช้ต้นทุนอย่างคุ้มค่า ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่สะท้อนศักยภาพของพนักงานในการสร้างผลลัพธ์ที่ตอบสนองต่อเป้าหมายและความคาดหวังขององค์กรได้อย่างเป็นรูปธรรม

จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง พบว่าคุณภาพชีวิตในการทำงาน วัฒนธรรมองค์กร และความสุขในการทำงาน ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการทำงาน โดยกรอบแนวคิดของ Walton (1975); Cooke and Lafferty (1989); Manion (2003); Peterson and Plowman (1989) ช่วยอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมการทำงานกับผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างชัดเจน และเป็นฐานทางวิชาการที่สามารถนำมาใช้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ได้อย่างเหมาะสม

กรอบแนวคิดวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาค้างนี้ คือ พนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ จำนวน 2,211 คน ซึ่งประกอบด้วย พนักงานระดับปฏิบัติการ พนักงานอาวุโส หัวหน้างาน และผู้บริหาร (ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2568)

ในการศึกษาค้างนี้ เนื่องจากการวิจัยทราบจำนวนประชากรทั้งหมด จึงได้นำสูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1976) มาใช้ในการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

โดยที่ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร (2,211 คน)

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ = 0.05 (หรือ 5%)

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{2211}{1 + 2211(0.05)^2} = \frac{2211}{6.528} = 339$$

โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไว้ที่ 0.05 หรือคิดเป็น 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ทำให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมเท่ากับ 339 คน ซึ่งผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างตามจำนวนที่คำนวณได้ดังกล่าวในการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดให้กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้ใช้ แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป คุณภาพชีวิตในการทำงาน วัฒนธรรมองค์กร ความสุขในการทำงาน และประสิทธิภาพการทำงาน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือดังนี้

ความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) แบบสอบถามผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน พบว่าค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67–1.00 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (≥ 0.50) โดยมีการปรับแก้ถ้อยคำบางข้อเพื่อความชัดเจน ทำให้ค่า IOC เพิ่มขึ้นเป็น 1.00 หลังการปรับปรุง

ความเชื่อมั่น (Reliability) แบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วได้นำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน และวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นด้วย Cronbach's Alpha ได้ค่า 0.957 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 0.70

วิธีรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการกับพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ จำนวนทั้งสิ้น 339 คน โดยกำหนดขอบเขตของพื้นที่ศึกษาเฉพาะภายในสำนักงานใหญ่เท่านั้น ขั้นตอนการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลมีดังนี้

1. จัดทำแบบสอบถามหัวข้อคุณภาพชีวิตในการทำงาน วัฒนธรรมองค์กร และความสุขในการทำงานที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ในรูปแบบออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม Google Forms เพื่อความสะดวกในการเผยแพร่และรวบรวมข้อมูล

2. เผยแพร่แบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ Line Group และ Facebook Group โดยมุ่งส่งถึงพนักงานสำนักงานใหญ่ ซึ่งมีจำนวนสมาชิกอยู่ในระดับที่เพียงพอสำหรับการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามที่กำหนดไว้

3. ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามออนไลน์ผ่านระบบ Google Drive เพื่อรักษาความเป็นระเบียบและความปลอดภัยของข้อมูล

4. เข้ารหัสข้อมูล (Data Coding) โดยแปลงคำตอบของแบบสอบถามให้เป็นรหัสตัวเลข เพื่อเตรียมความพร้อมในการประมวลผลข้อมูลเชิงสถิติ

5. การแจกและรวบรวมแบบสอบถามดำเนินการระหว่างวันที่ 5 พฤษภาคม ถึงวันที่ 25 กรกฎาคม พ.ศ. 2568

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

ใช้อธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งมีการใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)

ใช้การทดสอบสมมติฐานหลักของการวิจัย โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล และใช้สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีสมมติฐานหลักดังนี้

สมมติฐานที่ 1 คุณภาพชีวิตในการทำงานส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่

สมมติฐานที่ 2 วัฒนธรรมองค์กรส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่

สมมติฐานที่ 3 ความสุขในการทำงานส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา

ผู้ตอบส่วนใหญ่เป็นหญิง 53.7% ชาย 43.1% LGBTQ+ 2.1% ไม่ระบุเพศ 1.2% อายุหลัก 40–49 ปี 47.8% รองลงมา 30–39 ปี 36.6% การศึกษาโดยมากปริญญาตรี 78.5% ปริญญาโท 21.5% อายุงานส่วนใหญ่ 11–20 ปี 52.5% รายได้มากกว่า 45,000 บาท/เดือน 68.4%

ผู้ตอบแบบสอบถามของคุณภาพชีวิตในการทำงานคุณภาพชีวิตในการทำงาน โดยภาพรวมส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.36, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.333) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุดอันดับแรก คือ การทำงานร่วมกันและความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น (ค่าเฉลี่ย = 4.49, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.416) รองลงมาคือ ความเป็นประโยชน์ต่อสังคม (ค่าเฉลี่ย = 4.46, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.421) สภาพแวดล้อมในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย = 4.45, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.412) ค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย = 4.43, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.580) ความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน (ค่าเฉลี่ย = 4.30, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.554) ประชาธิปไตยในองค์กร (ค่าเฉลี่ย = 4.28, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.611) และการพัฒนาศักยภาพในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย = 4.26, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.519) ตามลำดับ ส่วนระดับความคิดเห็นระดับมากที่สุดคือ ความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานกับชีวิตส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย = 4.20, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.571)

ผู้ตอบแบบสอบถามของวัฒนธรรมองค์กร โดยภาพรวมส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.99, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.519) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุดคือ วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ (ค่าเฉลี่ย = 4.31, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.532) ส่วนระดับความคิดเห็นระดับมากที่สุดคือ วัฒนธรรมองค์กรแบบตั้งรับ-เฉื่อยชา (ค่าเฉลี่ย = 3.88, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.795) และวัฒนธรรมองค์กรแบบตั้งรับ-ก้าวร้าว (ค่าเฉลี่ย = 3.79, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.862)

ผู้ตอบแบบสอบถามของความสุขในการทำงาน โดยภาพรวมส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.30, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.528) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุดคือ ความสำเร็จในงาน (ค่าเฉลี่ย = 4.35, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.627) รองลงมาคือ ความรักในงาน (ค่าเฉลี่ย = 4.34, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.585) การเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย = 4.26, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.570) และการติดต่อสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย = 4.24, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.555)

ผู้ตอบแบบสอบถามของประสิทธิภาพการทำงาน โดยภาพรวมส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.44, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.469) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุดคือ ด้านค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย = 4.51, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.492) รองลงมาคือ ด้านระยะเวลาในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย = 4.49, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.488) ด้านคุณภาพผลงาน (ค่าเฉลี่ย = 4.39, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.561) และด้านปริมาณผลงาน (ค่าเฉลี่ย = 4.37, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.531)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน

ผลการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงาน วัฒนธรรมองค์กร และความสุขในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 339 คน ซึ่งได้จากการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยสามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

คุณภาพชีวิตในการทำงานส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเฉพาะในด้านการทำงานร่วมกันและความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานกับชีวิตส่วนตัว และความเป็นประโยชน์ต่อสังคม ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าเมื่อพนักงานมีคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดีในมิติเหล่านี้ จะสามารถส่งเสริมการทำงานร่วมกันภายในทีมที่มีแรงจูงใจที่ยั่งยืน และเกิดความผูกพันต่อองค์กร อันนำไปสู่ประสิทธิภาพที่สูงขึ้นในการปฏิบัติงาน

วัฒนธรรมองค์กรส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเฉพาะในด้านวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ ซึ่งประกอบด้วยค่านิยมที่ส่งเสริมการคิดริเริ่ม ความร่วมมือ การสนับสนุนซึ่งกันและกัน และการเติบโตอย่างยั่งยืน ทั้งนี้บ่งชี้ว่าองค์กรที่ส่งเสริมวัฒนธรรมการทำงานในเชิงบวกจะสามารถผลักดันให้พนักงานปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กรได้ดียิ่งขึ้น

ด้านความสุขในการทำงาน พบว่ามีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการติดต่อสัมพันธ์ ด้านความรักในงาน ด้านความสำเร็จในงาน และด้านการเป็นที่ยอมรับ สะท้อนให้เห็นว่าเมื่อพนักงานมีความสุขในการทำงาน ไม่ว่าจะเป็นในแง่ของความสัมพันธ์ที่ดี ความรู้สึกภาคภูมิใจในหน้าที่การงาน หรือการได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา ย่อมสามารถเพิ่มพลังขับเคลื่อนภายในตนเอง และสร้างผลงานที่มีคุณภาพได้อย่างต่อเนื่อง

โดยสรุป ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตในการทำงาน วัฒนธรรมองค์กร และความสุขในการทำงาน ล้วนมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานในองค์กรภาครัฐ โดยเฉพาะในบริบทของธนาคารเฉพาะกิจที่มีบทบาททางสังคมสูง ดังนั้น ผู้บริหารและผู้กำหนดนโยบายควรให้ความสำคัญกับการวางแผนพัฒนาบุคลากรในมิติเหล่านี้อย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ และยกระดับประสิทธิภาพขององค์กรโดยรวมในระยะยาว

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่

ตัวแปรอิสระ	Beta	(Sig)
คุณภาพชีวิตในการทำงาน	0.527	0.001
วัฒนธรรมองค์กร	0.366	0.001
ความสุขในการทำงาน	0.764	0.001

จากผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่าคุณภาพชีวิตในการทำงาน วัฒนธรรมองค์กร และความสุขในการทำงาน มีผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

การอภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษาวิจัยเรื่องคุณภาพชีวิตในการทำงาน วัฒนธรรมองค์กร และความสุขในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ โดยสามารถอธิบายผลได้ดังนี้

ด้านคุณภาพชีวิตในการทำงานส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ โดยผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่ามีปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 3 ด้าน ได้แก่ การทำงานร่วมกันและความสัมพันธ์กับผู้อื่น ความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานกับชีวิตส่วนตัว และความเป็นประโยชน์ต่อสังคม ซึ่งสะท้อนว่าการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีภายในทีม ความร่วมมือและการสนับสนุนซึ่งกันและกันช่วยลดความขัดแย้งและสร้างบรรยากาศการทำงานที่เอื้อต่อความสำเร็จ ขณะเดียวกันการจัดสรรเวลาและเวลาส่วนตัวอย่างเหมาะสมช่วยลดความเครียด และเสริมพลังในการทำงาน ส่วนการเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมยังสร้างความภาคภูมิใจและแรงจูงใจภายใน ทำให้เกิดความมุ่งมั่นและทุ่มเทต่อผลงานมากยิ่งขึ้น ในทางตรงกันข้าม ปัจจัยด้านค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ สภาพแวดล้อมในการทำงาน ความก้าวหน้าและความมั่นคง การพัฒนาศักยภาพ และประชาธิปไตยในองค์กร แม้พนักงานจะมีความคิดเห็นในระดับสูง แต่กลับไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานอย่างมีนัยสำคัญ เหตุผลหนึ่งมาจากการที่ปัจจัยเหล่านี้มีมาตรฐานและถูกจัดให้โดยองค์กรอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นค่าตอบแทนที่สอดคล้องกับค่าครองชีพและตำแหน่งงาน สภาพแวดล้อมที่สะอาด ปลอดภัย และเหมาะสม โครงสร้าง ความก้าวหน้าและความมั่นคงที่ชัดเจน โอกาสในการพัฒนาศักยภาพที่ได้รับอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนบรรยากาศการทำงานที่เป็นธรรมและเปิดกว้าง สิ่งเหล่านี้จึงถูกมองว่าเป็นพื้นฐานปกติที่คาดหวังได้จากการทำงานในองค์กร มากกว่าจะเป็นแรงกระตุ้นใหม่ที่ทำให้เกิดการเพิ่มขึ้นของประสิทธิภาพโดยตรง

ด้านวัฒนธรรมองค์กรชี้ให้เห็นว่า วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากบรรยากาศการทำงานที่เปิดโอกาสให้พนักงานมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างเปิดเผย และการทำงานร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ ช่วยกระตุ้นให้เกิดความกระตือรือร้น ความผูกพัน และแรงจูงใจในการทำงาน ส่งผลให้พนักงานพร้อมทุ่มเท เพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร ในทางตรงกันข้าม วัฒนธรรมองค์กรแบบตั้งรับ-เฉื่อยชา แม้พนักงานจะมีความคิดเห็นในระดับมาก แต่ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน เนื่องจากการทำงานภายใต้กฎระเบียบที่เคร่งครัดและการปฏิบัติตามขั้นตอนอย่างเข้มงวด ทำให้บรรยากาศการทำงานขาดความกล้าในการแสดงความคิดเห็นหรือริเริ่มสิ่งใหม่ พนักงานจึงปฏิบัติตามคำสั่งเป็นหลัก แม้จะช่วยรักษา

ความเรียบร้อย แต่ไม่เอื้อต่อการพัฒนาหรือเพิ่มประสิทธิภาพโดยรวม และวัฒนธรรมแบบตั้งรับ-เฉื่อยชาไม่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพเช่นกัน ขณะเดียวกัน วัฒนธรรมองค์กรแบบตั้งรับ-ก้าวร้าว แม้พนักงานจะมีความคิดเห็นในระดับมาก แต่ก็ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน ลักษณะบรรยากาศที่มีการแข่งขันสูง การเฝ้าจับผิด และการขาดการยอมรับที่เพียงพอ อาจทำให้พนักงานรักษามาตรฐานงานได้ โดยสรุป วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์เป็นปัจจัยที่เอื้อต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานอย่างแท้จริง ในขณะที่วัฒนธรรมแบบตั้งรับทั้งสองรูปแบบแม้จะสร้างระเบียบวินัย แต่ไม่สามารถยกระดับประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานได้อย่างมีนัยสำคัญ

ความสุขในการทำงานส่งผลต่อประสิทธิภาพของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติใน 4 ด้าน ได้แก่ การติดต่อสัมพันธ์ ความรักในงาน ความสำเร็จในงาน และการเป็นที่ยอมรับ โดยผลการวิเคราะห์สะท้อนให้เห็นว่า การติดต่อสัมพันธ์และบรรยากาศที่เปิดโอกาสให้พนักงานมีปฏิสัมพันธ์ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และสร้างความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ช่วยเสริมการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ขณะเดียวกัน ความรักในงานก็เป็นอีกปัจจัยที่สำคัญ พนักงานที่รู้สึกรักและผูกพันกับงาน มั่นใจในความมั่นคง เพลิดเพลินและมีความสุขในการทำงานมักปฏิบัติงานด้วยความตั้งใจและมุ่งมั่นเต็มที่นำไปสู่ผลลัพธ์ที่มี ผลการวิจัยด้านความสำเร็จในงานกลับสะท้อนความสัมพันธ์เชิงลบต่อประสิทธิภาพการทำงาน แม้พนักงานจะสามารถบรรลุเป้าหมายและมีความก้าวหน้า แต่ความสำเร็จที่มาพร้อมกับความคาดหวังที่สูงและแรงกดดันกลับก่อให้เกิดความเครียดและความเหนื่อยล้า จึงอาจลดทอนประสิทธิภาพโดยรวม หากความสำเร็จนั้นไม่ได้รับการตอบแทนด้วยการยอมรับหรือรางวัลที่เหมาะสม ส่วนด้านการเป็นที่ยอมรับพบว่า มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างชัดเจนต่อประสิทธิภาพ พนักงานที่ได้รับคำชมเชยและการยอมรับจากหัวหน้าและเพื่อนร่วมงานจะรู้สึกภาคภูมิใจ เห็นคุณค่าในบทบาทหน้าที่ของตน และพร้อมทุ่มเทสร้างผลงานที่ดียิ่งขึ้น ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของทีมและบรรยากาศการทำงานที่เกื้อกูลยังช่วยสนับสนุนการทำงานให้มีประสิทธิภาพในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่องคุณภาพชีวิตในการทำงาน วัฒนธรรมองค์กร และความสุขในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ พบว่า ปัจจัยทั้งสามด้านมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานในภาพรวม และแต่ละปัจจัยยังมีองค์ประกอบย่อยที่ส่งผลแตกต่างกัน ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในระดับองค์กรเพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดได้อย่างเป็นรูปธรรม

ด้านคุณภาพชีวิตในการทำงาน ควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริม การทำงานร่วมกันและความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานกับชีวิตส่วนตัว และ ความเป็นประโยชน์ต่อสังคม ซึ่งเป็นปัจจัยที่พบว่ามียุทธวิธีอย่างมีนัยสำคัญต่อประสิทธิภาพการทำงาน of พนักงาน องค์กรควร

สนับสนุนการสร้างทีมเวิร์ค การมีพื้นที่ให้พนักงานแสดงความคิดเห็น การจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ และการสร้างความตระหนักรู้ว่างานที่ทำมีคุณค่าต่อส่วนรวม สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อแรงจูงใจ ความภาคภูมิใจ และความผูกพันในองค์กร ซึ่งจะสะท้อนออกมาในรูปแบบของการทำงานอย่างเต็มความสามารถ

ด้านวัฒนธรรมองค์กร ผลการวิจัยระบุชัดเจนว่า วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ เป็นปัจจัยเดียวที่ส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการทำงานอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นองค์กรจึงควรหลีกเลี่ยงการดำเนินงานภายใต้บรรยากาศแบบลำดับชั้นหรือการควบคุมแบบเคร่งครัด แต่ควรเปิดกว้างให้พนักงานมีส่วนร่วมในการคิดสื่อสาร แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และริเริ่มสิ่งใหม่ ๆ ได้อย่างอิสระ การสร้างความสัมพันธ์ในทีมอย่างเป็นมิตร สนับสนุนการเรียนรู้ และเปิดโอกาสให้พนักงานเติบโตทางความคิด จะช่วยให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมศักยภาพและขับเคลื่อนองค์กรไปสู่เป้าหมายร่วมกันได้อย่างยั่งยืน

ด้านความสุขในการทำงาน ควรเน้นการสร้าง การเป็นที่ยอมรับ การติดต่อสัมพันธ์ และความรักในงาน ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานในระดับบุคคลและทีม การสร้างบรรยากาศการทำงานที่ส่งเสริมความภาคภูมิใจ การชื่นชมในความสำเร็จของเพื่อนร่วมงาน การให้พนักงานได้แสดงศักยภาพ และการยอมรับในความคิดเห็นที่แตกต่าง จะช่วยเพิ่มความพึงพอใจในการทำงานและลดอัตราการลาออกหรือความเบื่อหน่ายในระยะยาว

จากการศึกษาครั้งนี้สามารถใช้เป็นแนวทางให้กับผู้บริหารองค์กร โดยเฉพาะองค์กรขนาดใหญ่ในภาคการเงิน การธนาคาร หรือหน่วยงานที่มีลักษณะงานซ้ำ ๆ และมีการควบคุมภายในที่เข้มงวด ซึ่งมักกละเลยมองปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจและความผูกพันของพนักงาน หากสามารถนำนโยบายที่มุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพชีวิต วัฒนธรรม และความสุขของพนักงานมาใช้ได้จริง จะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานโดยรวม ลดต้นทุนทางอ้อม และเสริมสร้างองค์กรให้มีความยืดหยุ่น ทนทาน และพร้อมปรับตัวในทุกสถานการณ์

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ดังนั้นงานวิจัยในอนาคตควรขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังสาขาต่างจังหวัด เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานในแต่ละภูมิภาค นอกจากนี้ แม้จะพบว่าคุณภาพชีวิตในการทำงาน วัฒนธรรมองค์กร และความสุขในการทำงานมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพ แต่ยังมีปัจจัยอื่นที่น่าสนใจ เช่น ภาวะผู้นำ แรงจูงใจ และความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งควรนำมาพิจารณาเพิ่มเติม งานวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีเชิงปริมาณเป็นหลัก แม้จะได้ผลเชิงสถิติที่ชัดเจน แต่ขาดมุมมองเชิงลึก จึงควรใช้วิธีแบบผสมผสานในการศึกษาอนาคตเพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพประกอบ สุดท้าย การวิเคราะห์สถิติครั้งนี้เน้นเฉพาะความสัมพันธ์รายตัวแปร จึงควรพัฒนาไปสู่การใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ซ้อนระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ได้อย่างครอบคลุมและแม่นยำยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ผกามาศ เจียกสูงเนิน และ ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ. (2566). วัฒนธรรมองค์กร คุณภาพชีวิตในการทำงาน และการรับรู้ความสามารถตนเองที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรเพื่อความสำเร็จขององค์กร. *วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย*, 5(3), 225–240.
- ธนาคารอาคารสงเคราะห์. (2567). *ผลสำรวจความพึงพอใจของพนักงานและพนักงานสัญญาจ้าง ประจำปี 2567*. ธนาคารอาคารสงเคราะห์.
- ธนาคารอาคารสงเคราะห์. (2568). *รายงานจำนวนบุคลากรและจำนวนสาขาธนาคารอาคารสงเคราะห์ ณ เดือน กุมภาพันธ์ 2568*. ธนาคารอาคารสงเคราะห์.
- Cooke, R. A. and Lafferty, J. C. (1989). *Organizational Culture Inventory*. Plymouth, MI: Human Synergistics.
- Manion, J. (2003). *From Management to Leadership: Practical Strategies for Health Care Leaders*. Jossey-Bass.
- Peterson, R. A. and Plowman, S. A. (1989). *Business Ethics: Problems, Cases, and Decision Making*. McGraw-Hill.
- Walton, I. C. (1975). Viscous Shear Layers in an Oscillating Rotating Fluid. *Proceedings of the Royal Society of London. A. Mathematical and Physical Sciences*, 344(1636), 101-110.
- Yamane, Taro. (1967). *Statistics: An Introductory Analysis* (2nd ed.). Harper and Row.

ปัจจัยการดำเนินงานวิชาการที่ส่งผลต่อคุณภาพผู้เรียนในสถานศึกษา

สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา อุดรธานี

Academic Operation Factors Affecting Student Quality in Schools

under Udon Thani Primary Educational Service Area

ธีระเดช จิราชนาท^{1*} รอง ปัญสงกา² วรพล คล่องเชิงคร³ ประหยัด ฤชากุล⁴

ปัญญาธิรัฐ จันทร์ทอง⁵ และ มิลินท์ ศิริรินทร์กัญญา⁶

Thiradet Jirathanath^{1*}, Rong Punsungka², Worapon Klongcherngson³, Prayad Ruechakul⁴,

Panyarat Chankong⁵ and Milint Sirinkaya⁶

^{1,2,3,4,5,6}หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ วิทยาลัยสันตพล

^{1,2,3,4,5,6}Master of Education, Program in Educational Administration, Faculty of Education, Santapol College

*Corresponding author's email: Thiradet1955@live.com

วันที่รับบทความ (Received)

13 มิถุนายน 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

23 กรกฎาคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

10 กันยายน 2568

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษา 1) ปัจจัยดำเนินงานวิชาการ 2) คุณภาพผู้เรียน 3) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดำเนินงานวิชาการกับคุณภาพผู้เรียน และ 4) ผลกระทบของปัจจัยดังกล่าวต่อคุณภาพผู้เรียน โดยใช้วิธีการสอบถามความคิดเห็นของผู้อำนวยการกับครูจำนวน 364 คน แล้วนำไปการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐานและสถิติทดสอบสมมติฐานได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ผลการศึกษา พบว่า 1) ปัจจัยการดำเนินงานวิชาการโดยรวมถูกนำมาใช้ในระดับมาก 2) คุณภาพผู้เรียนที่เกิดขึ้นโดยรวมอยู่ในระดับมาก 3) ปัจจัยการดำเนินงานวิชาการกับคุณภาพผู้เรียน มีความสัมพันธ์กันเชิงบวกในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ 4) ปัจจัยการดำเนินงานวิชาการ จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหาร ด้านครูผู้สอน ด้านงบประมาณ ด้านสื่อและเทคโนโลยีทางการศึกษา และด้านการจัดการเรียนรู้ ร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของคุณภาพผู้เรียน ได้ร้อยละ 72.40 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: ปัจจัยการดำเนินงาน, การดำเนินงานทางวิชาการ, คุณภาพผู้เรียน

ABSTRACT

The objectives of the research were to study: 1) academic operation factors, 2) the student quality, 3) the relationship between academic operation factors and student quality, and 4) the impact of these factors on student quality. The method used was a survey

of the opinions of 364 directors and teachers. The data were analyzed using basic statistics and hypothesis testing, including percentages, means, standard deviations, Pearson's product-moment correlation coefficient, and stepwise multiple regression analysis. The results of the study found that: 1) overall academic operation factors were used to a high level, 2) overall student quality were at a high level, 3) the academic operation factors had a high positive relationship with student quality, statistically significant at the .01 level, and 4) the academic operation factors in 5 aspects, including academic leadership, administrators, teachers, budget, and educational media and technology, and learning management, together explain 72.40% of the variance in student quality with statistical significance at the .01 level.

Keywords: Operational Factors, Academic Operation, Student Quality

บทนำ

การบริหารงานวิชาการของสถานศึกษาทุกระดับและประเภทมีภารกิจหลักที่สำคัญในการพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพตามที่คาดหวัง ซึ่งขึ้นอยู่กับระดับและประเภทของการศึกษา คุณภาพที่คาดหวังนี้หมายถึงคุณสมบัติที่ต้องการให้เกิดขึ้นกับผู้เรียน เช่น ความรู้ ความเข้าใจ ความคิด ทักษะ ความสามารถ สุขภาพทั้งกายและจิต รวมถึงคุณลักษณะด้านบุคลิกภาพ ค่านิยม คุณธรรม และจริยธรรม ซึ่งทั้งหมดนี้ถูกกำหนดไว้ในหลักสูตรการศึกษา (กมล ภูประเสริฐ, 2548) การบริหารงานวิชาการจะมีประสิทธิภาพหรือไม่ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น ภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหาร การพัฒนาบุคลากร มุ่งเน้นการพัฒนานักเรียน ระบบการวางแผนแบบมีส่วนร่วม การบริหารงานแบบกระจายอำนาจ ผู้ปกครองเข้ามามีส่วนร่วม เทคโนโลยีสารสนเทศ การจัดการความรู้ วัฒนธรรมองค์กร เป็นต้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Lunenburg and Ornstein (1991) ที่กล่าวถึงโรงเรียนที่มีประสิทธิภาพว่ามีลักษณะที่สำคัญหลายประการซึ่งสรุปได้ ดังนี้ 1) สิ่งแวดล้อมในโรงเรียนมีความปลอดภัยและเป็นระเบียบเรียบร้อย 2) คณะครูทั้งหมดในโรงเรียน มีความรู้สึกผูกพันและรู้ถึงวัตถุประสงค์ขององค์กร การจัดลำดับงาน กระบวนการจัดและประเมิน รวมทั้งมีความรับผิดชอบร่วมกัน 3) ผู้บริหารโรงเรียนมีความเข้าใจในงานวิชาการและมีคุณลักษณะที่เหมาะสม 4) บุคลากรมีความสามารถที่จะนำผู้เรียนไปสู่การเรียนรู้ทักษะต่างๆ ที่จำเป็น 5) มีการวางแผนการจัดกิจกรรม และฝึกทักษะต่างๆ 6) มีการปรับปรุงผลสัมฤทธิ์ผู้เรียนเป็นรายบุคคลและมีโปรแกรมเพื่อการช่วยเหลือ แนะนำผู้เรียนเป็นรายบุคคล และ 7) มีการส่งเสริมให้ผู้ปกครองสนับสนุนในภารกิจและกิจกรรมของโรงเรียนเป็นสำคัญ ซึ่งจะช่วยให้ผลสัมฤทธิ์ผู้เรียนดีขึ้นและสอดคล้องกับสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (2566) ได้ระบุถึงมาตรฐานของปัจจัยการพัฒนาผลลัพธ์การเรียนรู้หรือคุณภาพผู้เรียนไว้ 2 มาตรฐาน ได้แก่ 1) มาตรฐานการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการสถานศึกษา มี 10 ตัวชี้วัด เช่น กลยุทธ์และแผนงาน ภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหาร การพัฒนาและนิเทศการปฏิบัติงานของครู การใช้สื่อ อุปกรณ์ และระบบเทคโนโลยีฯ และ 2) มาตรฐาน การพัฒนาคุณภาพการจัดการเรียนรู้

มี 3 ตัวชี้วัด เช่น หลักสูตรและแผนการจัดการเรียนรู้ การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ การวัดและประเมินผลการเรียนรู้ ฯลฯ จากแนวคิดของนักวิชาการและหน่วยงานดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าการบริหารงานวิชาการของสถานศึกษาที่มีประสิทธิผลขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง ส่วนการที่จะระบุว่าการบริหารงานวิชาการโรงเรียนใดจะต้องมีปัจจัยหรือองค์ประกอบมากน้อยเพียงใดจึงจะเหมาะสมนั้นไม่ได้มีข้อกำหนดตายตัว ทั้งนี้แล้วแต่ปรากฏการณ์และวัตถุประสงค์ของผู้สร้างรูปแบบที่ต้องการอธิบายปรากฏการณ์นั้นอย่างไร

ความมีประสิทธิภาพของสถานศึกษาได้จากองค์ประกอบหลายอย่างเช่น นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูง มีการจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น (Hoy and Ferguson, 1985) หรือดูได้จากความสามารถของผู้บริหารและครูในโรงเรียนที่ทำงานร่วมกันจนสามารถทำให้นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูง สามารถพัฒนานักเรียนให้มีเจตคติทางบวกสามารถทำให้โรงเรียนปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อม สามารถในการแก้ปัญหาภายในโรงเรียน การพัฒนาบุคลากร ความสามัคคีของบุคลากร ความพึงพอใจในงานของบุคลากร และบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของโรงเรียน (วโร เพ็งสวัสดิ์, 2549) ซึ่งองค์ประกอบดังกล่าวเป็นตัวบ่งชี้ความสำเร็จของการบริหารโรงเรียน ส่วนการที่จะระบุว่าตัวบ่งชี้ความสำเร็จของการบริหารโรงเรียนใดจะต้องมีตัวบ่งชี้น้อยเพียงใด จึงจะเหมาะสมนั้นไม่ได้มีข้อกำหนดตายตัว ทั้งนี้แล้วแต่วัตถุประสงค์ของการบริหารโรงเรียนนั้น ๆ

จากการศึกษารายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการบริหารหรือการดำเนินงานวิชาการและประสิทธิผลของสถานศึกษาหรือคุณภาพผู้เรียนของหลายหน่วยงาน หลายพื้นที่และหลายช่วงเวลาต่างก็สรุปผลสอดคล้องกันว่าปัจจัยการบริหารหรือการดำเนินงานวิชาการมีความสัมพันธ์กันเชิงบวกกับประสิทธิผลของสถานศึกษาหรือคุณภาพผู้เรียน รวมทั้งปัจจัยดังกล่าวยังส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษาหรือคุณภาพผู้เรียนอีกด้วย เช่น รายงานการวิจัยของดวงเดือน แก้วฝ่าย (2558) ที่ระบุว่าปัจจัยการบริหารงานวิชาการมีความสัมพันธ์และส่งผลต่อคุณภาพผู้เรียนในโรงเรียน สังกัด สพ. สกลนคร เขต 3 นฤมล ปากดีสี และคณะ (2560) ที่ระบุว่าปัจจัยการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารมีความสัมพันธ์และส่งผลต่อคุณภาพผู้เรียนในโรงเรียน สังกัด สพ. สกลนคร เขต 1 ธีรศร เทียบพาน (2562) ที่ระบุว่ารูปแบบการบริหารงานวิชาการสามารถยกระดับคุณภาพผู้เรียนโรงเรียนการกุศลของวัดในพระพุทธศาสนาในเขตจังหวัดภาคใต้ให้สูงขึ้นได้ และจิรวรรณ ภูอาบทอง (2564) ที่ระบุว่า การบริหารงานวิชาการที่ส่งผลต่อคุณภาพผู้เรียนของโรงเรียนเอกชนในจังหวัดร้อยเอ็ด เป็นต้น

จากความสำคัญและข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยและคณะจึงอยากทราบว่าสถานศึกษาในสังกัด สพ. อุดรธานี ใช้ปัจจัยในการดำเนินงานวิชาการ และคุณภาพผู้เรียนที่เกิดขึ้นระดับใด รวมทั้งปัจจัยดังกล่าวมีความสัมพันธ์และมีผลกระทบต่อคุณภาพผู้เรียนอย่างไร เพื่อให้สถานศึกษาใช้เป็นข้อมูลในการเลือกและใช้ปัจจัยการดำเนินงานวิชาการให้เหมาะสมกับบริบทของตนเองและเกิดประสิทธิผลสูงสุดต่อผู้เรียน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการดำเนินงานวิชาการ
2. เพื่อศึกษาคุณภาพผู้เรียน

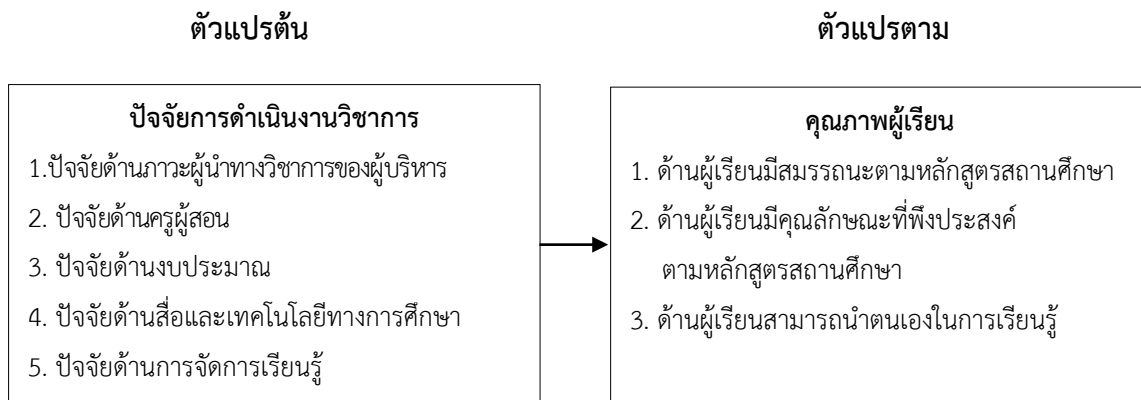
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการดำเนินงานวิชาการกับคุณภาพผู้เรียน
4. เพื่อศึกษาผลกระทบของปัจจัยการดำเนินงานวิชาการต่อคุณภาพผู้เรียน

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยการดำเนินงานวิชาการกับคุณภาพผู้เรียน มีความสัมพันธ์กันเชิงบวก
2. ปัจจัยการดำเนินงานวิชาการอย่างน้อย 1 ปัจจัยส่งผลกระทบต่อคุณภาพผู้เรียน

กรอบแนวคิดของการวิจัย

ผู้วิจัยได้สังเคราะห์มาจากหน่วยงานและนักวิชาการต่างๆ ได้ปัจจัยการดำเนินงานวิชาการในสถานศึกษา จำนวน 5 ด้าน และคุณภาพผู้เรียนในสถานศึกษา จำนวน 3 ด้าน ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ที่มา: ตัวแปรต้น ตัวแปรตาม ของผู้วิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย: เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ
2. ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร เป็น บุคลากร สังกัด สพป. อุตรธานี ปีการศึกษา 2567 จำนวน 7,031 คน จำแนกเป็นผู้อำนวยการ 630 คน และครู 6,401คน (สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดอุตรธานี, 2567)

2.2 กลุ่มตัวอย่าง เป็น บุคลากร สังกัด สพป. อุตรธานี ปีการศึกษา 2567 จำนวน 364 คน จำแนกเป็น ผู้อำนวยการ 33 คน และครู 331 คน การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างรวมใช้วิธีการเปิดตารางของ เครจซี่ และมอร์แกน (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) และขนาดของกลุ่มตัวอย่างย่อยใช้วิธีการเทียบสัดส่วนส่วนการเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นและการสุ่มอย่างง่าย (บุญชม ศรีสะอาด, 2560)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นแบบสอบถาม มี 3 ตอน 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบเป็นแบบ Check list มีจำนวน 1 ข้อ 2) ปัจจัยการดำเนินงานวิชาการ เป็นแบบ Rating Scale 5 ระดับ มี 5 ด้าน จำนวน 35 ข้อ ได้แก่ 1) ด้านภาวะผู้นำทาง

วิชาการของผู้บริหาร มี 7 ข้อ 2) ด้านครูผู้สอน มี 8 ข้อ 3) ด้านงบประมาณ มี 5 ข้อ 4) ด้านสื่อและเทคโนโลยีทางการศึกษา มี 6 ข้อ และ 5) ด้านการจัดการเรียนรู้ มี 9 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.96 และ 3) คุณภาพผู้เรียนเป็นแบบ Rating Scale 5 ระดับ มี 4 ด้าน จำนวน 20 ข้อ ได้แก่ 1) ด้านผลสัมฤทธิ์ทางวิชาการของผู้เรียน มี 7 ข้อ 2) ด้านผู้เรียนมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ตามหลักสูตรสถานศึกษา มี 9 ข้อ และ 3) ด้านผู้เรียนสามารถนำตนเองในการเรียนรู้ มี 4 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.95 ส่วนแบบสอบทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.97

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ส่งหนังสือถึง สพป. อุตรธานีและสถานศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เพื่อขอเก็บข้อมูลพร้อมกับแนบ Link แบบสอบถามในรูปแบบ Google Form จำนวน 364 ชุด แล้วเก็บรวบรวมนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบพบว่าใช้ได้ทั้ง 364 ชุด

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปดังนี้

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการดำเนินงานวิชาการและคุณภาพผู้เรียนใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วนำค่าเฉลี่ยมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้ ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00, 3.51 – 4.50, 2.51 – 3.50, 1.51–2.50, และ 1.00–1.50 หมายถึง มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ตามลำดับ (บุญชม ศรีสะอาด, 2560)

5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการดำเนินงานวิชาการกับคุณภาพผู้เรียนใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน แล้วนำไปเทียบกับเกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ดังนี้ 0.90 ขึ้นไป, 0.70 - 0.89, 0.30 - 0.69, 0.01 - 0.29 และ 0.00 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันสูงมาก, สูง, ปานกลาง, ต่ำ และ ไม่มีความสัมพันธ์กัน ตามลำดับ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2562)

5.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการดำเนินงานวิชาการที่มีผลกระทบต่อคุณภาพผู้เรียนใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (วรรณี แกมเกตุ, 2551)

ผลการวิจัย

1.ปัจจัยการดำเนินงานวิชาการ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.44) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหาร ($\bar{X}$ =4.58) รองลงมา คือ ด้านการจัดการเรียนรู้ ($\bar{X}$ =4.49) ด้านครูผู้สอน ($\bar{X}$ =4.47) ด้านงบประมาณ ($\bar{X}$ =4.44) และต่ำสุด คือ ด้านสื่อและเทคโนโลยีทางการศึกษา ($\bar{X}$ =4.20) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าสถิติที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการดำเนินงานวิชาการ

ปัจจัยการดำเนินงานวิชาการ	ระดับการปฏิบัติ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับที่
1. ด้านภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหาร	4.58	0.54	มากที่สุด	1
2. ด้านครูผู้สอน	4.47	0.62	มาก	3
3. ด้านงบประมาณ	4.44	0.50	มาก	4

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ปัจจัยการดำเนินงานวิชาการ	ระดับการปฏิบัติ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับที่
4. ด้านสื่อและเทคโนโลยีทางการศึกษา	4.20	0.60	มาก	5
5. ด้านการจัดการเรียนรู้	4.49	0.62	มาก	2
โดยรวม	4.44	0.58	มาก	-

ที่มา: ผลการวิเคราะห์ของผู้วิจัย

2. คุณภาพผู้เรียน โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านผู้เรียนมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ตามหลักสูตรสถานศึกษา ($\bar{X} = 4.38$) รองลงมา คือ ด้านผลสัมฤทธิ์ทางวิชาการของผู้เรียน ($\bar{X} = 4.33$) และต่ำสุด คือ ด้านผู้เรียนสามารถนำตนเองในการเรียนรู้ ($\bar{X} = 4.19$) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าสถิติที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพผู้เรียน

ข้อ	คุณภาพผู้เรียน	ระดับคุณภาพ			
		$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับที่
1	ด้านผลสัมฤทธิ์ทางวิชาการของผู้เรียน	4.33	0.51	มาก	2
2	ด้านผู้เรียนมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ตามหลักสูตรสถานศึกษา	4.38	0.60	มาก	1
3	ด้านผู้เรียนสามารถนำตนเองในการเรียนรู้	4.19	0.59	มาก	3
	โดยรวม	4.30	0.56	มาก	-

ที่มา: ผลการวิเคราะห์ของผู้วิจัย

3. ปัจจัยการดำเนินงานวิชาการกับคุณภาพผู้เรียน มีความสัมพันธ์กันเชิงบวกในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r_{xy} = .824$) ด้านที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ ด้านการจัดการเรียนรู้ (X_5) กับคุณภาพผู้เรียน (Y_{tot}) มีความสัมพันธ์กันเชิงบวกในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .754$) ส่วนด้านที่มีความสัมพันธ์กันต่ำที่สุดคือ ด้านสื่อและเทคโนโลยีทางการศึกษา (X_4) กับคุณภาพผู้เรียน (Y_{tot}) มีความสัมพันธ์กันเชิงบวกในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .580$) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าสถิติที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธระหว่างปัจจัยการดำเนินงานวิชาการกับคุณภาพผู้เรียน

ตัวแปร	Y1	Y2	Y3	โดยรวม(Y_{tot})
X_1	.673**	.675**	.706**	.754**
X_2	.647**	.655**	.659**	.717**
X_3	.634**	.642**	.652**	.702**
X_4	.543**	.672**	.682**	.580**
X_5	.642**	.672**	.682**	.737**
โดยรวม(X_{tot})	.739**	.746**	.758**	.824**

ที่มา: ผลการวิเคราะห์ของผู้วิจัย

4. ปัจจัยการดำเนินงานวิชาการ จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหาร (X_1) ด้านครูผู้สอน (X_2) ด้านงบประมาณ (X_3) ด้านสื่อและเทคโนโลยีทางการศึกษา (X_4) และด้านการจัดการเรียนรู้ (X_5) ร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของคุณภาพผู้เรียน ได้ร้อยละ 72.40 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากการพยากรณ์เท่ากับ .30243 ด้านที่มีผลกระทบต่อคุณภาพผู้เรียนสูงสุด คือ ด้านการจัดการเรียนรู้ (X_5) ($b = .335$, $\beta = .376$) รองลงมาคือด้านสื่อและเทคโนโลยีทางการศึกษา (X_4) ($b = .296$, $\beta = .365$) ด้านงบประมาณ (X_3) ($b = .282$, $\beta = .284$) ด้านครูผู้สอน (X_2) ($b = .272$, $\beta = .270$) และด้านภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหาร (X_1) ($b = .203$, $\beta = .198$) ตามลำดับ เขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้ $Y = .479 + .335X_5 + .296X_4 + .282X_3 + .272X_2 + .203X_1$ และ $Z = .376X_5 + .365X_4 + .284X_3 + .270X_2 + .198X_1$ ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ค่าสถิติที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการดำเนินงานวิชาการที่มีผลกระทบต่อคุณภาพผู้เรียน

ตัวแปรต้น	b	S.E.	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
X_1	0.203	0.056	0.198	3.070	0.014	0.432	1.788
X_2	0.272	0.046	0.270	2.924	0.003	0.327	2.166
X_3	0.282	0.058	0.284	3.017	0.001	0.378	3.408
X_4	0.296	0.040	0.365	4.678	0.000	0.355	2.367
X_5	0.335	0.049	0.376	4.767	0.000	0.342	3.508
$R = .813$, $R^2 = .724$, Adjusted $R^2 = .718$, $a = .479$, $SEE_{est} = .30243$, $F = 134.627$, Sig. of $F = .000$							

ที่มา: ผลการวิเคราะห์ของผู้วิจัย

อภิปรายผล

ผู้วิจัยพบประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยการดำเนินงานวิชาการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เป็นเพราะว่าผู้บริหารให้ความสำคัญและมีการบริหารปัจจัยดังกล่าวอย่างต่อเนื่องจนเป็นที่ประจักษ์แก่ผู้เกี่ยวข้อง เช่น ผู้บริหารมีการบริหารจัดการหลักสูตร การสอน สื่อการสอนและสร้างบรรยากาศทางวิชาการที่ดี มีบุคลากรที่ดี มีคุณธรรมและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ครูผู้สอนมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน มีความรู้ความสามารถในการจัดการเรียนการสอนที่คำนึงถึงความแตกต่างและความต้องการของผู้เรียน สถานศึกษามีการวางแผนงบประมาณในการดำเนินงานวิชาการโดยให้ครูและบุคลากรมีส่วนร่วม มีการจัดทำแผนงบประมาณในการดำเนินงานวิชาการ มีแผนพัฒนาสื่อและเทคโนโลยีเพื่อการบริหารงานวิชาการ รวมทั้งสถานศึกษามีการผลิตสื่อการเรียนการสอนที่ทันสมัย มีการออกแบบหลักสูตรสถานศึกษา และแผนการจัดการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน มีหลักสูตรสถานศึกษาและแผนการจัดการเรียนรู้ที่เสริมสร้างสมรรถนะและคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้เรียน เป็นต้น จากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ปัจจัยการดำเนินงานวิชาการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก

สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชนกานต์ เอี่ยมสะอาด (2564) ที่ระบุว่า ปัจจัยการบริหารงานวิชา โดยรวมอยู่ในระดับมาก และผลการวิจัยของ นิรุทธิ์ น่วมศรี (2565) ก็ระบุว่า ปัจจัยการบริหารงานวิชาการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกัน

2. จากการศึกษาพบว่า คุณภาพผู้เรียน โดยรวม อยู่ในระดับมาก เป็นเพราะว่าผู้บริหารโรงเรียนให้ความสำคัญกับการพัฒนานักเรียนให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่องจนเป็นที่ประจักษ์แก่ผู้เกี่ยวข้อง เช่น ผู้เรียนมีความสามารถในการเจรจาต่อรองเพื่อจัดและลดปัญหาความขัดแย้ง มีความสามารถคิดวิเคราะห์ คิดสังเคราะห์ คิดสร้างสรรค์ คิดอย่างมีวิจารณญาณและคิดเป็นระบบ มีความรักชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ มีความซื่อสัตย์สุจริต มีวินัยใฝ่เรียนรู้อยู่อย่างพอเพียง รวมทั้งผู้เรียนสามารถวางแผน กำหนดวิธีการเรียนรู้ตามความสนใจ ความถนัดของตนเอง มีทัศนคติที่ดีต่อการเรียนรู้ เป็นต้น จากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้คุณภาพผู้เรียน โดยรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการวิจัยของ นิรุทธิ์ น่วมศรี (2565) ที่ระบุว่าคุณภาพผู้เรียน โดยรวมอยู่ในระดับมาก

3. จากการศึกษา พบว่าปัจจัยการดำเนินงานวิชาการกับคุณภาพผู้เรียน มีความสัมพันธ์กันเชิงบวกในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 1 ที่ระบุว่าปัจจัยการดำเนินงานวิชาการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพผู้เรียน และสอดคล้องกับแนวคิดของ พิเชิต ฤทธิ์จัญญ (2545) ที่กล่าวถึงลักษณะของความสัมพันธระหว่างตัวแปรในเชิงบวกว่า เป็นความสัมพันธ์ในลักษณะที่สอดคล้องกัน คือ ค่าของตัวแปรหนึ่งเพิ่มขึ้น อีกตัวแปรหนึ่งก็จะเพิ่มขึ้นด้วย และเมื่อนำค่าของตัวแปรทั้งสองไปหาสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะได้ค่าออกมาเป็นจำนวนจริงบวก และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ นิรุทธิ์ น่วมศรี (2565) ที่ระบุว่า การบริหารงานวิชาการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพผู้เรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยการดำเนินงานวิชาการมีผลกระทบต่อคุณภาพผู้เรียน ร้อยละ 72.40 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 ที่ระบุว่า ปัจจัยการดำเนินงานวิชาการอย่างน้อย 1 ด้านมีผลกระทบต่อคุณภาพผู้เรียน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ นิรุทธิ์ น่วมศรี (2565) ที่ระบุว่าการบริหารงานวิชาการมีผลกระทบต่อคุณภาพผู้เรียน ร้อยละ 52.10 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 และกันยฤทธิ์ สุกุลกระเวก (2566) ที่ระบุว่า ปัจจัยการบริหารงานวิชาการมีผลกระทบต่อคุณภาพผู้เรียน ร้อยละ 62.80 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สรุปและขอเสนอแนะ

1. สรุปผลการวิจัย

1.1 ปัจจัยการดำเนินงานวิชาการ โดยรวมถูกนำมาใช้ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหาร และต่ำสุด คือ ด้านสื่อและเทคโนโลยีทางการศึกษา

1.2 คุณภาพผู้เรียน โดยรวมที่เกิดขึ้นอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านผู้เรียนมีสมรรถนะตามหลักสูตรสถานศึกษา และต่ำสุดคือ ด้านผู้เรียนสามารถนำตนเองในการเรียนรู้

1.3 ปัจจัยการดำเนินงานวิชาการกับคุณภาพผู้เรียน โดยรวมมีความสัมพันธ์กันเชิงบวกในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ด้านที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ ด้านการจัดการเรียนรู้ กับคุณภาพผู้เรียน

และต่ำที่สุดคือ ด้านสื่อและเทคโนโลยีทางการศึกษา กับคุณภาพผู้เรียน

1.4 ปัจจัยการดำเนินงานวิชาการ จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหาร ด้านครูผู้สอน ด้านงบประมาณ ด้านสื่อและเทคโนโลยีทางการศึกษา และด้านการจัดการเรียนรู้ ร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของคุณภาพผู้เรียน ได้ร้อยละ 72.40 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2. ข้อเสนอแนะ

2.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1) จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยการดำเนินงานวิชาการ ด้านสื่อและเทคโนโลยีทางการศึกษามีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าด้านอื่น ๆ ดังนั้น ผู้บริหารโรงเรียนควรให้ความสำคัญและพัฒนาด้านนี้ให้สูงขึ้นกว่าเดิม เช่น การบำรุงรักษาสื่อและเทคโนโลยีที่ใช้ในการเรียนการสอน จัดระบบสื่อ อุปกรณ์และเทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการจัดการศึกษาให้เพียงพอ การส่งเสริมการพัฒนาครู บุคลากรทางการศึกษาและผู้เรียน ให้ใช้สื่อ อุปกรณ์อย่างเหมาะสมต่อการจัดการเรียนรู้ รวมทั้งการตรวจสอบและประเมินการใช้งานระบบเทคโนโลยี สื่อ อุปกรณ์เพื่อการปรับปรุงพัฒนา เป็นต้น

2) จากการศึกษา พบว่า คุณภาพผู้เรียน ด้านการมีทักษะและพฤติกรรมที่พึงประสงค์มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าด้านอื่น ๆ ดังนั้น ผู้บริหารโรงเรียนควรให้ความสำคัญและพัฒนานักเรียนด้านนี้ให้สูงขึ้นกว่าเดิม เช่น การส่งเสริมให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น สิ่งแวดล้อม ประเพณี วัฒนธรรมไทย ส่งเสริมให้ผู้เรียนรักความเป็นไทยมีจิตสาธารณะ มีความพร้อมในการใช้ชีวิตในสังคม เป็นต้น

3) จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยการดำเนินงานวิชาการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหาร ด้านครูผู้สอน ด้านงบประมาณ ปัจจัยด้านสื่อ และเทคโนโลยีทางการศึกษา ด้านการจัดการเรียนรู้ มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูง และมีผลกระทบต่อคุณภาพผู้เรียน ดังนั้น ผู้บริหารควรรักษาและพัฒนาระดับปัจจัยการดำเนินงานทางวิชาการทั้ง 5 ด้าน ให้คงอยู่หรือสูงกว่าเดิม อันจะส่งผลดีต่อคุณภาพผู้เรียน เช่น นักเรียนมีสมรรถนะตามหลักสูตรสถานศึกษามีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ตามหลักสูตรรวมทั้งมีความสามารถนำตนเองในการเรียนรู้ เป็นต้น

2.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1) เรื่อง ปัจจัยการดำเนินงานวิชาการที่ส่งผลต่อคุณภาพของนักเรียน โดยเพิ่มองค์ประกอบที่ยังไม่ได้นำมาศึกษาในครั้งนี้ เช่น ด้านการพัฒนาบุคลากรและผู้เกี่ยวข้อง ด้านการนิเทศภายใน เป็นต้น

2) เรื่อง แนวทางพัฒนาการดำเนินงานวิชาการที่มีประสิทธิผลของผู้บริหารสถานศึกษา

3) เรื่อง การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยการดำเนินงานวิชาการที่มีประสิทธิผล

เอกสารอ้างอิง

- กมล ภูประเสริฐ. (2548). *การบริหารงานวิชาการ*. เมธีทิปส์.
- กันยฤทธิ์ สกฤตการะเวก. (2566). ปัจจัยการบริหารงานวิชาการที่ส่งผลต่อคุณภาพผู้เรียนในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารการศึกษา]. วิทยาลัยสันตพล.
- จิรวรรณ ภูอาบทอง. (2564). การบริหารงานวิชาการที่ส่งผลต่อคุณภาพผู้เรียนของโรงเรียนเอกชนในจังหวัดร้อยเอ็ด. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 40(3), 31-42.
- ชนกานต์ เอี่ยมสะอาด. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนมัธยมศึกษา จังหวัดพิษณุโลก. [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารการศึกษา]. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2562). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 14). อมรการพิมพ์.
- ดวงเดือน แก้วฝ่าย. (2558). ปัจจัยการบริหารงานวิชาการที่ส่งผลต่อคุณภาพผู้เรียนในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 3. *วารสารการบริหารการศึกษาและภาวะผู้นำ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*, 3(12), 80-90.
- ธริศร เทียบปาน. (2562). รูปแบบการบริหารงานวิชาการเพื่อยกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของโรงเรียน สังกัดเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารบัณฑิตวิจัย Journal of Graduate Research*, 12(1), 15-29.
- นฤมล ปากดีสี และคณะ. (2560). ปัจจัยการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารที่ส่งผลต่อคุณภาพผู้เรียนในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 1. *วารสารการบริหารการศึกษาและภาวะผู้นำ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*, 6(21), 93-103.
- นิรุทธ์ น่วมรัมย์. (2565). การบริหารงานวิชาการที่ส่งผลต่อคุณภาพผู้เรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษาเขต 1. *วารสารสถาบันวิจัยญาณสังวร*, 13(2), 1-12.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น ฉบับปรับปรุงใหม่* (พิมพ์ครั้งที่ 10). บริษัท สุวีริยาสาส์น จำกัด.
- พิชิต ฤทธิ์จัญญ. (2545). *หลักการวัดและประเมินผลการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 2). เฮาส์ออฟเคอริสมิส.
- วรรณิ์ แกมเกตุ. (2551). *วิธีวิทยาการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 2). โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วาโร เพ็งสวัสดิ์. (2549). *การพัฒนาแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นตรงของประสิทธิผลภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียน*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารการศึกษา]. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา. (2566). *คู่มือการจัดทำและตรวจอ่านรายงาน และเอกสารประกอบการประกันคุณภาพภายนอก* (พ.ศ. 2567-2571). <https://www.onesqa.or.th/>
- สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดอุดรธานี. (2567). *แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567*. สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดอุดรธานี.

Hoy, W.K. and Ferguson, J (1985). A Theoretical Frame work and Exploration of Organizational Effectiveness in School. *Educational Administration Quarterly*, 21(2), 121-122.

Lunenburg. F.C. and Ornstein. A.C. (1991). *Educational Administration: Concepts and Practices*. Wadsworth.

ปัจจัยด้านทัศนคติ การรับรู้ความเสี่ยง การยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการใช้
สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่
Factors of Attitudes, Risk Perception, and Technology Acceptance Influencing
the Use of Electronic Contracts (E-Contract) of the Government Housing Bank
Head office

ณรงค์เดช เอี่ยมทอง*

Narongdej Eiamthong*

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Master of Business Administration, Program in Management, Graduate School,

University of the Thai Chamber of Commerce

*Corresponding author's email: 2411131621001@live4.utcc.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

1 สิงหาคม 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

2 กันยายน 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

3 กันยายน 2568

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา “ปัจจัยด้านทัศนคติ การรับรู้ความเสี่ยง การยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่” โดยศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และสถานภาพ ปัจจัยด้านทัศนคติ ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง ปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ จำนวน 400 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติสหสัมพันธ์ (Correlation) และการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติ การรับรู้ความเสี่ยง การยอมรับการใช้เทคโนโลยี มีผลเชิงบวกต่อการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) โดยทุกตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจนั้นมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ข้อเสนอแนะจากการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า ธนาคารควรพัฒนาและปรับปรุงระบบสัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ให้มีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือมากขึ้น พร้อมทั้งสร้างความเข้าใจและความมั่นใจให้กับผู้ใช้ เพื่อเพิ่มอัตราการยอมรับและการใช้งานสัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: ทัศนคติ, การรับรู้ความเสี่ยง, การยอมรับเทคโนโลยี, สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract)

ABSTRACT

The objective of the study was to examine factors of attitudes, risk perception, and technology acceptance influencing the use of electronic contracts (E-Contract) of the Government Housing Bank, Head Office. The study investigated demographic factors including gender, age, educational level, income, and marital status, as well as factors of attitude, risk perception, and technology acceptance that affect the decision to use electronic contracts (E-Contract) at the Government Housing Bank, Head Office. The data were collected through an online questionnaire from 400 employees of the bank and analyzed using frequency, percentage, mean, and standard deviation. The hypotheses were tested by applying correlation analysis and multiple regression analysis. The findings revealed that attitude, risk perception, and technology acceptance had a positive influence on the use of electronic contracts (E-Contract). All variables influencing the decision were statistically significant at the 0.05 level. The study suggests that the bank should further develop and improve its electronic contract (E-Contract) system to enhance security and reliability, as well as to build understanding and confidence among users. This would help increase the acceptance and effective utilization of electronic contracts (E-Contract).

Keywords: Attitude, Risk Perception, Technology Acceptance, Electronic Contract (E- Contract)

บทนำ

ในยุคดิจิทัล เทคโนโลยีสารสนเทศมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการทำงานขององค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคการเงินและธนาคาร การใช้เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (E-Document) และการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) มีความสำคัญในยุคปัจจุบันมากขึ้นอย่างชัดเจน โดยเฉพาะในยุคที่การดำเนินธุรกิจและธุรกรรมทางการเงินที่เปลี่ยนผ่านจากระบบเอกสารกระดาษสู่ระบบอิเล็กทรอนิกส์ สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ช่วยเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล สามารถลดต้นทุน ลดระยะเวลาในการดำเนินการ และเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ผู้ใช้บริการ นอกจากนี้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ ยังเพิ่มความสามารถในการติดตาม ตรวจสอบ และจัดเก็บข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้กระบวนการทำงานมีความโปร่งใสและลดความผิดพลาดจากการจัดการแบบเดิม อีกทั้งยังสามารถเชื่อมต่อกับระบบฐานข้อมูลขององค์กรเพื่อการวิเคราะห์และประเมินผลในเชิงกลยุทธ์ได้อีกด้วย ในด้านกฎหมาย สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ได้รับการรับรองว่ามีผลผูกพันตามกฎหมายเทียบเท่ากับเอกสารกระดาษ หากเป็นไปตามเงื่อนไขของพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 ซึ่งสร้างความเชื่อมั่นให้แก่คู่สัญญาในการทำธุรกรรมผ่านระบบออนไลน์ โดยเฉพาะในภาคธนาคารที่ต้องให้ความสำคัญกับความถูกต้องและความปลอดภัยของเอกสาร สำหรับธนาคารอาคารสงเคราะห์ การใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ถือเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อน

ยุทธศาสตร์ดิจิทัลขององค์กร เพิ่มศักยภาพในการให้บริการลูกค้าโดยไม่จำกัดด้านเวลาและสถานที่ และสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่ทันสมัย รองรับนโยบายภาครัฐในการพัฒนาระบบ e-Government และการธนาคารดิจิทัลในระดับประเทศ

ธนาคารอาคารสงเคราะห์เป็นหนึ่งในสถาบันการเงินที่มีการนำสัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) มาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกรรมสินเชื่อ เช่น การเซ็นสัญญาเงินกู้ และการจัดทำเอกสารต่าง ๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อยกระดับการบริการ ลดขั้นตอน ลดเวลาการดำเนินการ และอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า โดยเฉพาะในช่วงหลังสถานการณ์โควิด-19 ที่ระบบดิจิทัลเข้ามามีบทบาทสูงขึ้น (ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2566) อย่างไรก็ตามยังพบว่ายังมีปัญหาและอุปสรรคหลายประการที่เกี่ยวข้องกับการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) และลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ (e-Signature) โดยเฉพาะจากฝั่งลูกค้า ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่ออัตราการยอมรับและใช้งานระบบนี้ในระยะยาว เช่น ด้านความรู้สึกรู้สึกความเข้าใจของลูกค้าเกี่ยวกับสัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) และลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ (e-Signature) ที่ยังอยู่ในระดับต่ำ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุหรือผู้ที่ไม่คุ้นเคยกับเทคโนโลยี ลูกค้าบางรายไม่เข้าใจว่าการลงลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์มีผลทางกฎหมายเทียบเท่ากับลายมือชื่อจริง ทำให้ไม่มั่นใจในการใช้ระบบดังกล่าว ด้านความปลอดภัยของข้อมูล และความเป็นส่วนตัว ลูกค้าหลายรายยังไม่ไว้วางใจว่า การส่งข้อมูลผ่านระบบออนไลน์จะปลอดภัยจากการแฮกหรือถูกเข้าถึงโดยบุคคลภายนอก อีกทั้งขาดความเข้าใจเกี่ยวกับการเข้ารหัสลายมือชื่อ (Digital Signature) ซึ่งสามารถตรวจสอบการเปลี่ยนแปลงของข้อมูลได้ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2565) ด้านการใช้งานของระบบในแง่ประสบการณ์ใช้งาน (UX/UI) ที่อาจยังไม่เป็นมิตรกับผู้ใช้ โดยเฉพาะกลุ่มที่ไม่คุ้นชินกับการใช้งานผ่านแอปพลิเคชัน รวมถึงข้อจำกัดด้านเทคโนโลยี เช่น การไม่มีอุปกรณ์สมาร์ทโฟนที่รองรับ หรือสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่ไม่เสถียรในบางพื้นที่ ด้านการขาดแรงจูงใจในการเปลี่ยนแปลง ลูกค้าจำนวนมากยังรู้สึกว่าการใช้เอกสารกระดาษเดิมง่ายกว่า ไม่เห็นถึงประโยชน์หรือความแตกต่างที่ชัดเจนของการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ทำให้ไม่ปรับตัวเข้าสู่ระบบใหม่ และประสบการณ์เชิงลบในอดีต เช่น ระบบล่ม การยืนยันตัวตนล้มเหลว หรือการให้บริการที่ล่าช้า ล้วนส่งผลให้ลูกค้าไม่ไว้วางใจระบบเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมที่สำคัญ ดังนั้น

การศึกษานี้จึงมีความสำคัญในการวิเคราะห์และทำความเข้าใจถึงทัศนคติและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เพื่อให้ธนาคารสามารถพัฒนากลยุทธ์และแนวทางที่เหมาะสมในการเพิ่มอัตราการใช้งานระบบการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่

2. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่

3. เพื่อศึกษาการยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่

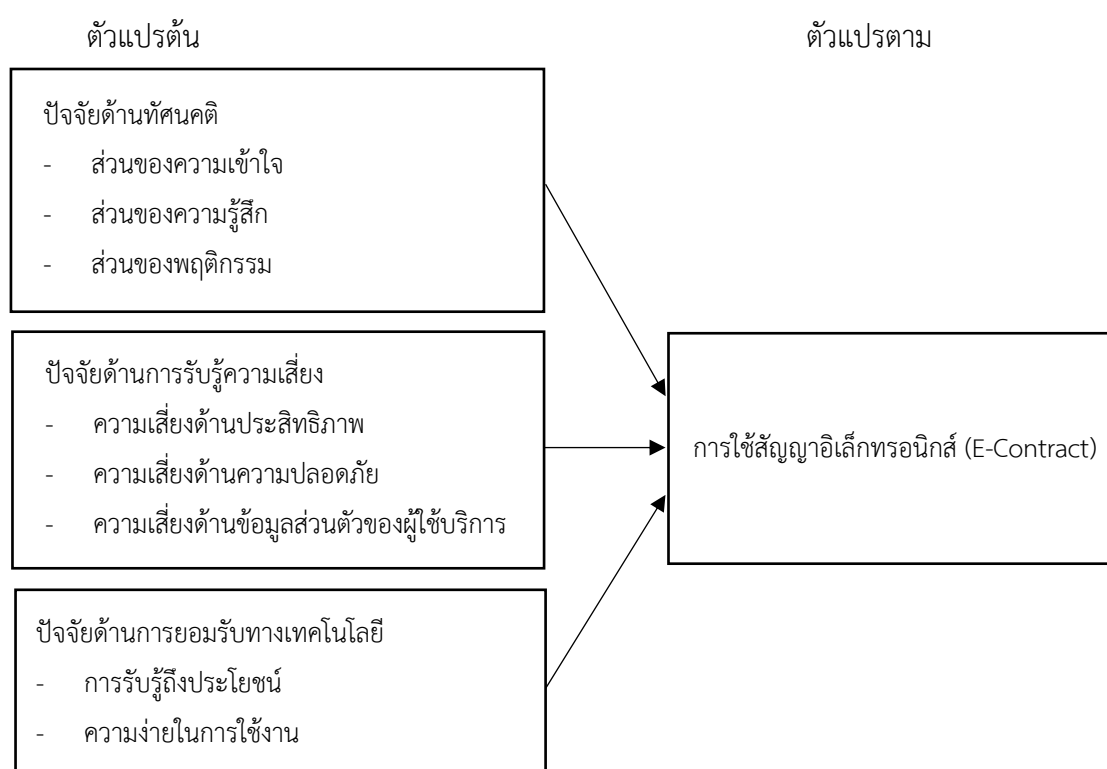
สมมติฐานการศึกษาวิจัย

1. ทศนคตมีผลต่อการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ที่แตกต่างกัน

2. การรับรู้ความเสี่ยงมีผลต่อการตัดสินใจการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ที่แตกต่างกัน

3. การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ที่แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่จะทำการศึกษาค้างนี้คือ พนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ทุกระดับตำแหน่งทั้งหมดจำนวน 2,038 คน (ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2568) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณในครั้งนีคือ กลุ่มพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ มีตัวเลขที่แน่นอน ดังนั้น จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกรณีที่ทราบจำนวนประชากร ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างของ Cochran (1977) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ซึ่งสูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ

คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างสำหรับประชากรจำกัด

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0 - 1}{N}} = \frac{384}{1 + \frac{383}{2038}} = \frac{384}{1 + 0.1879} = \frac{384}{1.18479} \approx 323.3$$

ใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อยจำนวน 325 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกรวดเร็วในระยะเวลาที่มีจำกัดสำหรับสำรองข้อมูลเพื่อป้องกันความผิดพลาด และเพื่อใช้สำหรับการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 400 คน ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือ ไม่น้อยกว่า 325 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผู้ศึกษาได้สร้างขึ้นโดยการศึกษาและค้นคว้าจากแนวความคิดและทฤษฎีต่าง ๆ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาเป็นแนวคิดในการสร้างและออกแบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close Ended Question) โดยแบ่งออกได้เป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามคัดกรองผู้ร่วมแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตัดสินใจใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract)

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านทัศนคติ ประกอบด้วย ด้านส่วนของความเข้าใจ ด้านส่วนของความรู้สึก ด้านส่วนของพฤติกรรม

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง ประกอบด้วย ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ความเสี่ยงด้านข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ

ส่วนที่ 6 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการยอมรับทางเทคโนโลยี ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายในการใช้งาน

วิธีรวบรวมข้อมูล

ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบ การสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non – Probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ (Questionnaire Online) โดยใช้เครื่องมือ Google Form ในการสร้างแบบสอบถาม เก็บข้อมูลแบบสอบถามผ่าน Application LINE กลุ่มพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่

การตรวจสอบความถูกต้อง (Validity)

ผู้วิจัยได้นำเสนอแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความครบถ้วนและความสอดคล้องของเนื้อหาของแบบสอบถามที่ตรงกับเรื่องที่ศึกษา โดยนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วให้อาจารย์ที่ปรึกษา ตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหาว่ามีความสอดคล้องกับตัวแปรมากนักน้อยเพียงใด เพื่อปรับปรุงแก้ไขให้มีความเหมาะสมก่อนที่จะนำไปทดลองแจกแบบสอบถาม

การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

1. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปสำรวจกับกลุ่มประชากรตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อนำไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)
2. นำผลคะแนนที่ได้จากแบบสอบถาม มาวัดหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) ตามวิธีการของครอนบัค ซึ่งได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (a – coefficient) การวิจัยครั้งนี้กำหนดให้ค่าความเชื่อถือได้ของค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา จำนวนมากกว่า 0.7 ถือได้ว่าแบบสอบถามฉบับนี้มีความน่าเชื่อถือ
3. หลังจากได้มีการสำรวจกับกลุ่มประชากรตัวอย่าง 30 ชุด ผลได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟารวมเท่ากับ $\text{Alpha} = 0.955$ ซึ่งแสดงว่า แบบสอบถามมีค่าความน่าเชื่อถือในระดับสูง

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค

ตัวแปร	จำนวนข้อ	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค
ปัจจัยด้านทัศนคติ	13	0.931
ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง	11	0.924
ปัจจัยด้านการยอมรับทางเทคโนโลยี	7	0.901
ผลรวมของทุกตัวแปร	31	0.955

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลในการศึกษานี้ ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามมาประมวลผล และวิเคราะห์ผลด้วยเครื่องมือทางสถิติ โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อใช้อธิบายข้อมูลแบบสอบถามดังนี้ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ และการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ในปัจจุบัน วิเคราะห์ด้วยการใช้การแจกแจงความถี่

(Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายข้อมูลส่วนที่ 3 การตัดสินใจใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ส่วนที่ 4 ด้านทัศนคติ ส่วนที่ 5 ด้านการรับรู้ความเสี่ยง ส่วนที่ 6 ด้านการยอมรับทางเทคโนโลยี ด้วยการวิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติเพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ทัศนคติต่อการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ทดสอบสมมติฐานโดยมีการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์ (Correlation) และการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้ความเสี่ยงต่อการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ทดสอบสมมติฐานโดยมีการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์ (Correlation) และการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 การยอมรับการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ทดสอบสมมติฐานโดยมีการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์ (Correlation) และการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ที่ใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ พบว่าผู้ใช้งานส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 มีรายต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 มีสถานภาพส่วนใหญ่คือสมรส จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 และผู้ใช้ E-Contract จริง อยู่จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 และคาดว่าจะกำลังจะใช้จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยภาพรวม พบว่าระดับความคิดเห็นด้านการตัดสินใจใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.41 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.76 และระดับความคิดเห็นอยู่ในเกณฑ์ จะใช้อย่างแน่นอน

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านทัศนคติ การวิเคราะห์ด้านทัศนคติต่อการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยภาพรวม พบว่าด้านทัศนคติมีค่าเฉลี่ยรวมจัดอยู่ในระดับ มากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทัศนคติต่อการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ด้านส่วนของความเข้าใจ ด้านส่วนของความรู้สึก และด้านส่วนของพฤติกรรม อยู่ในระดับ มากที่สุด

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการรับรู้ความเสี่ยง การวิเคราะห์ด้านการรับรู้ความเสี่ยงต่อการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยภาพรวม พบว่าด้านการรับรู้ความเสี่ยง

มีค่าเฉลี่ยรวมจัดอยู่ในระดับ มากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าการรับรู้ความเสี่ยงต่อการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ด้านประสิทธิภาพ ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย และความเสี่ยงด้านข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ อยู่ในระดับ มากที่สุด

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการยอมรับทางเทคโนโลยี การวิเคราะห์ด้านการยอมรับทางเทคโนโลยีต่อการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยภาพรวมพบว่า ด้านการยอมรับทางเทคโนโลยีมีค่าเฉลี่ยรวมจัดอยู่ในระดับ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การยอมรับทางเทคโนโลยีต่อการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ และด้านความง่ายในการใช้งาน อยู่ในระดับ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 2 แสดงค่าสถิติความถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) โดยแสดงแต่ละปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract)

ตัวแปร	B	SE	T	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	1.337	0.164	8.161	0.000
ด้านข้อมูลส่วนตัว (X6)	0.482	0.124	3.877	0.000
ส่วนของพฤติกรรม (X3)	0.182	0.060	3.008	0.003
ความง่ายในการใช้งาน (X8)	0.348	0.108	3.211	0.001
ด้านความปลอดภัย (X5)	1.223	0.165	7.435	0.000
ด้านประสิทธิภาพ (X4)	0.645	0.177	3.656	0.000
ส่วนของความเข้าใจ (X1)	0.501	0.151	3.321	0.001
	R	0.748	Adjusted R ²	0.553
	R ²	0.560	SE	5.08

หมายเหตุ :R คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์, R² คือ ค่าความผันแปรของตัวแปร, Std. Error of the Estimate คือ ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์, F คือ ความถี่, p-value คือ ค่าโอกาส Y คาดว่าจะใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract), X1 ส่วนของความเข้าใจ, X2 ด้านประสิทธิภาพ, X3 ด้านความปลอดภัย, X4 ด้านข้อมูลส่วนตัว

ตารางที่ 2 เมื่อพิจารณาค่าสถิติความถดถอยพหุคูณต่อการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ที่มีนัยสำคัญเรียงลำดับ คือ ด้านข้อมูลส่วนตัว (X6) ส่วนของพฤติกรรม (X3) ความง่ายในการใช้งาน (X8) ด้านความปลอดภัย (X5) ด้านประสิทธิภาพ (X4) ส่วนของความเข้าใจ (X1) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้นผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถนำมาสร้างสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

การยอมรับการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) = 1.337 (ค่าคงที่) + 0.482 (ด้านข้อมูลส่วนตัว) + 0.182 (ส่วนของพฤติกรรม) + 0.348 (ความง่ายในการใช้งาน) + 1.223 (ด้านความปลอดภัย) + 0.645 (ด้านประสิทธิภาพ) + 0.501 (ส่วนของความเข้าใจ)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) = 0.748

ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยหรืออำนาจการพยากรณ์ (R Square) = 0.560

ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยหรืออำนาจการพยากรณ์ที่ปรับแล้ว (Adjusted R Square) = 0.553

ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์การถดถอย (Std. Error Square) = 0.508

จะเห็นว่าจากสมการพยากรณ์ที่ได้ สามารถนำไปใช้เพื่อทำนายแนวโน้มการยอมรับการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ของผู้ให้บริการในอนาคต โดยตัวแปรด้านความปลอดภัย (1.223) และด้านประสิทธิภาพ (0.645) เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลเชิงบวกสูงสุดต่อการยอมรับ ซึ่งสะท้อนว่าผู้ใช้ให้ความสำคัญกับการปกป้องข้อมูลและความรวดเร็วของระบบเป็นอันดับแรกในขณะเดียวกัน ตัวแปรด้านข้อมูลส่วนตัว (0.482) ความง่ายในการใช้งาน (0.348) ส่วนของความเข้าใจ (0.501) และพฤติกรรม (0.182) แม้มีค่าน้อยกว่า แต่ก็แสดงให้เห็นถึงบทบาทในการส่งเสริมการยอมรับเช่นกัน เมื่อนำตัวแปรทั้ง 6 ตัวแปรเข้าสู่สมการพยากรณ์แล้ว ก็จะได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) = 0.748 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยหรืออำนาจการพยากรณ์ที่ปรับแล้ว (Adjusted R Square) = 0.553 หรือสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 55.30

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ทศนคติต่อการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) กำหนดการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณแบบปกติ พบว่า ทศนคติเชิงบวกกับการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) อย่างมีนัยสำคัญ จำนวน 2 ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยด้านส่วนของความเข้าใจ ปัจจัยด้านส่วนของพฤติกรรม ส่งผลต่อการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ในเชิงบวกยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และปัจจัยด้านส่วนของความรู้สึกส่งผลต่อการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ในเชิงลบ ปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้ความเสี่ยงต่อการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) กำหนดการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณแบบปกติ พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงเชิงบวกกับการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) อย่างมีนัยสำคัญ จำนวน 3 ปัจจัยได้แก่ ด้านประสิทธิภาพ ด้านความปลอดภัย ด้านข้อมูลส่วนตัว ส่งผลต่อการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ในเชิงบวก ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3 การยอมรับการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) กำหนดการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณแบบปกติ พบว่า การยอมรับการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) อย่างมีนัยสำคัญ จำนวน 1 ปัจจัย ด้านความง่ายในการใช้งาน ส่งผลต่อการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ในเชิงบวก ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ส่งผลต่อการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ในเชิงลบ ปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาทศนคติและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ทศนคติที่มีอิทธิพลต่อการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ จากผลการศึกษาพบว่า ทศนคติด้านความเข้าใจและพฤติกรรมของผู้ใช้มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อ

การยอมรับการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ซึ่งสอดคล้องกับ **ทฤษฎีองค์ประกอบของทัศนคติ (Tripartite Model)** ที่เสนอโดย (Rosenberg and Hovland, 1960) ที่แบ่งทัศนคติออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ด้านความเข้าใจ (Cognitive) ด้านความรู้สึก (Affective) และด้านพฤติกรรม (Behavioral) **ด้านความเข้าใจ** ซึ่งรวมถึง ความรู้ ความเชื่อ และการตระหนักรู้ของบุคคลเกี่ยวกับเทคโนโลยี หากผู้ใช้มีความเข้าใจว่า E-Contract คืออะไร ใช้อย่างไร และปลอดภัยหรือไม่ ย่อมส่งผลต่อความมั่นใจในการใช้ **ด้านพฤติกรรม** หมายถึงแนวโน้มในการกระทำ เช่น การเลือกใช้ E-Contract แทนการใช้เอกสารกระดาษ การศึกษานี้พบว่าผู้ที่มีประสบการณ์หรือพฤติกรรม การใช้เทคโนโลยีมาก่อน มีแนวโน้มจะยอมรับ E-Contract ได้ดีขึ้น ในทางตรงกันข้าม **ด้านความรู้สึก** ที่เกี่ยวกับ อารมณ์และความรู้สึก เช่น ความกลัว ความไม่มั่นใจ หรือความกังวลต่อความปลอดภัยของข้อมูล ส่งผลต่อการปฏิเสธการใช้ E-Contract ในเชิงลบ หากผู้ใช้อารมณ์หรือทัศนคติเชิงลบ จะลดความตั้งใจที่จะใช้ระบบ แม้จะมีความเข้าใจหรือทักษะก็ตามและมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ น้ำทิพย์ ดวงดี (2567) ว่า การศึกษาทัศนคติ ของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ ที่ส่งผลต่อ การตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า หากลูกค้ามีมุมมองที่ดีต่อสลากออมทรัพย์ ย่อมมีแนวโน้มที่จะตัดสินใจ ซื้อสูงขึ้น

2. การรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ของธนาคารอาคาร สงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ จากผลการศึกษาพบว่า **การรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ และ ความปลอดภัย** ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ E-Contract ในเชิงบวก โดยสะท้อนว่าผู้ใช้งานแม้จะรับรู้ว่ามีความเสี่ยง แต่ก็ยังเชื่อมั่นใน ระบบมากพอที่จะใช้งานจริง ซึ่งอธิบายได้ด้วยแนวคิดของ (Demirdogen, 2010) ที่ระบุว่าความเสี่ยงที่ถูกควบคุม หรืออธิบายได้ จะกลายเป็นปัจจัยกระตุ้นให้ผู้บริโภคประเมินทางเลือกและตัดสินใจได้อย่างมีเหตุผล ความเสี่ยง ด้านประสิทธิภาพ (Performance Risk) หมายถึง ความกังวลว่าระบบจะทำงานผิดพลาดหรือไม่สามารถตอบสนอง ได้ตามคาด แต่หากผู้ใช้งานมีประสบการณ์ที่ดีจากการใช้งานหรือระบบมีความเสถียรสูง ก็จะทำให้ความเสี่ยงนี้ กลับกลายเป็นความมั่นใจ ตัวอย่างเช่น พนักงานที่เคยใช้ระบบ E-Contract แล้วพบว่ารวดเร็วและไม่เกิด ข้อผิดพลาด ย่อมรู้สึกว่ารискน้อยและพร้อมใช้งานอีก ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย (Security Risk) เช่น การป้องกัน ข้อมูลรั่วไหลหรือการปลอมแปลงเอกสาร หากธนาคารมีมาตรการที่ชัดเจน เช่น ใช้ Digital Signature ก็จะช่วย สร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ใช้งานรู้สึกว่ามีความเสี่ยงแต่สามารถจัดการได้ ซึ่งสอดคล้องกับ ที่กล่าวว่า ความสามารถในการควบคุมความเสี่ยงจะลดผลกระทบเชิงลบจากความเสี่ยงนั้นลงได้ ในทางกลับกัน **การรับรู้ ความเสี่ยงด้านข้อมูลส่วนตัว** ส่งผลเชิงลบอย่างชัดเจน โดยเฉพาะกลุ่มผู้ใช้งานที่กังวลว่า ข้อมูลส่วนตัว เช่น หมายเลขประจำตัวประชาชน หรือข้อมูลบัญชีเงินกู้ อาจถูกนำไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต ซึ่งสอดคล้องกับ ที่ระบุว่า ความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวเป็นหนึ่งในความเสี่ยงที่ผู้บริโภคกังวลมากที่สุดในโลกดิจิทัล และมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกียรติภูมิ นาควรรณกิจ (2564) ว่าการรับรู้ความเสี่ยงความเป็นส่วนตัว ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน TikTok อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งอาจเป็นเพราะใน การใช้งานแอปพลิเคชันออนไลน์นั้นทำให้บุคคลอื่นสามารถเข้าถึงความเป็นส่วนตัวของท่านผ่าน แอปพลิเคชัน

TikTok ไม่ได้ เช่น ข้อมูลวันเดือนปีเกิด ประวัติในการใช้งานเข้าถึงอัลบั้มภาพ ฯลฯ เนื่องจากข้อมูลส่วนตัวบนแอปพลิเคชัน TikTok ถูกเก็บเป็นความลับ ทำให้รู้สึกไม่กังวลในการใช้แอปพลิเคชัน

3. การยอมรับการใช้ที่มีอิทธิพลต่อสัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ จากผลการศึกษาพบว่า **การรับรู้ถึงประโยชน์** และ **ความง่ายในการใช้งาน** มีผลเชิงบวกต่อการใช้ E-Contract โดยยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับ TAM (Davis, 1989) ที่ระบุว่าความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีใหม่ของผู้ใช้งานขึ้นอยู่กับสองปัจจัยหลักดังกล่าว **การรับรู้ถึงประโยชน์** คือ ความเชื่อของผู้ใช้ว่าเทคโนโลยีจะช่วยให้การทำงานหรือการดำเนินการมีประสิทธิภาพมากขึ้น ในกรณีของ E-Contract ผู้ใช้งานจะเห็นประโยชน์ชัดเจน เช่น ลดการใช้เอกสาร ลดเวลาการดำเนินงาน ลดขั้นตอนการอนุมัติ และสามารถตรวจสอบสถานะของเอกสารได้ทันที ยิ่งหากเป็นธนาคารที่ต้องดำเนินการจำนวนมากในแต่ละวัน การใช้ E-Contract จะเพิ่มความรวดเร็วและแม่นยำ **ความง่ายในการใช้งาน** คือ ความเชื่อว่ารระบบนั้นใช้งานไม่ซับซ้อน ไม่ต้องใช้เวลานานในการเรียนรู้ ผู้ใช้งานสามารถเข้าใจและใช้งานได้โดยไม่ต้องพึ่งพาความช่วยเหลือมากนัก ตัวอย่างเช่น หากระบบ E-Contract ของธนาคารมีขั้นตอนการกรอกข้อมูลน้อย ใช้ภาษาเข้าใจง่าย และสามารถเซ็นเอกสารได้ผ่านโทรศัพท์มือถือ ก็จะช่วยให้อุปการะและพนักงานมีแนวโน้มที่จะยอมรับใช้งานระบบนี้ได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ TAM ยังเสนอว่า **ความง่ายในการใช้งานจะส่งผลโดยอ้อมต่อการรับรู้ประโยชน์** ซึ่งหมายความว่า ถ้าผู้ใช้รู้สึกว่าใช้ E-Contract ได้ง่าย ก็จะทำให้รู้สึกว่าเทคโนโลยีนี้มีประโยชน์มากขึ้น จึงส่งผลต่อเจตนาในการใช้งานอย่างต่อเนื่อง (Continued Use) และมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ โอบนิจิ วชิรานวงศ์ (2561) ว่าการยอมรับการใช้เทคโนโลยีหรือการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) ส่งผลด้านบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการใช้งานระบบจริง โดยทัศนคติที่มีต่อการใช้งานเป็นตัวแปรส่งผ่านบางส่วนในความสัมพันธ์ และการรับรู้ว่าเป็นระบบที่ขั้นตอนง่ายต่อการใช้งานส่งผลด้านบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการใช้งานจริง โดยทัศนคติที่มีผลไปยังพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีซึ่งเป็นตัวแปรส่งผ่านแบบสมบูรณ์ในความสัมพันธ์

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติส่วนของความเข้าใจมีผลต่อการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ในเชิงบวกดังนั้นผู้ให้บริการหรือธนาคารฯ จำเป็นที่จะต้องสร้างทัศนคติที่ดี ไม่เพียงแต่หมายถึงการรับรู้ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับวิธีการใช้งาน แต่ยังคงครอบคลุมถึงความเข้าใจในข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ความปลอดภัยของระบบ และกระบวนการดำเนินงานที่ชัดเจน การมีความรู้และความเข้าใจในระดับนี้ช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถใช้งานระบบได้อย่างมั่นใจและลดความวิตกกังวลเกี่ยวกับความซับซ้อนของเทคโนโลยีดิจิทัลที่อาจทำให้เกิดข้อผิดพลาดได้ ธนาคารควรจัดกิจกรรมอบรมและให้ข้อมูลผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น สื่อออนไลน์ วิดีโอแนะนำ และคู่มือฉบับย่อที่เข้าถึงง่าย เพื่อให้ผู้ใช้ทุกกลุ่มไม่ว่าจะเป็นลูกค้ารายย่อย หรือเจ้าหน้าที่ภายในองค์กร ได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและทันสมัย นอกจากนี้ การให้คำปรึกษาแบบตัวต่อตัวและช่องทางการติดต่อสอบถามที่รวดเร็วจะช่วยให้ผู้ใช้มีโอกาสเรียนรู้และแก้ไขข้อสงสัยได้ทันที ยิ่งไปกว่านั้น การสื่อสารที่โปร่งใสเกี่ยวกับข้อจำกัดของระบบ และการแจ้งเตือนผู้ใช้เมื่อมีการอัปเดตหรือ

เปลี่ยนแปลงวิธีการใช้งาน จะช่วยให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องและลดความสับสน การสร้างความรู้ที่ถูกต้องและความเข้าใจอย่างลึกซึ้งนี้ถือเป็นรากฐานสำคัญที่ส่งเสริมให้การใช้งานสัญญาอิเล็กทรอนิกส์เป็นไปอย่างราบรื่นและยั่งยืน

จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติส่วนบุคคลมีส่วนของความรู้สึกรับรู้ต่อการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ในเชิงลบ ดังนั้นผู้ให้บริการหรือธนาคารฯ จำเป็นที่จะต้องสร้างทัศนคติที่ดีด้านความรู้สึกรับรู้เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจและการตัดสินใจใช้เทคโนโลยีอย่างมีนัยสำคัญ ผู้ใช้ที่มีความรู้สึกเชิงบวก เช่น รู้สึกว่าสัญญาอิเล็กทรอนิกส์ปลอดภัย เชื่อถือได้ และสะดวกสบาย จะมีแนวโน้มที่จะใช้งานระบบนี้มากกว่าผู้ที่รู้สึกกังวลหรือไม่มั่นใจในเทคโนโลยี ธนาคารควรเน้นสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้ใช้ตั้งแต่ครั้งแรกที่เข้าถึงระบบ ด้วยการออกแบบระบบที่ใช้งานง่าย การให้บริการลูกค้าที่ยอดเยียม และการตอบสนองปัญหาอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ สิ่งเหล่านี้จะสร้างความรู้สึกไว้วางใจและความพึงพอใจ ซึ่งเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ช่วยให้ผู้ใช้เลือกใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ต่อไป นอกจากนี้ การสื่อสารถึงความคุ้มค่าของการใช้เทคโนโลยีนี้ในชีวิตประจำวัน เช่น การลดเวลาในการดำเนินธุรกรรม การลดความยุ่งยากในการจัดเก็บเอกสาร และการสนับสนุนสิ่งแวดล้อมผ่านการลดใช้กระดาษ ยังช่วยเสริมสร้างความรู้สึกภาคภูมิใจและความพึงพอใจในเชิงบวก ส่งผลให้เกิดการยอมรับในวงกว้างทั้งในกลุ่มลูกค้าและเจ้าหน้าที่ภายในองค์กร

จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติส่วนบุคคลของพฤติกรรมมีผลต่อการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ในเชิงบวก ดังนั้นผู้ให้บริการหรือธนาคารฯ จำเป็นที่จะต้องสร้างทัศนคติที่ดี ด้านพฤติกรรมการใช้งานจริงสะท้อนให้เห็นถึงระดับการยอมรับและความพร้อมของผู้ใช้ในการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบสัญญาอิเล็กทรอนิกส์อย่างชัดเจน เมื่อผู้ใช้มีพฤติกรรมเชิงบวก เช่น การใช้งานระบบอย่างสม่ำเสมอ การแนะนำให้ผู้อื่นใช้ หรือการเลือกใช้บริการผ่านช่องทางดิจิทัลมากกว่าช่องทางเดิม แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมั่นในระบบ ธนาคารสามารถส่งเสริมพฤติกรรมเชิงบวกนี้ได้ด้วยการให้รางวัล เช่น สิทธิพิเศษ ส่วนลด หรือคะแนนสะสมสำหรับการใช้งานสัญญาอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงการทำให้กระบวนการใช้งานสะดวกและรวดเร็วขึ้นด้วยฟีเจอร์อัตโนมัติและระบบแจ้งเตือน นอกจากนี้ การวางกลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้ใช้ควรพิจารณาถึงความต้านทานต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากความเคยชินเดิม ธนาคารจึงควรให้การสนับสนุนและสื่อสารอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างแรงจูงใจและลดความกังวลที่จะเกิดขึ้นในกระบวนการเปลี่ยนแปลงนี้

จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพมีผลต่อการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ในเชิงบวก ดังนั้นผู้ให้บริการหรือธนาคารฯ จำเป็นที่จะต้องสร้างการรับรู้ความเสี่ยง ด้านประสิทธิภาพของระบบสัญญาอิเล็กทรอนิกส์เป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการใช้งานที่ยั่งยืน ระบบที่มีความรวดเร็วและเสถียรจะช่วยลดระยะเวลาการดำเนินธุรกรรมและลดข้อผิดพลาดในการป้อนข้อมูล นอกจากนี้ยังช่วยลดภาระงานของเจ้าหน้าที่ในการตรวจสอบเอกสารและติดตามสถานะสัญญา ธนาคารควรลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานด้านไอทีที่ทันสมัยและมีความสามารถในการรองรับผู้ใช้งานจำนวนมาก พร้อมทั้งทำการทดสอบและประเมินประสิทธิภาพระบบ

อย่างต่อเนื่อง เพื่อตรวจสอบและแก้ไขจุดบกพร่องอย่างทันท่วงที การพัฒนาระบบที่มีการเชื่อมต่อและทำงานร่วมกับระบบอื่น ๆ ภายในองค์กร เช่น ระบบบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) หรือระบบบัญชี จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพโดยรวม ลดความซ้ำซ้อนของข้อมูล และทำให้การทำงานมีความต่อเนื่องและครบถ้วนยิ่งขึ้น ส่งผลให้ผู้ใช้ได้รับประสบการณ์ที่ดีและมั่นใจในการใช้งาน

จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยมีผลต่อการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ในเชิงบวก ดังนั้นผู้ให้บริการหรือธนาคารฯ จำเป็นที่จะต้องสร้างการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยเป็นหัวใจหลักของการใช้งานสัญญาอิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากสัญญาเหล่านี้มีข้อมูลที่สำคัญและมีผลทางกฎหมาย การปกป้องข้อมูลจากการโจรกรรมหรือการปลอมแปลงจึงเป็นสิ่งที่ไม่อาจมองข้าม ธนาคารจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีขั้นสูง เช่น การเข้ารหัสแบบ End-to-End, การตรวจสอบสิทธิ์หลายขั้นตอน (Multi-factor Authentication), และการติดตั้งระบบตรวจจับการบุกรุก เพื่อป้องกันภัยคุกคามทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร นอกจากนี้ การอบรมและสร้างจิตสำนึกด้านความปลอดภัยให้กับพนักงานและผู้ใช้บริการเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากมนุษย์ เช่น การเปิดเผยรหัสผ่านหรือข้อมูลสำคัญโดยไม่ตั้งใจ ธนาคารควรจัดทำมาตรการตอบสนองต่อเหตุการณ์ความปลอดภัยอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เพื่อรักษาความน่าเชื่อถือของระบบในระยะยาว

จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงด้านข้อมูลส่วนตัวมีผลต่อการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ในเชิงบวก ดังนั้นผู้ให้บริการหรือธนาคารฯ จำเป็นที่จะต้องสร้างการรับรู้ความเสี่ยงด้านข้อมูลส่วนตัว ในยุคที่ข้อมูลส่วนตัวกลายเป็นสินทรัพย์สำคัญ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์เป็นเรื่องที่ธนาคารต้องให้ความสำคัญเป็นพิเศษ การละเมิดข้อมูลส่วนตัวอาจนำไปสู่ความเสียหายทางการเงินและชื่อเสียงขององค์กร ธนาคารควรดำเนินการตามกรอบกฎหมายและมาตรฐานสากล เช่น PDPA ของไทย และ GDPR ของยุโรป ซึ่งครอบคลุมการเก็บรวบรวมการใช้ และการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลอย่างถูกต้องและโปร่งใส การให้สิทธิ์แก่ผู้ใช้ในการเข้าถึงข้อมูลของตนเอง รวมถึงการควบคุมและอนุญาตการใช้งานข้อมูล จะช่วยเพิ่มความมั่นใจและความพึงพอใจ นอกจากนี้ธนาคารควรมีการตรวจสอบและประเมินความเสี่ยงด้านข้อมูลส่วนตัวอย่างสม่ำเสมอ เพื่อปรับปรุงมาตรการคุ้มครองให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในโลกดิจิทัล

จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ปัจจัยการรับรู้การใช้เทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงประโยชน์มีผลต่อการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ในเชิงลบ ดังนั้นผู้ให้บริการหรือธนาคารฯ จำเป็นที่จะต้องสร้างการรับรู้การใช้เทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ชัดเจนและจับต้องได้ของการใช้สัญญาอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การประหยัดเวลา ลดขั้นตอนการทำงาน ลดการใช้กระดาษ และเพิ่มความรวดเร็วในการดำเนินธุรกรรม จะกระตุ้นให้ผู้ใช้มีแรงจูงใจสูงขึ้นในการเปลี่ยนมาใช้ระบบ ธนาคารควรนำเสนอข้อมูลเชิงเปรียบเทียบระหว่างการใช้สัญญาแบบดั้งเดิมและแบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยเน้นประสิทธิภาพที่เพิ่มขึ้นและความสะดวกในการบริหารจัดการข้อมูล นอกจากนี้การยกตัวอย่างกรณีศึกษาหรือความสำเร็จจากองค์กรอื่น ๆ

ที่ใช้เทคโนโลยีนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและแรงจูงใจให้แก่ผู้ให้บริการ ให้เห็นภาพชัดเจนถึงคุณค่าที่จะได้รับจากการเปลี่ยนแปลงนี้

จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ปัจจัยการรับรู้การใช้เทคโนโลยีด้านความง่ายในการใช้งานมีผลต่อการใช้อิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ในเชิงบวก ดังนั้นผู้ให้บริการหรือธนาคารฯ จำเป็นที่จะต้องสร้างการรับรู้การใช้เทคโนโลยีด้านความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ช่วยจัดอุปสรรคในการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ หากระบบมีอินเทอร์เฟซที่ซับซ้อนหรือใช้งานยาก ผู้ใช้จะเกิดความรู้สึกท้อแท้และไม่อยากใช้บริการ ธนาคารควรออกแบบระบบโดยยึดผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง (User-Centered Design) โดยพิจารณาถึงประสบการณ์ผู้ใช้ (UX) และความสามารถในการเข้าถึงของผู้ใช้ในทุกกลุ่ม รวมถึงผู้ที่มีทักษะทางเทคโนโลยีต่ำ การใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย การจัดวางเมนูและฟังก์ชันที่เป็นระบบและไม่ซับซ้อน รวมถึงการมีระบบช่วยเหลือและคำแนะนำที่ชัดเจน จะช่วยให้ผู้ใช้สามารถทำธุรกรรมได้อย่างรวดเร็วและมั่นใจ การพัฒนาฟีเจอร์ช่วยเหลือ เช่น การกรอกข้อมูลอัตโนมัติ การแจ้งเตือนสถานะสัญญา และระบบแนะนำขั้นตอน จะช่วยลดข้อผิดพลาดและเพิ่มความสะดวกสบายในการใช้งาน ซึ่งทั้งหมดนี้จะส่งเสริมให้ผู้ใช้มีความพึงพอใจและยินดีใช้อิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป

การวิจัยในครั้งต่อไปควรให้ความสำคัญกับการขยายกรอบทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการใช้อิเล็กทรอนิกส์ (E-Contract) อย่างครบถ้วนมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงในหลายมิติ เช่น ความเสี่ยงด้านข้อมูล (Data Risk) ที่เกี่ยวข้องกับการสูญหายหรือการรั่วไหลของข้อมูลสำคัญ และความเสี่ยงด้านกฎหมาย (Legal Risk) ที่เกี่ยวข้องกับการรับรองความถูกต้องและการบังคับใช้สัญญาในระบบดิจิทัล การรวมกรอบทฤษฎีเกี่ยวกับความเสี่ยงเหล่านี้ เช่น ทฤษฎีการจัดการความเสี่ยง (Risk Management Theory) หรือกรอบการประเมินความเสี่ยงเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Risk Assessment Frameworks) จะช่วยให้ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์และประเมินผลกระทบเชิงลึกต่อการใช้อิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และการศึกษาความเสี่ยงเชิงกฎหมาย เช่น ความชัดเจนของกฎหมายที่รองรับการใช้ลายเซ็นอิเล็กทรอนิกส์ หรือการรับรองความถูกต้องของข้อมูลดิจิทัลในระบบต่าง ๆ จะช่วยเสริมความเข้าใจถึงอุปสรรคและข้อจำกัดที่ผู้ใช้และองค์กรอาจเผชิญได้ การพัฒนากรอบแนวคิดที่ครอบคลุมประเด็นเหล่านี้จะช่วยให้ผลการวิจัยมีความลึกซึ้ง และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาระบบและนโยบายได้อย่างตรงจุด

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลัก อาจมีข้อจำกัดในเรื่องของรายละเอียดและความลึกซึ้งของข้อมูลที่ได้มา ทำให้ไม่สามารถอธิบายพฤติกรรมหรือทัศนคติของผู้ใช้ได้อย่างครบถ้วน การศึกษาเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หรือการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) จะช่วยเติมเต็มช่องว่างนี้ได้เป็นอย่างดี การสัมภาษณ์เชิงลึกช่วยให้ผู้วิจัยสามารถเข้าใจมุมมอง ความรู้สึก ความเชื่อ และแรงจูงใจของผู้ใช้อิเล็กทรอนิกส์ในบริบทที่หลากหลาย รวมถึงการรับรู้ต่อความเสี่ยงและปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้งานจริง ผู้สัมภาษณ์ยังสามารถให้ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสัญญาอิเล็กทรอนิกส์และตอบข้อสงสัย

เพื่อช่วยลดปัญหาการขาดความเข้าใจที่อาจส่งผลกระทบต่อความถูกต้องของข้อมูลที่เก็บรวบรวม และการใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพยังเปิดโอกาสให้ผู้วิจัยค้นพบประเด็นหรือแนวคิดใหม่ ๆ ที่อาจไม่ถูกระบุไว้ในแบบสอบถามเดิม เช่น ประสพการณ์เฉพาะตัว ปัญหาทางเทคนิค หรือความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง ซึ่งจะช่วยให้การพัฒนาระบบและนโยบายตอบโต้ภัยผู้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น การรวมข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเข้าด้วยกัน (Mixed Methods Research) จะช่วยเพิ่มความสมบูรณ์และความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย และสนับสนุนการตัดสินใจขององค์กรในเชิงกลยุทธ์และนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการใช้สัญญาณอิเล็กทรอนิกส์ในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- เกียรติภูมิ นาควรรณกิจ. (2564). *การยอมรับเทคโนโลยีความเป็นเอกลักษณ์และการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน TikTok*. [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. <http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/4946>
- ธนาคารอาคารสงเคราะห์. (2566, 4 สิงหาคม). *ข่าวประชาสัมพันธ์*. <https://www.ghbank.co.th/news/detail/public-relations/press-27-10-2023>
- ธนาคารอาคารสงเคราะห์. (2568, 4 สิงหาคม). *รายงานประจำปี*. <https://www.ghbank.co.th/information/report/annual-report/>
- น้ำทิพย์ ดวงดี และ ปราณี เอี่ยมละออภักดี. (2567). การศึกษาทัศนคติและการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่. *วารสารมจร อุบล บริหารศาสตร์*, 9(1), 461-474.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2565, 4 สิงหาคม). *กฎหมายและหลักเกณฑ์*. <https://www.etda.or.th/th/regulator/DigitalID/law.aspx>
- โอบนิธิ วชิราวุธ. (2561, 4 สิงหาคม). *การยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR code)*. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:145830.
- Corchran, W. G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed). John Wiley & Sons.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Demirdogen, O., et al. (2010). Customer Risk Perceptions of Internet Banking—A Study in Turkey. *Journal of Applied Business Research (JABR)*, 26(6). <https://doi.org/10.19030/jabr.v26i6.329>
- Rosenberg, M. J., et al. (1960). *Attitude Organization and Change: An Analysis of Consistency Among Attitude Components*. (Yales Studies in Attitude and Communication.). Yale Univer. Press.

กลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่อส่งเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยี
ในศตวรรษที่ 21 ของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน:
กรณีศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Strategies for Basic Education Institute Administration to Promote Skills in
Using Technology in the 21st Century of Schools under the Office of the Basic
Education Commission: Case Study Northeastern Region

คัทรีน การพินิจ^{1*} มานิตย์ สีสง่า² คุณากร พันธธุระศรี³ ทศนีย์ ช่อเทียนทิพย์⁴ และ กนกอร ทองศรี⁵

Katchrin Kanpinit^{1*} Manit Sisanga² Kunakorn Phanthurasri³

Tassanee Chotientip⁴ and Kanokon Tongsrri⁵

^{1,2,3,4}มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

⁵วิทยาลัยพิจญ์บัณฑิต

^{1,2,3,4}Rajamangala University of Technology Rattanakosin

⁵Pitchayabundit College

*Corresponding author's email: katchrin@yahoo.com

วันที่รับบทความ (Received)

7 มิถุนายน 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

26 กรกฎาคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

26 กรกฎาคม 2568

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อวิเคราะห์สภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของการบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่อส่งเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 ของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน: กรณีศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2) เพื่อสร้างกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่อส่งเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 ของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน: กรณีศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ใช้กระบวนการวิจัยและพัฒนาสร้างต้นแบบกลยุทธ์และการตรวจสอบและประเมินร่างกลยุทธ์จากผู้ทรงคุณวุฒิ กลุ่มตัวอย่างสร้างต้นแบบกลยุทธ์ คือ สถานศึกษาระดับประถมศึกษาและระดับมัธยมศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน จำนวนทั้งสิ้น 388 สถานศึกษา ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้บริหารสถานศึกษา หัวหน้างานวิชาการ และครูผู้สอน การเลือกกลุ่มตัวอย่างสถานศึกษาโดยการสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายให้ได้มาซึ่งสถานศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ตามสัดส่วนของขนาดและระดับสถานศึกษาเพื่อสร้างต้นแบบกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่อส่งเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยและพัฒนา ขั้นตอนต่อมา คือ การตรวจสอบประสิทธิภาพ ความเหมาะสม ความตรงตามเนื้อหา ความครอบคลุมของกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่อส่งเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 ด้วยวิธีการเทคนิคการสนทนากลุ่มกับผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย จำนวน 11 คน

ผู้ทรงคุณวุฒิ ประกอบด้วย นักการศึกษา ผู้บริหารการศึกษา และผู้บริหารสถานศึกษาด้วยการเลือกแบบเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าดัชนีความต้องการจำเป็น และการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษา พบว่า กลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่อส่งเสริมทักษะ การใช้เทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 ของสถานศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านบริหารงานวิชาการประกอบด้วย 6 กลยุทธ์หลัก 13 กลยุทธ์รอง ด้านบริหารงานงบประมาณ ประกอบด้วย 5 กลยุทธ์หลัก 11 กลยุทธ์รอง ด้านบริหารงานบุคคลประกอบด้วย 3 กลยุทธ์หลัก 6 กลยุทธ์รอง และด้านบริหารงานทั่วไปประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ หลัก 13 กลยุทธ์รอง

คำสำคัญ: กลยุทธ์, การบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน, ทักษะการใช้เทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21

ABSTRACT

The objectives of the article were 1) to analyze the current situation and desirable situation for the basic education institute administration under the Office of the Basic Education Commission to promote skills in using technology in the 21st Century: case study northeastern region, 2) to create strategies for basic education institute administration under the Office of the Basic Education Commission to promote skills in using technology in the 21st Century: case study northeastern region. The research and development methodology was employed to construct draft strategies, which were checked and evaluated by experts. The sampling group for constructing draft strategies consisted of 388 schools from basic education primary schools and secondary schools, a case study of the northeastern region under the Office of the Basic Education Commission . The participants were the school administrator, the academic supervisor, and the teacher; those were selected through the simple random sampling in proportion to the size and level of the school to construct draft strategies for basic education institute administration to promote skills in using technology in the 21st Century and the questionnaire. After that, efficiency, suitability, content validity, and coverage strategies' examining were used for the basic education institute administration to promote skills in using technology in the 21st Century via focus group discussion with sample group of 11 experts consisted of educators, educational administrators, and school administrators which selected by purposive sampling. The data were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation, the modified priority needs index, and content analysis. The results of strategies for basic education institute administration to promote skills in using technology in the 21st Century case study of northeastern region under the Office of the Basic Education Commission consisted of 6 main strategies from academic administration, 13 secondary strategies, 5 main strategies from financial administration, 11 secondary strategies, 3 main strategies personnel administration, 6 secondary strategies; and 5 main strategies from general administration, and 13 secondary strategies.

Keywords: Strategies, Management for Basic Education Institutes,
Skills in Using Technology in the 21st Century

บทนำ

ยุคแห่งศตวรรษที่ 21 เป็นยุคที่มุ่งเน้นการนำสื่อ เทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีต่าง ๆ มาใช้ ในวงการศึกษา และสถานศึกษา เพื่อให้การบริหารและการจัดการเรียนการสอนมีประสิทธิภาพ เพิ่มสัมฤทธิ์ผลทางการเรียนการสอน มากยิ่งขึ้น การเปลี่ยนแปลงของความรู้ แหล่งการเรียนรู้ ส่งผลให้เกิดการปรับปรุงการเรียนการสอนเพื่อมุ่งเน้นการพัฒนา ทักษะการเรียนรู้ ทักษะชีวิตและการพัฒนาทักษะใหม่เพื่อความอยู่รอด (เบญจวรรณ ถนอมชยธวัช และคณะ, 2559) กลุ่มภาคีเครือข่ายเพื่อทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 (2553) ได้กำหนดกรอบความคิดเพื่อการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วย การสร้างทักษะผู้เรียนให้รู้จักคิด ให้รู้จักการเรียนรู้ สื่อสาร ทำงาน แก้ปัญหา โดยยึดผลลัพธ์ของผู้เรียน เป็นสำคัญ คุณลักษณะที่พึงประสงค์จะประกอบด้วยความรู้เกี่ยวกับโลกเพื่อการดำรงอยู่ในอนาคต มีทักษะการเรียนรู้ และนวัตกรรม ทักษะด้านสารสนเทศ สื่อและเทคโนโลยีสารสนเทศ ทักษะชีวิตและการทำงาน แนวคิดนี้ส่งผลให้วงการศึกษา ตื่นตัวและให้ความสำคัญจนกลายเป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญในการพัฒนาผู้เรียน พัฒนาบุคลากร พัฒนาสถานศึกษาเพื่อสร้าง ทักษะการเรียนรู้ศตวรรษที่ 21 (กลุ่มภาคีเครือข่ายเพื่อทักษะแห่งศตวรรษที่ 21, 2553 อ้างใน เบญจวรรณ ถนอมชยธวัช และคณะ, 2559)

นอกจากนี้ จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) ที่ผ่านมามีพบว่า ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นภาคที่มีพื้นที่และประชากรมากที่สุดของประเทศ ไทย มีจำนวนคนจนมากที่สุดของประเทศ ประชาชนร้อยละ 11.4 ไม่สามารถเข้าถึงบริการที่มีคุณภาพของรัฐ ขาดโอกาส ทางการศึกษาและการประกอบอาชีพ ทั้งนี้ แผนพัฒนาการศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พ.ศ. 2566-2570 กำหนด ยุทธศาสตร์ด้านการเรียนรู้ โดยมุ่งเน้นเป้าหมายให้ประชาชนทุกช่วงวัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเข้าถึงโอกาสในการศึกษา และเรียนรู้ตลอดจนได้รับการพัฒนาเต็มตามศักยภาพ ประชาชนมีความรู้ มีทักษะสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของโลก ในศตวรรษที่ 21 ด้วยเทคโนโลยี (สำนักงานศึกษาธิการภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 2564)

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกสถานศึกษา การวิเคราะห์ความต้องการ จำเป็นในการบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน การพัฒนาและกำหนดกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่อส่งเสริม ทักษะการใช้เทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 ของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน: กรณีศึกษา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์สภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของการบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่อส่งเสริมทักษะ การใช้เทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 ของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน: กรณีศึกษา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2. เพื่อสร้างกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่อส่งเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 ของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน: กรณีศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ทบทวนวรรณกรรม

กลุ่มภาคีเครือข่ายเพื่อทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 (เบญจวรรณ ฌอนมชัยวัช และคณะ, 2559) ได้กำหนด คุณลักษณะและแนวคิดพึงมีสำหรับผู้เรียนในทักษะด้านสารสนเทศ สื่อและเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วย การมีความรู้พื้นฐานด้านสารสนเทศในการเข้าถึงสารสนเทศและมีวิจาร์ญาณในการประเมินสารสนเทศ เพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพประสิทธิผลการใช้งาน รวมไปถึงสามารถเรียนรู้ได้อย่างสร้างสรรค์ ตลอดจนการมีความรู้พื้นฐานด้านสื่อ มีความรู้ความเข้าใจในการผลิตสื่อได้ตรงกับวัตถุประสงค์ตอบสนองความต้องการจำเป็นภายใต้กรอบคุณธรรมจริยธรรม รวมทั้ง การมีความรู้พื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สามารถใช้เทคโนโลยีใน การสื่อสาร การเข้าถึง แหล่งข้อมูลสารสนเทศ และการสร้างเครือข่ายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ปะราลี อร่ามดวง (2563) ได้ให้คำจำกัดความของ กลยุทธ์ หมายถึง แนวทางเชิงรุกในการดำเนินงานต่าง ๆ ขององค์กรที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสมของสถานการณ์ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่น บรรลุตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด การบริหารเชิง กลยุทธ์เป็น แนวทางการดำเนินงานขององค์กรซึ่งแนวทางนั้นได้มาจาก การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกเพื่อให้ การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและใช้ทรัพยากรอย่างเกิดประโยชน์ สูงสุดกับองค์กร

องค์ประกอบของกระบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วย (1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (2) การกำหนด กลยุทธ์ (3) การนำกลยุทธ์ไปใช้ และ (4) การประเมินผล ทั้งนี้ สำหรับการวางแผนกลยุทธ์ในสถานศึกษาจะประกอบด้วย (1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (2) การกำหนดสถานภาพขององค์กร (3) การกำหนดทิศทางของสถานศึกษาและ (4) การกำหนดกลยุทธ์ (รังสรรค์ มณีเล็ก อ้างใน ปะราลี อร่ามดวง, 2563) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม หรือ การตรวจสอบสภาพแวดล้อม เริ่มจากการวิเคราะห์ตรวจสอบและประเมินสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในเป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง (Strength-S) จุดอ่อน (Weakness-W) และการวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายนอกเป็นการวิเคราะห์ โอกาส (Opportunity-O) และ ภาวะคุกคามหรืออุปสรรค (Threat-T) โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกจะวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และมีผลกระทบกับองค์กร โดยตรง ประกอบด้วย นโยบายและการเมือง (Politic) เศรษฐกิจ (Economic) สังคม (Social) และเทคโนโลยี (Technology) (Wheelen & Hunger อ้างใน ปะราลี อร่ามดวง, 2563) โดยกำหนด SWOT พิจารณาจาก ค่า PNI modified ตามเกณฑ์กำหนดสำหรับการพิจารณา (ปะราลี อร่ามดวง, 2563)

สุวิมล ว่องวานิช (2550) ได้ให้คำจำกัดความของการประเมินความต้องการจำเป็น (Needs Assessment) เป็นกระบวนการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างสภาพที่พึงประสงค์ (What should be) กับ สภาพในปัจจุบัน (What is) ที่มีระบบและจัดลำดับความสำคัญก่อนหลัง โดยจะเป็นการระบุความต้องการจำเป็น การตัดสินใจขัดแย้งจาก การตรวจสอบสภาพทั่วไปและการหาสาเหตุที่ทำให้เกิดความต้องการจำเป็นและการจัดลำดับความสำคัญก่อนหลัง

(Priority Setting) ของสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคตเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจเกี่ยวกับการปรับปรุงแก้ไข การจัดสรรงบประมาณ และการจัดทำแผนการดำเนินงานขององค์กร (สุวิมล ว่องวานิช อ้างใน ปะราลี อร่ามดวง, 2563)

สุวิมล ว่องวานิช (2550) ชี้ว่าการวิเคราะห์ดัชนีความต้องการจำเป็น (Modified Priority Needs Index หรือ PNI modified) เป็นการเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นระหว่างสภาพที่พึงประสงค์และสภาพในปัจจุบัน สามารถคำนวณได้จากสูตร $I - D$ หารด้วย D โดย I = ค่าบอกระดับความสำคัญของสภาพที่พึงประสงค์ D = ค่าบอกระดับความสำคัญของสภาพในปัจจุบัน PNI modified ถูกคิดค้นขึ้นเพื่อควบคุมขนาดของความต้องการจำเป็นให้อยู่ในพิสัยไม่ให้ช่วงกว้างเกินไปและสามารถอธิบายเชิงเปรียบเทียบได้เมื่อใช้ระดับของสภาพที่เป็นอยู่เป็นฐาน (สุวิมล ว่องวานิช อ้างใน ปะราลี อร่ามดวง, 2563) ทั้งนี้ ในการคำนวณอัตรา การพัฒนาเข้าสู่สภาพที่คาดหวังของกลุ่ม มีข้อดี คือ คำนวณง่าย ให้ข้อสรุปที่ดี และเมื่อถ่วงน้ำหนักจะทำให้ได้ข้อมูลความแตกต่างที่ชัดเจนขึ้น (สุวิมล ว่องวานิช อ้างใน ศิริเพ็ญ ทองดี, 2561)

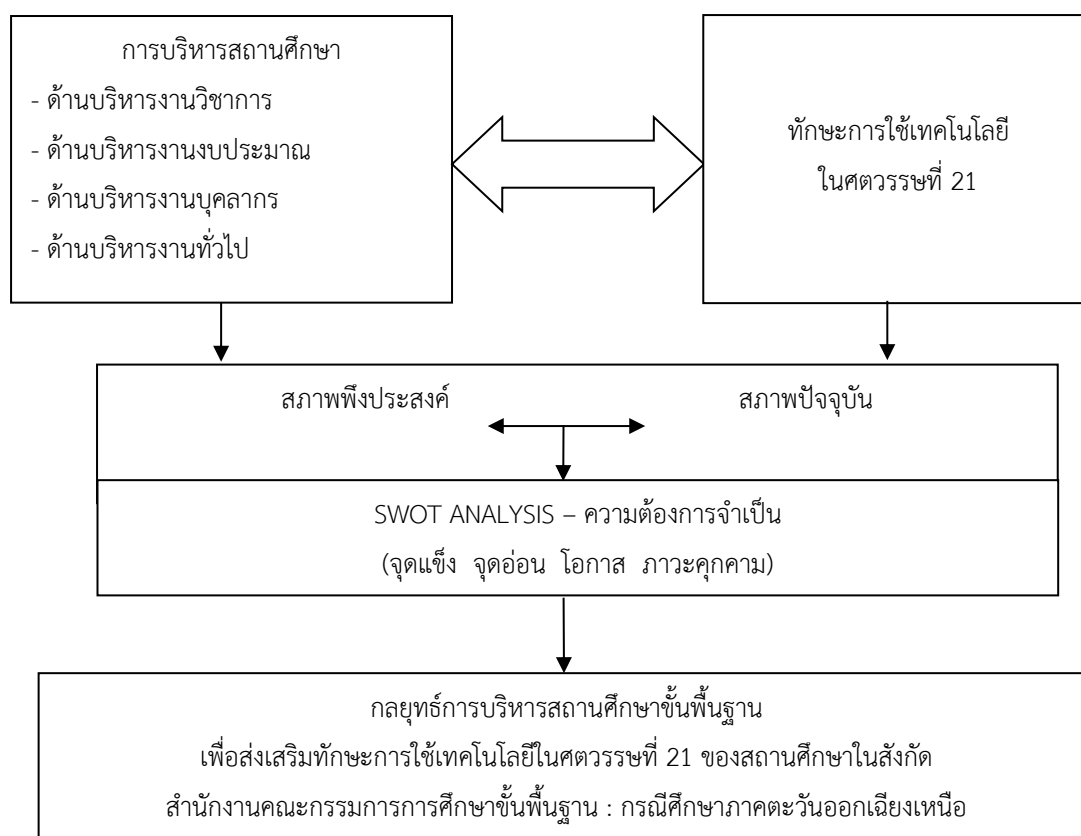
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มนรัตน์ แก้วเกิด (2562) ดำเนินการวิจัยแบบผสานวิธีพหุระยะศึกษา โดยกลุ่มตัวอย่างโรงเรียนมัธยมศึกษา 342 โรงเรียน ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้อำนวยการโรงเรียนหรือรองผู้อำนวยการโรงเรียนกลุ่มบริหารวิชาการและครูผู้สอนที่ปฏิบัติงานในกลุ่มบริหารวิชาการ เครื่องมือวิจัย คือ แบบประเมินความเหมาะสมของกลยุทธ์การบริหารงานวิชาการโรงเรียนมัธยมศึกษาตามแนวคิดความเป็นพลเมืองดิจิทัล จากนั้น ผู้วิจัยตรวจสอบความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของกลยุทธ์ด้วยการสนทนากลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 10 คน ผู้วิจัยพบว่าการออกแบบจัดการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนมัธยมศึกษาประกอบด้วยการพัฒนาหลักสูตร การจัดการเรียนรู้ และการวัดและการประเมินผล ในขณะที่ความเป็นพลเมืองดิจิทัลมี 4 องค์ประกอบหลัก คือ ความฉลาดรู้ดิจิทัล ความปลอดภัยทางดิจิทัล การมีส่วนร่วมทางดิจิทัล และความฉลาดทางอารมณ์ดิจิทัล ผู้วิจัยได้เสนอแนะกลยุทธ์การบริหารงานวิชาการโรงเรียนมัธยมศึกษาตามแนวคิดความเป็นพลเมืองดิจิทัล ประกอบด้วยกลยุทธ์หลัก ได้แก่ 1) พัฒนาหลักสูตรฐานสมรรถนะความเป็นพลเมืองดิจิทัลด้านความปลอดภัยและการมีส่วนร่วมทางดิจิทัล 2) ปรับเปลี่ยนการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาความเป็นพลเมืองดิจิทัล ด้านความปลอดภัยและการมีส่วนร่วมทางดิจิทัล 3) ปฏิรูปเครื่องมือการวัดและประเมินผลความเป็นพลเมืองดิจิทัลด้านความปลอดภัย ความฉลาดรู้ดิจิทัล และการมีส่วนร่วมทางดิจิทัล โดยมี 7 กลยุทธ์รอง และ 41 วิธีดำเนินการ

วรารณณ์ แป้นแจ้ (2559) วิเคราะห์องค์ประกอบการบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสำหรับโรงเรียนมัธยมศึกษา – Exploratory Factor Analysis โดยใช้แบบสอบถามความคิดเห็นเป็นเครื่องมือในการวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา จำนวน 96 โรงเรียน ผู้ให้ข้อมูล 288 คน ประกอบด้วยผู้บริหารสถานศึกษา หัวหน้างานด้านเทคโนโลยี สารสนเทศและการสื่อสาร และผู้ที่ทำงานสารสนเทศ และกำหนดกลยุทธ์การสนทนากลุ่มผู้บริหารสถานศึกษาที่เลือกเฉพาะเจาะจงตามคุณสมบัติที่กำหนดจำนวน 9 คน ร่วมกันวิเคราะห์องค์ประกอบและกำหนดแนวทางเพื่อสังเคราะห์เป็นกลยุทธ์การบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสำหรับโรงเรียนมัธยมศึกษา ผู้วิจัยได้เสนอแนะกลยุทธ์ ๆ เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติที่ดีของโรงเรียน ได้แก่ กลยุทธ์ด้านการจัดการ

ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร กลยุทธ์การพัฒนาทรัพยากรพื้นฐาน กลยุทธ์การส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนา กลยุทธ์การบริหารคุณภาพเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กลยุทธ์การพัฒนาครูและบุคลากรที่รับผิดชอบ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และกลยุทธ์การบริหารวิชาการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

กรอบแนวคิดการวิจัยและวิธีการดำเนินการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ซึ่งมีขั้นตอนและวิธีดำเนินการวิจัย 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย

ศึกษา หลักการ แนวคิด สาระสำคัญที่เกี่ยวกับ การบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ทักษะการใช้เทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 กลยุทธ์ และการสร้างกลยุทธ์

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์สภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ของการบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน เพื่อส่งเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกของสถานศึกษา กำหนดจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคาม

2.1 วิธีการศึกษา ใช้แบบสอบถาม 5 มาตรฐานวัดประมาณค่าของลิเคิร์ท (5-Point Likert Scale)

2.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

1) ประชากร

ประชากร ได้แก่ สถานศึกษาระดับประถมศึกษา (สพป.) และสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษา (สพม.) กรณีศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ปีงบประมาณ 2566 จำนวนประชากรทั้งหมด 13,023 โรงเรียน ประกอบด้วย สถานศึกษาระดับประถมศึกษาจำนวน 12,090 โรงเรียนและสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษา จำนวน 933 โรงเรียน

2) กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ สถานศึกษาระดับประถมศึกษาและสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษา กรณีศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ปีการศึกษา 2566 โดยมีผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย ผู้บริหารสถานศึกษา หัวหน้างานวิชาการ และ ครูผู้สอน ทั้งนี้ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 388 สถานศึกษา การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายให้ได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ถูกเลือกตามสัดส่วนของขนาดและระดับของสถานศึกษา

2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามลักษณะข้อคำถามเป็นแบบ 5 มาตราวัดประมาณค่าของลิเคิร์ต (5 point Likert scale)

2.4 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

1) ศึกษาค้นคว้าเอกสาร หลักการ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่เกี่ยวกับการบริหารสถานศึกษา ขั้นพื้นฐาน ทักษะการใช้เทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 ในสถานศึกษา

2) สร้างแบบสอบถาม

3) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อคณะที่ปรึกษางานวิจัย เพื่อให้คำแนะนำ แก้ไขปรับปรุงให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ และขอบเขตของงานวิจัย

4) การหาค่าความเที่ยงตรงหรือความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ ด้วยการนำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ทำการวิเคราะห์และตรวจสอบความเที่ยงตรงคำนวณค่า IOC (Item – Objective Congruence) เลือกใช้ข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5

5) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตาม 4) ไปทดลอง (Try Out) กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 สถานศึกษาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับโดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha) (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาแบบสอบถามชุดนี้ เท่ากับ 0.987 มีค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น

2.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) คณะผู้วิจัยขอหนังสือจากมหาวิทยาลัยเพื่อขออนุญาตดำเนินการวิจัย และนำเสนอไปยังผู้อำนวยการสถานศึกษาเพื่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูล

2) คณะผู้วิจัยนำหนังสือขอความร่วมมือตอบแบบสอบถาม พร้อมส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ทาง e-mail และทาง Google Form ตามความเหมาะสม

2.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ดำเนินการดังนี้

1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป นำมาหาค่าความถี่และร้อยละสรุปในรูปตารางประกอบคำบรรยาย

2) ข้อมูลสภาพในปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของการบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่อส่งเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 วิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D) สรุปในรูปตารางประกอบคำบรรยาย

ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์สภาพแวดล้อม กำหนดจุดแข็ง-จุดอ่อน โอกาส-ภาวะคุกคาม

นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมสถานศึกษาเพื่อเป็นข้อมูลในการกำหนดกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่อส่งเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 โดยวิเคราะห์การจัดลำดับความต้องการจำเป็นโดยค่านวนค่าดัชนี PNI modified อาศัยค่าดัชนีสูงสุด-ค่าต่ำสุด กำหนดสภาพแวดล้อมของสถานศึกษา ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมภายใน (จุดแข็งและจุดอ่อน) สภาพแวดล้อมภายนอก (โอกาสและภาวะคุกคาม) จัดทำ SWOT Analysis และ TOWS Matrix จับคู่ SO, ST, WO และ WT เพื่อกำหนดกลยุทธ์ (ประวาลี อร่ามดวง, 2563)

ขั้นตอนที่ 4 ร่างกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่อส่งเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21

ขั้นตอนที่ 5 ตรวจสอบและประเมินร่างกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่อส่งเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วย

5.1 ตรวจสอบและประเมินร่างกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่อส่งเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 โดยคณะผู้วิจัย

5.2 ตรวจสอบความเหมาะสม ความตรงตามเนื้อหา และความครอบคลุมกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่อส่งเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 ของกลยุทธ์ฉบับร่างที่ได้พัฒนาขึ้นด้วยวิธีการเทคนิคการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

1) กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ในการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำนวน 11 คนตามแนวคิดกลุ่มเป้าหมายของ Graham and Bryan (2022) ใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง ประกอบด้วย นักการศึกษา 3 คน ผู้บริหารการศึกษา 6 คน และผู้บริหารสถานศึกษา 2 คน

2) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

แบบประเมินเพื่อตรวจสอบร่างกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่อส่งเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นของการบริหารสถานศึกษา ขั้นพื้นฐานเพื่อส่งเสริมทักษะในการใช้เทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 ของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ภาพรวมรายด้าน เรียงตามค่าดัชนี PNI modified ของความต้องการจำเป็น ได้แก่ ด้านการบริหารงานบุคคล **สภาพปัจจุบัน** โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านย่อย พบว่า การวางแผนอัตรากำลัง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ สภาพแวดล้อมภายนอก ส่วนการพัฒนาบุคลากร มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด **สภาพที่พึงประสงค์** โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านย่อย พบว่า การพัฒนาบุคลากร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ สภาพแวดล้อมภายนอก ส่วนการวางแผนอัตรากำลัง และการเลื่อนเงินเดือน และการยกย่องเชิดชูเกียรติ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด เท่ากัน สำหรับ **ค่าดัชนี PNI modified ของความต้องการจำเป็น** ในภาพรวมมีค่าดัชนี = 0.038 โดยค่าดัชนีของความต้องการจำเป็นสูงสุดคือ การพัฒนาบุคลากร รองลงมาคือ การเลื่อนเงินเดือน และการยกย่องเชิดชูเกียรติ มีค่าดัชนี เท่ากัน ส่วนการวางแผนอัตรากำลัง มีค่าดัชนีต่ำสุด

ด้านการบริหารงานทั่วไป **สภาพปัจจุบัน** โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านย่อย พบว่า การวางแผนการศึกษา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ การพัฒนาข้อมูลสารสนเทศ และการจัดระบบบริหารและพัฒนาองค์กร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเท่ากัน ส่วน การพัฒนาเครือข่ายทางการศึกษา อาคารสถานที่และสภาพแวดล้อม และสภาพแวดล้อมภายนอก มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด **สภาพที่พึงประสงค์** ด้านการบริหารงานทั่วไป โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านย่อย พบว่า การวางแผนการศึกษา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ สภาพแวดล้อมภายนอก ส่วนการวางแผนอัตรากำลัง และการเลื่อนเงินเดือน และการยกย่องเชิดชูเกียรติ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดเท่ากัน **ค่าดัชนี PNI modified ของความต้องการจำเป็น** ในภาพรวมมีค่าดัชนี = 0.021 โดยค่าดัชนีของความต้องการจำเป็นสูงสุดคือ การจัดระบบบริหารและพัฒนาองค์กร รองลงมาคือ การพัฒนาข้อมูลสารสนเทศ และ สภาพแวดล้อมภายนอก มีค่าดัชนี เท่ากัน ส่วนการพัฒนาเครือข่ายทางการศึกษา มีค่าดัชนีต่ำสุด

ด้านการบริหารวิชาการ **สภาพปัจจุบัน** โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านย่อย พบว่า การพัฒนากระบวนการเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ การพัฒนาหลักสูตร ส่วนสภาพแวดล้อมภายนอก มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด **สภาพที่พึงประสงค์** โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านย่อย พบว่า การพัฒนากระบวนการเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ การพัฒนาหลักสูตร และ การพัฒนา การวัดผลประเมินผล ในขณะที่การพัฒนาการใช้สื่อเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด สำหรับ **ค่าดัชนี PNI modified ของความต้องการจำเป็น** ในภาพรวมมีค่าดัชนี = 0.020 โดยค่าดัชนีของความต้องการจำเป็นสูงสุด คือ สภาพแวดล้อมภายนอก รองลงมาคือ การวิจัยเพื่อพัฒนาการศึกษา ส่วนการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ มีค่าดัชนีต่ำสุด

ด้านการบริหารงบประมาณ **สภาพปัจจุบัน** โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านย่อย พบว่า การบริหารพัสดุและสินทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ การบริหารการเงินและบัญชี ส่วนสภาพแวดล้อมภายนอก มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด **สภาพที่พึงประสงค์** ด้านการบริหารงบประมาณ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านย่อย พบว่า การบริหารพัสดุและสินทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ การบริหารการเงินและบัญชี ส่วนสภาพแวดล้อม

ภายนอก มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด **ค่าดัชนี PNI modified ของความต้องการจำเป็น** ในภาพรวมมีค่าดัชนี = 0.007 โดยค่าดัชนีของความต้องการจำเป็นสูงสุด คือ สภาพแวดล้อมภายนอก รองลงมาคือ การระดมทรัพยากร ส่วน การบริหารพัสดุ และสินทรัพย์ มีค่าดัชนีต่ำสุด

2. กลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่อส่งเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 ของสถานศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน เรียงตามค่าดัชนี PNI modified ของความต้องการจำเป็น ได้แก่

ด้านบริหารงานบุคคล ประกอบด้วย 1. **การวางแผนอัตรากำลัง** กลยุทธ์หลัก ได้แก่ การบริหารจัดการอัตรากำลังด้วยเทคโนโลยี; กลยุทธ์รอง ประกอบด้วย 1) ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการวางแผนอัตรากำลัง และ 2) พัฒนากิจกรรมการใช้เทคโนโลยีที่จำเป็นสำหรับตำแหน่ง แก่บุคลากรที่ได้รับ การบรรจุแต่งตั้ง และการเลื่อนขั้นเงินเดือน; 2. **การเลื่อนเงินเดือน และการยกย่องเชิดชูเกียรติ** กลยุทธ์หลัก ได้แก่ ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีในการสร้างนวัตกรรมการศึกษาให้เป็นแบบอย่างที่ดีในการปฏิบัติงาน; กลยุทธ์รอง ประกอบด้วย 1) ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการประเมินและเผยแพร่ผลงาน และ 2) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการเผยแพร่ผลงานของบุคลากร; 3. **การพัฒนาบุคลากร** กลยุทธ์หลัก ได้แก่ สร้างโอกาสและพัฒนากิจกรรมการใช้เทคโนโลยีของบุคลากรการศึกษา; กลยุทธ์รอง ประกอบด้วย 1) ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ มาใช้ในการบริหารงานบุคคล และ 2) ส่งเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยีและสารสนเทศในการพัฒนางานของบุคลากรและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

ด้านบริหารงานทั่วไป ประกอบด้วย 1. **การพัฒนาข้อมูลสารสนเทศ** กลยุทธ์หลัก ได้แก่ พัฒนากิจกรรมการใช้เทคโนโลยีและสารสนเทศของสถานศึกษา; กลยุทธ์รอง ประกอบด้วย 1) ส่งเสริมการทดสอบทักษะพื้นฐานและการมีองค์ความรู้/ทักษะที่ทันต่อเทคโนโลยีในกระบวนการบริหารจัดการสถานศึกษา 2) ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและสารสนเทศมาใช้ในการกระบวนการบริหารจัดการสถานศึกษาและ 3) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาข้อมูลสารสนเทศ; 2. **การพัฒนาเครือข่ายทางการศึกษา** กลยุทธ์หลัก ได้แก่ พัฒนาเครือข่ายทางการศึกษานำพาทักษะการใช้เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ; กลยุทธ์รอง ประกอบด้วย 1) ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 ด้วยระบบเครือข่ายทางการศึกษา และ 2) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 ต่อการพัฒนาเครือข่ายทางการศึกษาของสถานศึกษา; 3. **การวางแผนการศึกษา** กลยุทธ์หลัก ได้แก่ ส่งเสริมการบูรณาการเทคโนโลยีเพื่อการวางแผนการศึกษาสู่คุณภาพ; กลยุทธ์รอง ประกอบด้วย 1) ส่งเสริมการกำหนดนโยบายของสถานศึกษาเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 มาใช้ในการวางแผนการศึกษา 2) ส่งเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 ของบุคลากรมาใช้ในการ ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ และ 3) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในรูปของเครือข่าย โดยผ่านการใช้เทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 ในการวางแผนการศึกษา; 4. **การจัดระบบบริหารและพัฒนาองค์กร** กลยุทธ์หลัก ได้แก่ ส่งเสริมการจัดระบบ บริหารองค์กรสู่คุณภาพ; กลยุทธ์รอง ประกอบด้วย 1) ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในศตวรรษที่ 21 ในการพัฒนาองค์กรและเครือข่าย 2) พัฒนาระบบบริหารจัดการงบประมาณที่เหมาะสมพอเพียงและทันเวลากับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีขององค์กรโดยยึดหลักธรรมาภิบาล; 5. **อาคารสถานที่และสภาพแวดล้อม** กลยุทธ์หลัก ได้แก่ พัฒนาสภาพแวดล้อมที่พร้อมต่อระบบการบริหารจัดการศึกษาของสถานศึกษา; กลยุทธ์รอง ประกอบด้วย

- 1) ส่งเสริมการระดมทรัพยากรทางการศึกษาและสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อการวางแผนพัฒนาสถานศึกษา
- 2) สนับสนุนงบประมาณเพื่อส่งเสริมการใช้ เทคโนโลยี เพื่อการวางแผนพัฒนาสถานศึกษา และ 3) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องผ่านการใช้เทคโนโลยี ในการบริหารของสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือ

ด้านบริหารงานวิชาการ ประกอบด้วย **1. การพัฒนาหลักสูตร** กลยุทธ์หลัก ได้แก่ บูรณาการหลักสูตรสถานศึกษาโดยเน้นทักษะการใช้เทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21; กลยุทธ์รอง ประกอบด้วย 1) ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีแบบมีส่วนร่วม 2) พัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษาเท่าทันเทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 และ 3) เพิ่มประสิทธิภาพประสิทธิผลกระบวนการนิเทศหลักสูตรสถานศึกษาด้วยการใช้ความรู้และทักษะเทคโนโลยีสมัยใหม่; **2. การพัฒนากระบวนการเรียนรู้** กลยุทธ์หลัก ได้แก่ ปฏิรูปนโยบายสถานศึกษาสู่การเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ; กลยุทธ์รองประกอบด้วย 1) ส่งเสริมให้ผู้เรียนใช้ทักษะเทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 และ 2) ส่งเสริมการประเมินกระบวนการจัดการเรียนรู้; **3. การพัฒนาการวัดผลประเมินผล** กลยุทธ์หลัก ได้แก่ ปฏิรูปกระบวนการวัดผลประเมินผลการเรียนรู้; กลยุทธ์รอง ประกอบด้วย 1) กำหนดนโยบายด้านการวัดผลประเมินผลการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ และ 2) ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการวัดผลประเมินผลการเรียนรู้อย่างหลากหลาย; **4. การพัฒนาการใช้สื่อเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา** กลยุทธ์หลัก ได้แก่ พัฒนาความรู้เท่าทันเทคโนโลยีสมัยใหม่; กลยุทธ์รอง ประกอบด้วย 1) ส่งเสริมการพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษาเรียนรู้เท่าทันเทคโนโลยีสมัยใหม่ และ 2) ส่งเสริมการประเมินสมรรถนะครูและบุคลากรทางการศึกษาด้านการใช้เทคโนโลยี; **5. การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ การศึกษา** กลยุทธ์หลัก ได้แก่ ส่งเสริมการพัฒนาแหล่งเรียนรู้สู่อนาคต; กลยุทธ์รอง ประกอบด้วย 1) ส่งเสริมการจัดแหล่งเรียนรู้สู่อนาคต และ 2) ส่งเสริมความร่วมมือจัดห้องเรียนคุณภาพ; **6. การวิจัยเพื่อพัฒนาการศึกษา** กลยุทธ์หลัก ได้แก่ ส่งเสริมการวิจัยสู่การสร้างสรรค์นวัตกรรมการศึกษา; กลยุทธ์รอง ประกอบด้วย 1) ส่งเสริมการทำการวิจัยในชั้นเรียน และ 2) ส่งเสริมการพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษาสร้างสรรค์นวัตกรรมการศึกษา

ด้านบริหารงานวิชาการ ประกอบด้วย **1. การพัฒนาหลักสูตร** กลยุทธ์หลัก ได้แก่ บูรณาการหลักสูตรสถานศึกษาโดยเน้นทักษะการใช้เทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21; กลยุทธ์รอง ประกอบด้วย 1) ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีแบบมีส่วนร่วม 2) พัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษาเท่าทันเทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 และ 3) เพิ่มประสิทธิภาพประสิทธิผลกระบวนการนิเทศหลักสูตรสถานศึกษาด้วยการใช้ความรู้และทักษะเทคโนโลยีสมัยใหม่; **2. การพัฒนากระบวนการเรียนรู้** กลยุทธ์หลัก ได้แก่ ปฏิรูปนโยบายสถานศึกษาสู่การเรียนรู้ ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ; กลยุทธ์รองประกอบด้วย 1) ส่งเสริมให้ผู้เรียนใช้ทักษะเทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 และ 2) ส่งเสริม การประเมินกระบวนการจัดการเรียนรู้; **3. การพัฒนาการวัดผลประเมินผล** กลยุทธ์หลัก ได้แก่ ปฏิรูปกระบวนการวัดผลประเมินผลการเรียนรู้; กลยุทธ์รอง ประกอบด้วย 1) กำหนดนโยบายด้านการวัดผลประเมินผลการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ และ 2) ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการวัดผลประเมินผลการเรียนรู้อย่างหลากหลาย; **4. การพัฒนาการใช้สื่อเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา** กลยุทธ์หลัก ได้แก่ พัฒนาความรู้เท่าทันเทคโนโลยีสมัยใหม่; กลยุทธ์รอง ประกอบด้วย 1) ส่งเสริมการพัฒนาครู และบุคลากรทางการศึกษาเรียนรู้เท่าทันเทคโนโลยีสมัยใหม่ และ 2) ส่งเสริมการประเมินสมรรถนะครูและบุคลากรทางการศึกษาด้านการใช้เทคโนโลยี; **5. การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ การศึกษา** กลยุทธ์หลัก ได้แก่ ส่งเสริมการพัฒนา

แหล่งเรียนรู้สู่อนาคต; กลยุทธ์รอง ประกอบด้วย 1) ส่งเสริมการจัดแหล่งเรียนรู้สู่อนาคต และ 2) ส่งเสริมความร่วมมือจัดห้องเรียนคุณภาพ; **6. การวิจัยเพื่อพัฒนาการศึกษา** กลยุทธ์หลัก ได้แก่ ส่งเสริมการวิจัยสู่การสร้างสรรค์นวัตกรรมการศึกษา; กลยุทธ์รอง ประกอบด้วย 1) ส่งเสริมการการทำวิจัยในชั้นเรียน และ 2) ส่งเสริมการพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษาสร้างสรรค์นวัตกรรมการศึกษา

ด้านบริหารงานงบประมาณ ประกอบด้วย **1. การจัดตั้ง จัดสรรงบประมาณ** กลยุทธ์หลัก ได้แก่ ส่งเสริมการจัดตั้งและจัดสรรงบประมาณด้วยเทคโนโลยี; กลยุทธ์รอง ประกอบด้วย 1) ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีมาใช้จัดทำแผนจัดตั้งและจัดสรรงบประมาณ และ 2) ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายจัดตั้งและจัดสรรงบประมาณด้วยระบบเทคโนโลยี; **2. การติดตามการใช้จ่ายงบประมาณ** กลยุทธ์หลัก ได้แก่ ส่งเสริมการติดตามการใช้จ่ายงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพด้วยการใช้เทคโนโลยี; กลยุทธ์รอง ประกอบด้วย 1) ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในการติดตาม การใช้จ่ายงบประมาณ 2) สนับสนุนเลือกและจัดหาเทคโนโลยีสารสนเทศในศตวรรษที่ 21 ที่มีประสิทธิภาพ และ 3) พัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษาด้านการใช้จ่ายงบประมาณ โดยใช้ระบบเทคโนโลยี; **3. การระดมทรัพยากร** กลยุทธ์หลัก ได้แก่ บริหารจัดการทรัพยากรทางการศึกษาด้านเทคโนโลยี; กลยุทธ์รอง ประกอบด้วย 1) พัฒนาเครือข่ายความร่วมมือเพื่อระดมทรัพยากรทางการศึกษาด้านสารสนเทศและเทคโนโลยี และ 2) ส่งเสริมการระดมทรัพยากรด้านเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการศึกษา; **4. การบริหารการเงินและบัญชี** กลยุทธ์หลัก ได้แก่ พัฒนาการเงินและบัญชีที่มีประสิทธิภาพด้วยเทคโนโลยี; กลยุทธ์รอง ประกอบด้วย 1) ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดทำบัญชี การเงินและการบริหารงานพัสดุสถานศึกษา และ 2) พัฒนาระบบการตรวจสอบการใช้งบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพประสิทธิภาพด้วยเทคโนโลยี; **5. การบริหารพัสดุและสินทรัพย์** กลยุทธ์หลัก ได้แก่ การบริหารจัดการพัสดุและสินทรัพย์ที่มีประสิทธิภาพและทันสมัย; กลยุทธ์รอง ประกอบด้วย 1) ส่งเสริม การบริหารจัดการพัสดุและสินทรัพย์โดยใช้ระบบข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยี และ 2) พัฒนาศักยภาพในการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารพัสดุและสินทรัพย์

อภิปรายผลการวิจัย

กลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่อส่งเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 ของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรณีศึกษา: ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จัดลำดับความสำคัญตามค่า PNI modified ความต้องการจำเป็นของการบริหารสถานศึกษา อันดับที่ 1 ได้แก่ ด้านการบริหารงานบุคคล สอดคล้องกับงานวิจัยของ วราภรณ์ แบนแจ้ง (2559) ทางด้านกลยุทธ์การพัฒนาครูและบุคลากร และ พวงทอง วิลัยทอง (2568) พบว่า การจัดการเรียนรู้ การส่งเสริมการพัฒนาทักษะของครูในศตวรรษที่ 21 การใช้เทคโนโลยีจะมีประสิทธิภาพสูงสุดเมื่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องมีการเตรียมความพร้อมที่เป็นระบบทั้งทางด้านตัวบุคลากร ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ทรัพยากรและโครงสร้างพื้นฐานการส่งเสริมการพัฒนาแหล่งเรียนรู้และระบบสนับสนุนอย่างพร้อมมูล การส่งเสริมการสร้างชุมชนการเรียนรู้การสร้างแบบจำลองการเรียนรู้ การใช้รูปแบบเทคโนโลยีเพื่อกระตุ้นการจัดการเรียนการสอนด้วยการเรียนรู้เชิงรุก การออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับบริบทของผู้เรียน และการประเมินผลได้อย่างรวดเร็ว รวมไปถึงการมีการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ในชุมชนวิชาชีพครูมุ่งหวังการมีผลการเรียนรู้ เพิ่มทักษะและสามารถจัดการการเรียนรู้อย่างมีคุณภาพ อันดับที่ 2 ได้แก่ ด้านบริหารงานทั่วไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ โสภิตา กุลวงศ์ และคณะ (2568) พบว่า

กลยุทธ์และแนวทางในการใช้เทคโนโลยีในการบริหารงานทั่วไปของสถานศึกษา ประกอบด้วย การส่งเสริมให้บุคลากรมีความรู้ มีทักษะในการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม รวมทั้งสามารถนำเทคโนโลยีใช้ในการวางแผนบริหารจัดการและการพัฒนาสภาพแวดล้อมสถานศึกษาการใช้เทคโนโลยีในการประชาสัมพันธ์ การให้บริการวิชาการและสร้างความสัมพันธ์ด้านเทคโนโลยีแก่ชุมชน สังคม รวมไปถึง การใช้เทคโนโลยีในการจัดทำธุรกรรมและสารบรรณในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ อันดับที่ 3 ด้านบริหารงานวิชาการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ มนรัตน์ เกิดแก้ว (2562) ; พงทอง วิลัยทอง (2568) พบว่าสถานศึกษาควรมุ่งเน้นนโยบายและบริบทที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนรู้ของผู้เรียนและครู การส่งเสริมให้ครูมีทักษะสามารถใช้เทคโนโลยีในกระบวนการจัดการเรียนการสอน การส่งเสริมให้มีรูปแบบการเรียนรู้ที่หลากหลายและยืดหยุ่น การส่งเสริมงานด้านวิชาการและพัฒนาครูอย่างเป็นระบบ การพัฒนารูปแบบ คู่มือ มาตรฐานการประเมินคุณภาพผู้เรียน การเพิ่มระดับความพึงพอใจที่มีต่อการจัดการเรียนรู้ของครู การให้รางวัล / การประกาศเกียรติคุณ การยกย่องชมเชยเป็นอาทิ กระบวนการพัฒนาการจัดการเรียนรู้ การเสริมสร้างทักษะของครูด้วยเทคโนโลยีจะเป็นฐานรองรับการเรียนรู้ทุกที่ ทุกเวลาตอบสนอง การเปลี่ยนแปลงของโลกในศตวรรษที่ 21 ที่เอื้อต่อการเรียนรู้ การเสริมสร้างทักษะเทคโนโลยีที่ยืดหยุ่น ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ และ อันดับที่ 4 ด้านบริหารงานงบประมาณ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อภินันท์ อุตวงศ์ และคณะ (2566) การใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารงานงบประมาณด้วยกลยุทธ์และแนวทางการสนับสนุนผู้มีความรู้โดยตรงเกี่ยวกับการบริหารงบประมาณมาปฏิบัติงานในโรงเรียน การส่งเสริมให้บุคลากรทุกฝ่ายเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำแผนปฏิบัติการหรือจัดทำแผนกลยุทธ์ โดยใช้ซอฟต์แวร์ที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นมาตรฐานเดียวกันในการบริหารจัดการงานงบประมาณ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผู้บริหารสถานศึกษาควรสร้างความเข้าใจกับบุคลากรในสถานศึกษาเกี่ยวกับการจัดทำแผนงาน/โครงการตามกลยุทธ์หลัก กลยุทธ์รอง แนวทาง/วิธีการ/กิจกรรม และการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์การกำหนดระยะเวลาในการดำเนินกลยุทธ์ การขับเคลื่อนกลยุทธ์ด้วยหลักการ PDCA อย่างเป็นระบบที่มีประสิทธิภาพประสิทธิผลการปฏิบัติงานที่ดีในการกำหนดแนวทางการพัฒนา/ส่งเสริมบุคลากรให้สามารถปฏิบัติงานตามแผนงาน การวางแผนการบริหารทรัพยากร การงบประมาณ ที่จะได้ผลลัพธ์และคุณภาพงานตามเป้าหมาย รวมไปถึง การกำหนดผลการดำเนินงาน ตัววัดหรือตัวชี้วัด การจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานการกำหนดงานนิเทศ การประเมินผลเชิงรุกด้วยการประเมินตามสภาพจริง รวมไปถึงนำผลการประเมินมาพัฒนากลยุทธ์/แผนงาน/โครงการ/การดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ภายใต้หลักการมุ่งเน้นการสร้างสถานศึกษาคุณภาพ การสร้างความร่วมมือร่วมใจมุ่งมั่นทุ่มเทของบุคลากรทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในและนอกสถานศึกษา เพื่อผลลัพธ์ในด้านการบริหารจัดการสถานศึกษาตามวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และกลยุทธ์ ที่ได้กำหนดไว้

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยปฏิบัติการโดยนำกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่อส่งเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 ไปทดลองใช้ในโรงเรียนประถมศึกษาและโรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน

2.2 การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการนำกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน เพื่อส่งเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 ไปปฏิบัติในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน

2.3 การวิจัยปฏิบัติการโดยนำกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่อส่งเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 ไปทดลองใช้ในโรงเรียนเอกชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชนประเภทสามัญศึกษา

เอกสารอ้างอิง

- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 10). สุวีริยาสาสน์.
- เบญจวรรณ ถนอมชยธวัช และคณะ. (2559). ทักษะแห่งศตวรรษที่ 21: ความท้าทายในการพัฒนานักศึกษา. *วารสารเครือข่ายวิทยาลัยพยาบาลและการสาธารณสุขภาคใต้*, 3(2), 208-222.
- ปะราลี อร่ามดวง. (2563). *การพัฒนากลยุทธ์การบริหารวิชาการโรงเรียนมัธยมศึกษาตามแนวคิดการเสริมสร้างความไว้วางใจ*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พวงทอง ศรีวิสัย. (2568). *การพัฒนารูปแบบการส่งเสริมการจัดการเรียนรู้ของครูโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นฐานรองรับการเรียนรู้ที่ทุกที่ทุกเวลาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน*. <https://www.obec.go.th/wp-content/uploads/2025/05/บทความการพัฒนาารูปแบบ-ผลงานลำดับที่-1-19-05-68.pdf>
- มนรัตน์ แก้วเกิด. (2562). *กลยุทธ์การบริหารงานวิชาการโรงเรียนมัธยมศึกษาตามแนวคิดความเป็นพลเมืองดิจิทัล*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรภรณ์ แป้นแจ้. (2559). *กลยุทธ์การบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสำหรับโรงเรียนมัธยมศึกษา*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศิริเพ็ญ ทองดี. (2561). *การประเมินความต้องการจำเป็นในการพัฒนาสมรรถนะการประเมินตามสภาพจริงสำหรับครูโรงเรียนมัธยมศึกษา*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สำนักงานศึกษาธิการภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. (2564). *แผนพัฒนาการศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (พ.ศ. 2566 – 2570)*. สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ.
- สุวิมล ว่องวานิช. (2550). *การวิจัยประเมินความต้องการจำเป็น* (พิมพ์ครั้งที่ 2). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- โสภิตา กุลวงศ์ และคณะ. (2568). *การใช้เทคโนโลยีในการบริหารงานทั่วไปของสถานศึกษาสังกัดสำนักงาน*

- เขตพื้นที่การศึกษา อุบลราชธานี อำนาจเจริญ. *วารสาร มจร อุบล ประทรรศน์*, 10(1), 1347 – 1362.
- อภินันท์ อุตวงศ์ และคณะ. (2566). การส่งเสริมการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารงาน
งบประมาณของโรงเรียนบ้านนากลาง. *วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ*, 33(2), 47-59.
- Graham, D., and Bryan, J. (2022, September 7). *How Many Focus Groups are enough:
Focus Groups for Dissertation Research*.
[https://www.facultyfocus.com/articles/academic-leadership/how-many-focus-
groups-are-enough-focus-groups-for-dissertation-research/](https://www.facultyfocus.com/articles/academic-leadership/how-many-focus-groups-are-enough-focus-groups-for-dissertation-research/)
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (2nd ed.). Harper & Row.

เรียนรู้การออกเสียงผ่านเทคโนโลยี: การศึกษาการใช้แอปพลิเคชัน CAKE

ในชั้นเรียน EBC11367 การออกเสียงภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร

Learning Pronunciation through Technology: A Study of the Use of CAKE Application in the EBC11367 English Pronunciation for Communication Class

เฟื่องฟ้า พลอนเบิร์ก^{1*} และ บุญเลิศ วงศ์พรหม²

Fuengfa Planberg^{1*} and Boonlert Wongprom²

^{1,2}สาขาภาษาอังกฤษสื่อสารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น

^{1,2}English for Business Communication, School of Liberal Arts, Sripatum University, Khon Kaen Campus

*Corresponding author's email: fuengfa.pl@spu.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

5 มิถุนายน 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

9 สิงหาคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

20 สิงหาคม 2568

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้แอปพลิเคชัน CAKE ในชั้นเรียน EBC11367 การออกเสียงภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร ของนักศึกษาสาขาภาษาอังกฤษสื่อสารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น จำนวน 90 คน โดยนำมาใช้เป็นแบบฝึกหัดการฝึกออกเสียงและประเมินโดยเทคโนโลยี AI แบบเรียลไทม์ นักศึกษาใช้แอปพลิเคชัน เรียนรู้บทเรียนย่อย 4 บท ในหัวข้อ “วลีภาษาอังกฤษทั่วไปสำหรับการสนทนาในชีวิตประจำวัน” ภายในระยะเวลา 1 เดือน มีนักศึกษาที่เข้าเรียนจบครบ 4 บทเรียนทั้งสิ้น 73 คน และได้ทำการสอบถามความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันกับนักศึกษา โดยผลตอบรับจากนักศึกษาที่ใช้งานพบว่า บทเรียนมีความน่าสนใจ มีความหลากหลาย เห็นภาพและบริบทชัดเจน นักศึกษาชอบที่ได้ฝึกพูด และคิดว่าแอปพลิเคชันช่วยพัฒนาการออกเสียงของตนให้ดีขึ้น และหากมีบทเรียนฟรีให้ใช้อีกก็จะใช้แอปพลิเคชันต่อไป แต่หากต้องเสียค่าใช้จ่ายก็คงไม่ใช้ต่อ เพราะมีแอปพลิเคชันอื่น ๆ เป็นทางเลือกด้วย ในฐานะผู้สอน การใช้แอปพลิเคชัน CAKE ในรายวิชานี้ ทำให้นักศึกษาได้ฝึกฝนด้วยตนเองนอกชั้นเรียน จากเนื้อหาที่หลากหลาย ได้พัฒนาทักษะการฟังสำเนียงของเจ้าของภาษา และได้ฝึกออกเสียงซ้ำ ๆ และได้รับการประเมินแบบเป็นมาตรฐานแบบเรียลไทม์ ดังนั้น แอปพลิเคชัน CAKE สามารถเป็นตัวเลือกเสริมในการมอบหมายให้นักศึกษาฝึกฝนนอกชั้นเรียนในระดับเริ่มต้น หากนำมาใช้อย่างมีระบบ จะช่วยส่งเสริมการเรียนรู้การออกเสียงได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: การออกเสียงภาษาอังกฤษ; ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน; แอปพลิเคชัน CAKE

ABSTRACT

This article aims to study the use of the CAKE application in the EBC11367 English Pronunciation for Communication course, involving 90 students from the English for Business Communication, School of Liberal Arts, Sripatum University, Khon Kaen Campus. The application was used as a pronunciation practice tool with real-time AI-based assessment. Students engaged with four lessons under the topic “Common English Phrases for Daily Conversations” over the period of one month. A total of 73 students completed all four lessons. Feedback from the students indicated that the lessons were engaging and diverse and had clear visuals and context. They enjoyed practicing speaking and felt that the application helped improve their pronunciation. Many expressed willingness to continue using the app if more free lessons were available but would likely not continue if a fee were required, as there are other app alternatives. From the instructor’s perspective, using the CAKE application in this course encouraged students to practice independently outside the classroom with a variety of content, improve their listening skills with native speakers’ accents, engage in repeated pronunciation practice, and receive real-time feedback with standardized assessment. Therefore, the CAKE application can serve as a supplementary tool for beginner-level students to practice pronunciation outside the classroom. By using the application systematically, it can effectively enhance accurate and efficient pronunciation learning.

Keywords: English pronunciation; Everyday English; CAKE application

บทนำ

ในโลกยุคปัจจุบัน ภาษาอังกฤษถือเป็นภาษาหนึ่งที่มีคนใช้มากที่สุดในโลก เป็นภาษาแห่งโอกาส เป็นประหนึ่งใบเบิกทางไปสู่การศึกษาที่ดีและการมีหน้าที่การงานที่ดีกว่า เป็นภาษากลางที่ใช้ในการค้าระหว่างประเทศและการประชุมระดับโลก หนึ่งในสี่ของคนทั่วโลกต่างก็ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร รวมทั้งในเอเชียใต้ และ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งอาจมีสูงถึง 812 ล้านคน (Bolton, 2008) แต่ปัญหาของประเทศไทยทั้งที่เรียนภาษาอังกฤษมาหลายปีแต่ผลการสำรวจยังอยู่ในอันดับท้ายอยู่ สาเหตุเป็นเพราะการยึดติดกับรูปแบบว่าจะต้องถูกต้องตามแบบเจ้าของภาษา เป็นเหตุให้นักศึกษาไทยที่เรียนภาษาอังกฤษกลัวว่าจะใช้ภาษาอังกฤษได้ไม่ถูกต้องอย่างเจ้าของภาษา และไม่กล้าพอที่จะใช้ภาษาทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน (เอชน ยามาอิ, 2561) การเรียนภาษาในปัจจุบันจึงพยายามเปลี่ยนไปโดยการนำเอา AI มาเป็นเครื่องมือช่วย

ให้การเรียนภาษาอังกฤษให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น AI จึงมีบทบาทสำคัญไปทุกวงการไม่เว้นการเรียนภาษาอังกฤษ

รายงานจาก World Economic Forum เผยว่าจำนวนผู้ที่มีทักษะด้าน AI ทั่วโลกเพิ่มขึ้นถึง 177% ตั้งแต่ปี 2018 แม้แต่ในสายงานที่ไม่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีโดยตรง เช่น การตลาด การขาย และสุขภาพ ก็เริ่มให้ความสำคัญกับทักษะด้าน AI มากยิ่งขึ้น ผู้ว่าจ้างกว่า 50% ยังระบุว่าอาจไม่รับผู้สมัครที่ไม่มีพื้นฐาน AI โดยเฉพาะความสามารถด้าน Prompt Engineering หรือการใช้เครื่องมือ AI อย่าง ChatGPT และ Microsoft Copilot ซึ่งกำลังกลายเป็นทักษะพื้นฐานที่ทุกคนควรมีติดตัวในยุคปัจจุบัน การผสมผสานประสบการณ์เข้ากับเทคโนโลยี AI จะช่วยเพิ่มความมั่นใจในการกลับเข้าสู่ตลาดงาน และเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าสำหรับองค์กรในโลกยุคใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยดิจิทัล

ในยุคดิจิทัลปัจจุบัน เทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากในการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ โดยเฉพาะทักษะด้านการออกเสียง ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ หนึ่งในเทคโนโลยีที่ได้รับความนิยมในการฝึกออกเสียงคือแอปพลิเคชัน CAKE ซึ่งมีรูปแบบการเรียนรู้ผ่านวิดีโอสั้น การฝึกพูดตาม และการตรวจสอบเสียงพูดของผู้เรียนแบบเรียลไทม์ บทความนี้มุ่งศึกษาการนำแอปพลิเคชัน CAKE ไปใช้ในรายวิชา EBC11367 English Pronunciation for Communication โดยพิจารณาจากแนวทางการเรียนรู้ผ่านเทคโนโลยี ทฤษฎีด้านการเรียนภาษา และผลความพึงพอใจจากการใช้งานจริงของผู้เรียน ดังนั้น ผู้เขียนจึงได้นำเอาแอปพลิเคชัน CAKE ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันที่ช่วยในการออกเสียง ให้นักศึกษาได้เลียนเสียง ค่อย ๆ ออกเสียงตามให้ถูกต้องหรือใกล้เคียงกับภาษาต้นฉบับมากที่สุด เป็นตัวเลือกเสริมในการมอบหมายให้นักศึกษาฝึกฝนนอกชั้นเรียน

การใช้เทคโนโลยีเพื่อการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ

ครูส่วนใหญ่ขาดทักษะการเป็นต้นแบบที่ดีในการออกเสียงภาษาอังกฤษ เป็นเหตุให้ขณะสอนนักเรียนไม่สามารถแก้ไขข้อผิดพลาดในการออกเสียงที่ถูกต้อง ประกอบกับนักเรียนไม่มั่นใจในการออกเสียงภาษาอังกฤษ ขาดการฝึกฝน ไม่รู้วิธีการออกเสียงของคำศัพท์นั้น ๆ (รักษมน ยอดมิ่ง, 2560) ซึ่งสอดคล้องกับ ชัยชัย บุนนาค (2561) ได้กล่าวถึงปัญหาการเรียนการสอนภาษาอังกฤษในประเทศไทยและข้อเสนอแนะด้านยุทธศาสตร์การพัฒนาการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ ปี 2564 – 2568 โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปัญหาการเรียนการสอนภาษาอังกฤษยังไม่บูรณาการทั้ง 4 ทักษะ การฝึกปฏิบัติยังไม่เพียงพอ ส่วนใหญ่นเน้นการสอนไวยากรณ์และท่องศัพท์ ส่งผลให้ผู้เรียนไม่สามารถใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารได้มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

พัฒนาการของการนำเอาอุปกรณ์สมาร์ตโฟนและแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์มาใช้ประกอบการเรียนเริ่มมีมาตั้งแต่ปี 2010 เป็นช่วงเวลาที่เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยมีภาษาเป็นตัวเชื่อมโยงความรู้และแหล่งสารสนเทศที่มีอยู่อย่างไม่จำกัด ทำให้เกิดการเรียนได้ทุกที่ ทุกเวลา ตามความสนใจของทุกคน เทคโนโลยีสารสนเทศนี้กลายเป็นอุปกรณ์การเรียนภาษาที่ทรงพลังผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ

ปัจจุบันมีผู้สอนภาษาอังกฤษนำแอปพลิเคชันที่สร้างด้วยปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อใช้ในการสอนออกเสียงภาษาอังกฤษ ซึ่ง AI ได้พัฒนาข้อมูลให้เรียนรู้จำนวนมาก เพื่อให้ออกเสียงได้เหมือนเจ้าของภาษา และมีความเป็นธรรมชาติคล้ายมนุษย์ โดยมีจำนวนเพิ่มขึ้นในช่วง 5 ปีมานี้ เช่น Tacotron ของ Google, Polly ของ Amazon, และ Azure TTS ของ Microsoft ซึ่งมีหลายบริษัทนำ AI เหล่านี้มาพัฒนาเป็นแอปพลิเคชันสอนภาษาอังกฤษ ตัวอย่างเช่น ELSA Speak, Viki, Duolingo, LingoDeer, Speakometer เป็นต้น ซึ่งแอปพลิเคชันเหล่านี้มีเนื้อหาสำหรับฝึกการฟัง พูด อ่านและเขียน และช่วยพัฒนาภาษาอังกฤษ อีกทั้งกระตุ้นให้ผู้เรียนอยากเรียนด้วยตนเองสอดคล้องกับ กชिरา จันทะสระเร (2562) ที่ได้กล่าวไว้ว่า แอปพลิเคชันที่มีปฏิสัมพันธ์ได้ตอบกับผู้ใช้ อาจช่วยกระตุ้นให้ผู้เกิดแรงจูงใจในการใช้แอปพลิเคชันเพื่อฝึกทักษะภาษาด้วยตนเอง Lina and Joua (2012) ที่ศึกษาความคิดเห็นผู้สอน และผู้เรียนผ่านเว็บแอปพลิเคชันก็พบว่า ผู้สอนและผู้เรียนเห็นว่าสามารถบริหารจัดการกิจกรรมการเรียนการสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังส่งเสริมแรงจูงใจในการเรียนรู้ของผู้เรียน จากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่าง ผู้เรียนกับผู้เรียน และผู้เรียนกับผู้สอน

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในการจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษเปลี่ยนแปลงไป จึงมีความจำเป็นที่ครูสอนภาษาอังกฤษต้องมีความรู้และเข้าใจหลักการใช้เทคโนโลยีเพื่อการเรียนการสอนภาษาที่ถูกต้อง ข้อดีของการใช้เครื่องมือเทคโนโลยีในการเรียนภาษา คือ เนื้อหาที่มีความยืดหยุ่นต่อผู้เรียน โดยผู้เรียนสามารถที่จะลำดับความสนใจของเนื้อหาได้เองว่าต้องการเรียนส่วนใดก่อน-หลัง การนำเครื่องมือเทคโนโลยี มาใช้เพื่อประกอบการเรียนการสอนภาษาต่างประเทศมากขึ้น ทำให้ผู้เรียนมีความสุขสนุกสนานกับการเรียน และมีกำลังใจในการเรียน มีใจรักที่จะเรียนภาษาอังกฤษมากขึ้น เกิดความมั่นใจ และมีทัศนคติเชิงบวก การนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่มาช่วยในการเรียนการสอนภาษาอังกฤษจะช่วยพัฒนาทักษะการฟัง การพูด และคำศัพท์ผ่านเกมในรูปแบบต่าง ๆ ทั้ง Kahoot, Blooket, Quizziz เป็นต้น

ภาษาอังกฤษมีความสำคัญในฐานะเครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร แต่ปัญหาสำคัญประการหนึ่งของนักศึกษาไทย คือ ปัญหาการออกเสียง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเสียงพยัญชนะท้ายคำ (Ending Sound) เพราะการที่ผู้พูดออกเสียงพยัญชนะท้ายไม่ถูกต้อง อาจทำให้ผู้ฟังเกิดการเข้าใจความหมายของคำที่ต้องการสื่อความหมายผิดเพี้ยนไป (ศิดา เยี่ยมขันติถาวร, 2555) เช่น He likes peas /z/. กับ He likes peace /s/. ซึ่งเสียง /s/ กับ /z/ มีความแตกต่างกันที่เป็นเสียงไม่ก้อง (Voiceless) กับเสียงก้อง (Voiced) ซึ่งก็ทำให้ผู้ฟังเข้าใจความหมายผิดเพี้ยน ระหว่าง He likes peas /z/. “เขาชอบเมล็ดถั่ว” หรือ He likes peace /s/. “เขาชอบความสงบ” เป็นต้น สาเหตุของการออกเสียงไม่ถูกต้อง ส่วนหนึ่งมาจากผู้เรียนมักมีความเคยชินกับรูปแบบหรือโครงสร้างของภาษาไทยซึ่งเป็นภาษาที่หนึ่งหรือภาษาแม่ (Mother Tongue) โดยเฉพาะเสียงพยัญชนะตำแหน่งท้ายคำ และกลุ่มเสียงเสียดแทรก (Fricative sounds) ได้แก่ เสียง /f/, /v/, /θ/, /ð/, /s/, /z/, /ʃ/ และ /ʒ/ เพราะส่วนใหญ่เป็นเสียงที่ไม่ปรากฏในตำแหน่งพยัญชนะท้ายในภาษาไทย ทำให้ผู้พูดมีแนวโน้มที่จะใช้เสียงในภาษาแม่ที่คล้ายคลึงกันในการออกเสียงเหล่านั้นแทน

การนำเอาเทคโนโลยีมาช่วยโดยการฟังซ้ำ ๆ จนซึมซับ และพูดตาม การเปิดฟังเนื้อหาใน You Tube หรือ ฟังข่าวในอินเทอร์เน็ต การฝึกฝนเหล่านี้จะช่วยพัฒนาทักษะทางภาษาได้ โดยผู้เรียนสามารถ ฟัง พูดตาม และรับการประเมินเสียงของตนเอง ได้แก่:

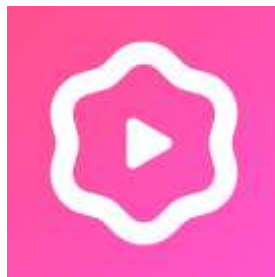
- Speaking Practice: ฝึกออกเสียงประโยคที่ได้ยิน
- Speech Recognition: ระบบ AI ตรวจจับเสียงพูดของผู้เรียน
- Repetition Learning: การฟังซ้ำและพูดซ้ำจนเกิดความคุ้นเคย

คุณลักษณะเหล่านี้สอดคล้องกับทฤษฎี Behaviorism ที่เน้นการฝึกฝนและการตอบสนอง (Skinner, 1957) รวมถึงทฤษฎี Communicative Language Teaching (CLT) ที่เน้นการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารจริง (Richards and Rodgers, 2001)

การใช้แอปพลิเคชัน CAKE เพื่อพัฒนาทักษะการออกเสียงภาษาอังกฤษ

การออกเสียงเป็นองค์ประกอบสำคัญของทักษะการพูด หากผู้เรียนมีการออกเสียงที่ถูกต้อง ย่อมส่งผลต่อความเข้าใจของผู้ฟังและการสื่อสารที่ชัดเจน งานวิจัยของ Gilbert (2008) ระบุว่า การเน้นการฝึกออกเสียงตั้งแต่ระดับต้น จะช่วยให้ผู้เรียนพัฒนาความมั่นใจในการพูดภาษาอังกฤษ และสามารถสื่อสารได้อย่างคล่องแคล่ว และช่วยให้การตีความได้อย่างถูกต้อง ตรงตามความหมายที่ต้องการสื่อ

ทฤษฎีการผสมผสานความรู้ด้านเทคโนโลยีกับกระบวนการและเนื้อหาในการสอนภาษาอังกฤษ ครูสอนภาษาอังกฤษสามารถเลือกแอปพลิเคชัน เพื่อเป็นตัวช่วยในการจัดการเรียนการสอนในชั้นเรียน แนวคิด Mobile-Assisted Language Learning (MALL) คือการใช้เทคโนโลยีผ่านอุปกรณ์พกพาเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ภาษา ซึ่งได้รับความสนใจอย่างมากในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา (Kukulska-Hulme, 2012) เทคโนโลยีช่วยให้การเรียนภาษาไม่จำกัดแค่ในห้องเรียน แต่สามารถเรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา โดยในปัจจุบันยากที่จะปฏิเสธว่า ในยุคนี้ Smartphones และ Tablet Technologies ถือเป็นอวัยวะส่วนหนึ่งของเราไปแล้ว เราสามารถนำเทคโนโลยีดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการทำงานในชีวิตประจำวันของเราได้มากมาย แม้แต่เรื่องการสอนออกเสียงภาษาอังกฤษให้ถูกต้อง ก็มีตัวช่วยสำคัญตัวหนึ่งได้แก่ แอปพลิเคชัน CAKE ซึ่งสามารถนำมาช่วยในการสอนการออกเสียง เพื่อช่วยให้นักศึกษาฝึกการออกเสียง เลียนแบบเจ้าของภาษา เพื่อให้ได้เสียงและสำเนียงที่ใกล้เคียงกับเจ้าของภาษามากที่สุด



ภาพที่ 1 โลโก้แอปพลิเคชัน CAKE

CAKE เป็นแอปพลิเคชันที่เน้นการเรียนรู้ภาษาอังกฤษผ่านคลิปวิดีโอสั้นจากภาพยนตร์ ซีรีส์ และบทสนทนาในชีวิตประจำวัน การใช้แอปพลิเคชัน CAKE ในชั้นเรียนที่ระดับมหาวิทยาลัยในประเทศไทย พบว่าผู้เรียนมีทัศนคติเชิงบวกต่อการเรียนการออกเสียง ผู้เรียนรายงานว่า การฝึกพูดซ้ำบ่อยครั้งช่วยให้พวกเขาออกเสียงได้ชัดเจนขึ้นและกล้าพูดมากขึ้น งานวิจัยของ สกุนา สุขะวิณะ (2564) ระบุว่า นักศึกษาที่ใช้แอปพลิเคชัน CAKE ควบคู่กับการเรียนในชั้นเรียน มีพัฒนาการทางการออกเสียงดีกว่ากลุ่มที่เรียนแบบดั้งเดิม นอกจากนี้ การใช้ แอปพลิเคชัน CAKE ยังส่งเสริมการเรียนรู้แบบผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง (Learner Autonomy) และการเรียนรู้ตามจังหวะของตนเอง (Self-paced Learning)

การนำเอาแอปพลิเคชัน CAKE มาปรับใช้ในการสอนรายวิชา EBC11367 English Pronunciation for Communication

รายวิชา EBC11367 English Pronunciation for Communication เป็นรายวิชาที่มีภาคทฤษฎี และภาคปฏิบัติ เป็นรายวิชาสำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 สาขาภาษาอังกฤษสื่อสารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น ต้องเรียนเป็นจำนวน 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา รายวิชานี้เป็นการศึกษาสัทศาสตร์เบื้องต้น ที่มีเนื้อหาเริ่มต้นจากการเรียนรู้หน่วยเสียง (Phonetics) ฐานกรณ์ที่ควบคุมการออกเสียง (Articulators) สัทอักษรสากล (IPA) ไปจนถึงการฝึกออกเสียงพยัญชนะควบกล้ำต้น และเสียงพยัญชนะควบกล้ำท้ายคำ เสียงพยัญชนะคล้ายคลึงกัน และเสียงพยัญชนะที่ไม่มีในระบบเสียงภาษาไทย เริ่มต้นจากคำ วลี ประโยค การเน้นเสียง (Stress) และท่วงทำนอง (Intonation)

กระบวนการสอนที่ผู้สอนใช้คือการอธิบายทฤษฎี สัญลักษณ์สัทศาสตร์สากล (IPA) ที่แสดงถึงเสียงต่าง ๆ ใช้สื่อการสอนรูปแบบวีดิทัศน์ และจากพจนานุกรมออนไลน์ มีการออกเสียงเป็นตัวอย่างในรูปแบบคำวลีและประโยค และให้นักศึกษาออกเสียงตาม แต่หลายครั้งพบปัญหาว่าการจัดการเรียนการสอนในห้องเรียนที่มีผู้เรียนจำนวนมาก ทำให้นักศึกษาได้ยินเสียงจากผู้สอนไม่ชัดเจน เกิดปัญหาที่ทำให้การรับสารของนักศึกษาลดลงเคลื่อน เช่น ที่นั่งเรียนในวันนั้น ด้านหน้าจะได้ยินชัดกว่าด้านหลัง โทนเสียงที่ผิดเพี้ยนของผู้สอนผ่านไมโครโฟน เสียงสะท้อนของผู้สอน เสียงเพื่อนคุยกัน เสียงรบกวนจากการออกเสียงตามของเพื่อนร่วมชั้นเรียน หรือแม้กระทั่งความเหนื่อยล้าของผู้สอนและผู้เรียน ทำให้เกิดการเรียนรู้ได้อย่างไม่เต็มที่

การเรียนภาษาจะต้องมีการปฏิบัติจริง การเรียนออกเสียงจึงต้องมีการปฏิบัติที่ได้รับการเอาใจใส่อย่างมาก เพื่อผู้สอนจะสามารถสะท้อนผลการฝึกปฏิบัติแก่นักศึกษาได้อย่างถูกต้อง และช่วยเหลือเป็นรายบุคคล การสอนหน้าชั้นเรียนที่ผู้สอนอ่านคำหรือประโยคตัวอย่าง เพื่อให้นักศึกษาหลายสิบคนออกเสียงตามพร้อม ๆ กันทำให้ผู้สอนไม่สามารถรับรู้ได้ว่านักศึกษาคนใดมีปัญหาในการออกเสียง และต้องการความช่วยเหลืออย่างไร ถึงแม้จะมีการจัดทดสอบย่อยรายบุคคล แต่การได้ทบทวนคำศัพท์ที่มีปัญหาแก่นักศึกษาแค่เพียงครั้งเดียว ย่อมไม่เห็นผลสัมฤทธิ์ เพราะเมื่อออกจากห้องสอบแล้วผู้เรียนก็จะลืมว่าคำยagnั้นออกเสียงอย่างไร

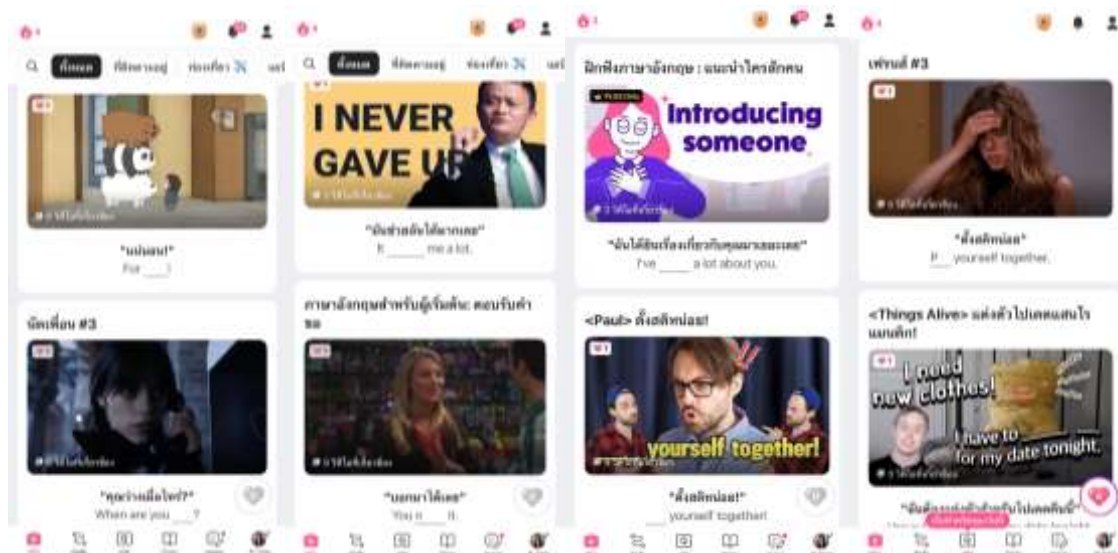
จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการสำรวจแอปพลิเคชันต่าง ๆ ที่มีให้ทดลองโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย เช่น Elsa Speak, Duolingo, CAKE และ Speakometer สามารถสรุปข้อดี-ข้อด้อยได้ ดังนี้

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบข้อดี-ข้อด้อยแอปพลิเคชันการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ

แอปพลิเคชัน	ข้อดี	ข้อด้อย
Elsa Speak	- ฝึกพูดคำ สำนวน และประโยค - มีหลายหัวข้อ - สามารถพูดคุยแบบ Role-play กับ AI - สามารถดูรายละเอียดปลีกย่อยว่าออกเสียงคำไหนถูก หรือเพี้ยนไปกี่เปอร์เซ็นต์ - มีการประเมินโดยแสดงสีทักซ์สากลให้ผู้เรียนได้เข้าใจว่าควรออกเสียงอย่างไรตามหลักทฤษฎี - มีการให้คำแนะนำหากออกเสียงผิด	- ใช้เวลานาน มีความซับซ้อน - เมนู คำอธิบาย และคำแนะนำเป็นภาษาอังกฤษทั้งหมด - รูปแบบเรียนฟรี จะเรียนได้ 2 บทแรกในหัวข้อทั้งหมด - เนื้อหาสนทนาทั่วไปยังอยู่ในระดับค่อนข้างยาก - การสนทนากับ AI ค่อนข้างยาก เพราะให้ผู้เรียนคิดเนื้อหาเองก่อน หากผู้เรียนออกเสียงผิด AI ตีความหมายผิด บทสนทนาจะไม่รู้เรื่อง และไม่มี การช่วยแก้จุดผิดแก่ผู้เรียน
Duolingo	- เน้นการเรียนรู้คำศัพท์ - มีการให้เรียงประโยคตามความหมาย หรือที่ได้ยิน - เป็นการเสริมไวยากรณ์เข้าไป - เนื้อหาคำศัพท์ประโยคง่าย	- ไม่ค่อยหือหาว ดูน่าเบื่อ - เหมาะสำหรับผู้ที่เริ่มต้นจริง ๆ
CAKE	- เน้นการฟังจากภาพยนตร์ หรือซีรีส์ - ได้ฟังสำเนียงเจ้าของภาษาที่ใช้ในชีวิตจริง - มีสำนวนและแสดง - มีหัวข้อหลากหลาย และหลายระดับความยาก-ง่าย - เนื้อหาภาษาอังกฤษสำหรับการใช้งานในชีวิตประจำวัน - สามารถเลือกได้ว่ามี subtitle ภาษาอังกฤษ ภาษาไทย ทั้ง 2 ภาษา หรือไม่มีเลย - สามารถพูดคุยแบบ Role-play กับ AI มีการให้คะแนนประเมิน - สามารถฟังเสียงที่ฝึกไป เพื่อทบทวนการออกเสียงของตนเอง	- หัวข้อแรกสามารถใช้ฟรีได้ 4 บทย่อย หลังจากนั้นได้หัวข้อละ 1 บท - มีโฆษณาคั่นบ่อย
Speakometer	- มีการจัดบทเรียนสอดคล้องทฤษฎีวิทยาศาสตร์ เช่น เสียง Voiced - voiceless หรือ Long - short vowels	- เป็นการออกเสียงคำศัพท์เท่านั้น

ก่อนการเลือกแอปพลิเคชันเสริมในการสอนรายวิชาการออกเสียง ผู้สอนได้ทดลองใช้แอปพลิเคชันต่าง ๆ ที่มีอยู่ทั่วไปซึ่งสามารถใช้งานได้โดยไม่ค่าใช้จ่าย จากการทดลองใช้แอปพลิเคชันทั้ง 4 เบื้องต้นผู้สอนพบว่า แอปพลิเคชัน Duolingo และ Speakometer เป็นแอปพลิเคชันที่เหมาะสมกับผู้เริ่มเรียน เพื่อเพิ่มคลังคำศัพท์ ส่วนแอปพลิเคชัน Elsa Speak มีความซับซ้อนมากขึ้น และด้วยเมนูและคำอธิบายเป็นภาษาอังกฤษ ผู้เรียนควรมีพื้นฐานภาษาอังกฤษในระดับหนึ่ง ดังนั้น ผู้สอนจึงเลือกแอปพลิเคชัน CAKE ที่มีลักษณะของเนื้อหาที่สามารถช่วยให้นักศึกษาได้ฝึกฝนการฟังและออกเสียงภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวันได้อย่างครอบคลุม เหมาะสมกับผู้เริ่มเรียนภาษาและต้องการฝึกฝนการฟังและออกเสียง การเข้าเรียนไม่สลับซับซ้อน การให้คำแนะนำเข้าใจง่าย มีคำอธิบายเป็นภาษาไทย และผู้เรียนน่าจะสามารถเรียนได้สำเร็จในระยะเวลา 1 เดือนที่จำกัดไว้

แอปพลิเคชัน CAKE แตกต่างจากแอปพลิเคชันอื่นคือ ไม่เน้นไวยากรณ์ ไม่ได้มีเพียงแค่คำศัพท์อย่างเดียว แต่มีบทสนทนาตัวอย่างในบริบทต่าง ๆ ที่ใช้งานจริง เรียนรู้จากภาพยนตร์ที่หลากหลายประเภท เช่น The Intern จากปี 2015 และ Inside Out2 จากปี 2024 ซีรีส์ เช่น Seinfeld จากปี 1989 และ Friends จากปี 1994 นอกจากนั้นยังมีวิดีโอเนื้อหาที่หลากหลายประเภท เช่น การ์ตูน Vlog ทอล์คโชว์ หรือแม้กระทั่งสารคดี ทั้งคลาสสิกและทันสมัย เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เนื้อหาเหล่านี้ มีสำนวน มีแสลง มีการแสดงความรู้สึกร่วม จึงไม่ทำให้รู้สึกน่าเบื่อ และเนื้อหาไม่ยากและไม่ยากจนเกินไปสำหรับผู้เรียนในระดับเริ่มต้น



ภาพที่ 2 ตัวอย่างเนื้อหาวิดีโอในแอปพลิเคชัน

บทเรียนในแอปพลิเคชันมีหัวข้อที่หลากหลาย แบ่งเป็นหลายระดับความยาก เช่น วลีภาษาอังกฤษทั่วไปสำหรับการสนทนาในชีวิตประจำวัน (ระดับกลางต่ำ) บทสนทนาพื้นฐานผ่าน Vlog (ระดับกลางต่ำ) วลีภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยว (ระดับกลางต่ำ) หรือ เรียนภาษาอังกฤษจากภาพยนตร์และซีรีส์

(ระดับกลางสูง) ผู้เรียนสามารถเข้าเรียนได้ด้วยการใช้หัวใจฟรีเป็นเครดิตต่อวันในการเรียน หรือดูโฆษณาเพื่อแลกกับหัวใจในการเรียนบทถัดไป หากใช้เครดิตหมดแล้ว จะต้องรอเวลาเพื่อที่สามารถเข้าเรียนได้ใหม่

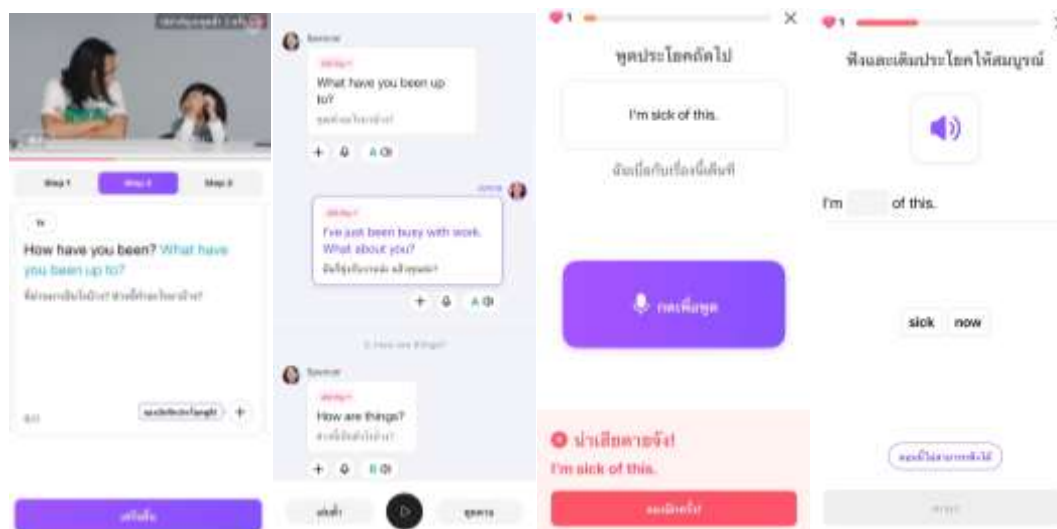
ผู้สอนให้นักศึกษาสาขาภาษาอังกฤษสื่อสารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น ชั้นปีที่ 1 ที่เรียนรายวิชา EBC11367 การออกเสียงภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร จำนวน 90 คน ใช้แอปพลิเคชัน CAKE เป็นแบบฝึกหัดการฝึกออกเสียงและประเมินโดยเทคโนโลยี AI แบบเรียลไทม์ นักศึกษาใช้แอปพลิเคชัน เรียนรู้บทเรียนย่อย 4 บท ในหัวข้อ “วลีภาษาอังกฤษทั่วไปสำหรับการสนทนาในชีวิตประจำวัน” ภายในระยะเวลา 1 เดือน (มีนาคม 2568) ในการเข้าเรียนในหัวข้อ วลีภาษาอังกฤษทั่วไปสำหรับการสนทนาในชีวิตประจำวัน เป็นจำนวน 4 บทย่อย ด้วยข้อจำกัดที่ว่าแอปพลิเคชันแบบไม่เสียค่าใช้จ่ายอนุญาตให้ผู้เรียนเข้าเรียนได้ 4 บท ส่วนในหัวข้ออื่น ๆ จะได้เพียงบทแรกบทเดียว หลังจากนั้นต้องมีการสมัครสมาชิก โดยมีนักศึกษาที่เข้าเรียนจบครบ 4 บทเรียนทั้งสิ้น 73 คน จากการสอบถามนักศึกษาที่ไม่ได้เข้าเรียน มีสาเหตุมาจากลืมเข้าเรียน แอปพลิเคชันไม่น่าสนใจ และเข้าเรียนแล้วมีปัญหาด้านเทคนิคทำให้ไม่สามารถเรียนบทต่อไปได้



ภาพที่ 3 บทเรียนหัวข้อ วลีภาษาอังกฤษทั่วไปสำหรับการสนทนาในชีวิตประจำวัน

บทเรียนในหัวข้อ วลีภาษาอังกฤษทั่วไปสำหรับการสนทนาในชีวิตประจำวัน แบ่งออกเป็น 75 บทย่อย ใน 1 บทย่อยมีกิจกรรม 15-20 กิจกรรม นักศึกษาจะต้องเข้าเรียน 4 บทย่อย คือ 1) คำทักทายภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน 2) การตอบรับคำทักทาย 3) คำบอกเล่าภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน และ 4) เมื่อรู้สึกมีความสุข รวมประมาณ 75 กิจกรรม โดยนักศึกษาจะได้ฝึกการฟังบทสนทนา การฟังพร้อมกับอ่านคำบรรยาย การออกเสียงประโยค สำนวน หรือคำศัพท์ ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน นักศึกษาสามารถฝึกสนทนากับ AI ในลักษณะ Role-play ที่มีให้ โดยเปลี่ยนบทบาทได้ และในการออกเสียงจะมีการบันทึกเสียงและให้คะแนน

ระดับ A-D ผู้เรียนสามารถฟังเสียงที่ตนเองบันทึกไว้และฝึกใหม่หากยังออกเสียงไม่ถูกต้อง หากผู้เรียนยังทำกิจกรรมย่อยในบทไม่ครบจะไม่สามารถไปขั้นตอนถัดไป ทำให้ผู้เรียนต้องฟังซ้ำอย่างน้อย 2-3 ครั้ง และทดสอบออกเสียงคำศัพท์ วลี หรือประโยคของบทนั้นให้ถูกต้อง



ภาพที่ 4 ตัวอย่างบทเรียนในแอปพลิเคชัน



ภาพที่ 5 ระยะเวลาการหัวใจ

การที่แอปพลิเคชันมีการจำกัดจำนวนเครดิตหัวใจเพื่อให้เกิดการสมัครสมาชิกรั้น แม้จะทำให้ นักศึกษาบางคนรู้สึกว่าการเรียนติดขัด อยากจะเรียนต่อไปเรื่อย ๆ แต่มีผลการวิจัยหลายฉบับที่ แสดงให้เห็นว่า การเรียนรู้เป็นช่วง ๆ (Spaced Learning) มีประสิทธิภาพมากกว่าการเรียนรู้แบบรวดเดียว

(Massed Learning) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Khalafi et al., 2024; Namaziandost et al., 2019; Teo WZW et al., 2021) การกำหนดจำนวนเครดิต และการให้เวลานักศึกษา 1 เดือนในการเรียน เป็นการให้นักศึกษาได้ฝึกฝน ทบทวน และมีเวลาในการซึมซับเนื้อหาเพื่อพัฒนาตนเอง

ผลตอบรับจากการใช้แอปพลิเคชัน CAKE ในรายวิชา

ผู้สอนได้ให้นักศึกษาสาขาภาษาอังกฤษสื่อสารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น ชั้นปีที่ 1 ที่เรียนรายวิชา EBC11367 การออกเสียงภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร จำนวน 90 คน ใช้แอปพลิเคชัน CAKE เป็นแบบฝึกหัดนอกเวลา และมีการสอบถามนักศึกษาหลังจากใช้แอปพลิเคชัน CAKE เป็นเวลา 1 เดือน จากนักศึกษาที่เข้าใช้งาน 73 คน (ร้อยละ 81 ของนักศึกษาที่ลงทะเบียน) มีผู้ตอบแบบสอบถาม 53 คน (คิดเป็นร้อยละ 72.6 ของผู้ใช้งาน) ผลแสดงให้เห็นว่านักศึกษา 35 คน (64.8%) ไม่เคยใช้แอปพลิเคชันในการเรียนการออกเสียงมาก่อน และอีกหลายคนเคยใช้แอปพลิเคชันอื่นมาบ้าง เช่น Duolingo, Elsa Speak และ Hello talk ซึ่งนักศึกษาคิดว่ามีข้อดี-ข้อเสียของแต่ละแอปพลิเคชัน นักศึกษาส่วนมากชอบแอปพลิเคชัน CAKE มากกว่าแอปพลิเคชันอื่นที่เคยใช้ นักศึกษา 40 คน (75.5%) ชอบที่ได้ฝึกพูด และ 34 คน (64.2%) คิดว่าแอปพลิเคชันช่วยให้นักศึกษาออกเสียงดีขึ้น ซึ่งแอปพลิเคชันที่นักศึกษาชอบรองลงมา คือ Duolingo แต่ด้วยข้อดีที่ CAKE มีตัวอย่างบทสนทนา ดูจากวิดีโอสั้น จากภาพยนตร์ ซีรีส์ และรายการโทรทัศน์ ทำให้เห็นการใช้งานจริง ได้เห็นอารมณ์ความรู้สึก สีหน้า ท่าทางร่วมด้วย ทำให้เข้าใจ และสามารถนำไปปรับใช้ได้จริง บางคนรู้สึกสนุกกับการเรียนผ่านแอปพลิเคชัน CAKE และรู้สึกอัดอั้นเมื่อเครดิตหัวใจหมด เพราะจะต้องรอให้มีหัวใจเพิ่มจึงจะเรียนต่อได้ นักศึกษา 45 คน (ร้อยละ 86.5) บอกว่าหากแอปพลิเคชัน CAKE ให้ใช้งานฟรีต่อจะเรียนบทต่อ ๆ ไป และมีนักศึกษา 16 คน (ร้อยละ 30.8) ยินดีที่จะสมัครสมาชิกเพื่อใช้แอปพลิเคชันในการพัฒนาการออกเสียงของตนเอง

ในฐานะผู้สอน การใช้แอปพลิเคชัน CAKE ทำให้นักศึกษาได้พัฒนาทักษะการฟังสำเนียงจากเจ้าของภาษา และการออกเสียงให้ถูกต้อง ไปพร้อม ๆ กับการเพิ่มคลังคำศัพท์และการใช้คำศัพท์ในบทสนทนาจริง การออกเสียงเพื่อให้เทคโนโลยี AI ตรวจสอบ ทำให้การฝึกฝนและการประเมินเป็นมาตรฐาน หากนักศึกษาออกเสียงไม่ถูกต้อง สามารถกดฟังได้ซ้ำอีก และออกเสียงใหม่จนกว่าจะถูกต้อง การประเมินทันทีโดยแอปพลิเคชันเป็นหนึ่งในจุดเด่นของการประเมินการออกเสียง เพราะการออกเสียงให้ผู้สอนฟัง อาจจะผิดพลาดจากปัจจัยหลายอย่าง เช่น เสียงรบกวน ความเหนื่อยล้าของผู้สอน สมาธิในการฟัง ณ ขณะนั้น หรือความลำเอียงกับนักศึกษาบางคน ซึ่งการออกเสียงกับแอปพลิเคชันจะไม่เกิดปัญหาเหล่านี้ ดังนั้น แอปพลิเคชัน CAKE สามารถเป็นตัวเลือกเสริมในการมอบหมายให้นักศึกษาฝึกฝนนอกชั้นเรียนในระดับเริ่มต้น

ข้อเสนอแนะ

เทคโนโลยีมีศักยภาพในการสนับสนุนการเรียนรู้ภาษา โดยเฉพาะในด้านการออกเสียงเนื่องจากนักศึกษาส่วนใหญ่ประสบปัญหาการออกเสียงในคำศัพท์บางคำไม่ถูกต้องตามหลักสัทศาสตร์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อทักษะการอ่านและการพูด แอปพลิเคชัน CAKE เป็นตัวอย่างที่ดีของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี

เพื่อพัฒนาทักษะการออกเสียงภาษาอังกฤษ ด้วยลักษณะที่เน้นการมีส่วนร่วม การฝึกฝนซ้ำ และการประเมินแบบทันที แอปพลิเคชันนี้จึงเป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์สำหรับผู้เรียนและครูผู้สอน หากนำมาใช้อย่างมีระบบจะช่วยส่งเสริมการเรียนรู้การออกเสียงได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามการนำแอปพลิเคชันมาใช้ในการเรียนการสอนควรคำนึงถึง 1) การบูรณาการกิจกรรมในแอปกับบทเรียนในชั้นเรียน 2) การประเมินผลที่สอดคล้องกับเป้าหมายการเรียนรู้ 3) การส่งเสริมให้ผู้เรียนใช้แอปอย่างสม่ำเสมอและมีการสะท้อนผลการเรียนรู้

เอกสารอ้างอิง

- กษิรา จันทะสระ. (2562). การศึกษาและเปรียบเทียบแอปพลิเคชันสำหรับการเรียนภาษาอังกฤษในระดับเสียงและคำผ่านโทรศัพท์มือถือ. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 9(3), 18-36.
- ชัชริย์ บุณนา. (2561). ปัญหาการเรียนการสอนภาษาอังกฤษในประเทศไทยและข้อเสนอแนะด้านยุทธศาสตร์ การพัฒนาการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ ปี 2564 – 2568. ใน ดวงสมร รุ่งสุวรรณศิริโพธิ์ (บรรณาธิการ). *การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 2 “Graduate School Conference 2018”*, 15 พฤศจิกายน 2562. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- รักษมน ยอดมิ่ง. (2560). การสอนออกเสียงภาษาอังกฤษของครูภาษาอังกฤษระดับประถมศึกษาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสาร Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 10(1), 1216-1226.
- ศิดา เยี่ยมขันติถาวร. (2556). *ความรู้เบื้องต้นที่ครูสอนภาษาอังกฤษควรรู้เกี่ยวกับการออกเสียง* (พิมพ์ครั้งที่ 2). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุกญา สุขะวัฒนะ. (2564). ผลของการใช้แอปพลิเคชัน CAKE ต่อการพัฒนาการออกเสียงภาษาอังกฤษของนักศึกษามหาวิทยาลัย. *วารสารครุศาสตร์ศึกษา*, 32(2), 45-58.
- เอษณ ยามาลี. (2561). ความท้าทายของการประยุกต์ใช้ภาษาอังกฤษในฐานะภาษาสากลในบริบทการเรียนการสอนของไทย. *วารสารราชพฤกษ์*. 16(3). 19-29
- Bolton, K. (2008). English in Asia, Asian Englishes and the Issue of Proficiency. *English Today*, 24(2), pp. 3-12.
- Gilbert, J. B. (2008). *Teaching Pronunciation: Using the Prosody Pyramid*. Cambridge University Press.
- Khalafi, A., et al. (2024). *The Effect of Spaced Learning on the Learning Outcome and Retention of Nurse Anesthesia Students: A Randomized-Controlled Study*. BMC Med Educ 24, 322. <https://doi.org/10.1186/s12909-024-05290-9>

- Kukulska-Hulme, A. (2012). *Language Learning Defined by Time and Place: A Framework for Next Generation Designs*. In EUROCALL 2012 Conference Proceedings.
- Lina, Y. T. and Joua, M. 2012. A Web Application Supported Learning Environment for Enhancing Classroom Teaching and Learning Experiences. *Social and Behavioral Sciences*. 64(2012). pp. 1 – 11.
- Namaziandost, E., et al. (2019). The Impacts of Spaced and Massed Distribution Instruction on EFL Learners' Vocabulary Learning. *Cogent Education*, 6(1), 1-10.
<https://doi.org/10.1080/2331186X.2019.1661131>
- Richards, J. C. and Rodgers, T. S. (2001). *Approaches and Methods in Language Teaching* (2nd ed.). Cambridge University Press.
- Skinner, B. F. (1957). *Verbal Behavior*. Appleton-Century-Crofts.
- Teo, WZW., et al. (2021). Randomized Controlled Trial Comparing the Effectiveness of Mass and Spaced Learning in Microsurgical Procedures Using Computer Aided Assessment. *Sci Rep*, 11(1), 2810. <https://doi.org/10.1038/s41598-021-82419-6>

การพัฒนากิจกรรมชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) เพื่อส่งเสริมภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม
ของครูผู้สอน โรงเรียนต้นแบบทรูปlookปัญญา

สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1

The Development of Professional Learning Communities to Enhance Innovative
Leadership for Teachers of Trueplookpunya Model School Under Udon Thani
Primary Educational Service Area Office 1

เจตนิพัทธ์ ยางกลาง*

Jetnipat Yangklang*

โรงเรียนบ้านหนองหัวหนองไผ่

Bannongwanongpai School

*Corresponding author's email: copterjet@hotmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

13 กรกฎาคม 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

16 สิงหาคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

28 กันยายน 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนากิจกรรมชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) เพื่อส่งเสริมภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของครูผู้สอน โรงเรียนต้นแบบทรูปlookปัญญา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 นี้ มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อพัฒนากิจกรรม PLC ที่ส่งเสริมภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมครูผู้สอนผ่านกิจกรรมชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่ใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งสัมภาษณ์เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูล ในเรื่องกิจกรรม PLC ที่ส่งเสริมภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมครูผู้สอน การได้มาซึ่งข้อมูลใช้รูปแบบการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ใช้เวลาสัมภาษณ์ ในช่วงเวลาคาบกิจกรรม PLC ของโรงเรียนที่จะจัดขึ้นในทุกวัน จันทร์ - ศุกร์ เวลา 15.00 น. - 16.00 น. โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 10 วัน ครูที่ให้ข้อมูลทุกคนได้รับการอธิบายรายละเอียดของการวิจัย และสอบถามข้อข้องใจจนเข้าใจก่อนจึงเริ่มทำการสัมภาษณ์ กลุ่มเป้าหมายของการวิจัย ได้แก่ ครูผู้สอนโรงเรียนบ้านหนองหัวหนองไผ่ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 จำนวน 10 คน ผลการวิจัยพบว่า กิจกรรม PLC ที่ส่งเสริมภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมครูผู้สอน มี 5 กิจกรรม ได้แก่ (1) กิจกรรมตั้งคำถามเชิงนวัตกรรม (Innovation Inquiry) (2) กิจกรรมทดลอง-สะท้อน (Prototype & Reflection) (3) กิจกรรมการเรียนรู้ร่วมกัน (Collaborative Learning) (4) กิจกรรมเสริมวิสัยทัศน์และแรงบันดาลใจ (Vision & Inspiration) และ (5) กิจกรรมบันทึกและวัดพัฒนา (Track & Showcase)

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของครูผู้สอน, กิจกรรมชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ, โรงเรียนต้นแบบ
ทรูปลูกปัญญา

ABSTRACT

The research focused on the topic of “The Development of Professional Learning Communities to Enhance Innovative Leadership in Teachers of Trueplukpunya Model School under Udon Thani Primary Educational Service Area Office 1”. The purpose of the research was to develop the activities of Professional Learning Communities (PLC) to enhance teachers’ innovative leadership. The qualitative research was used to be the methodology by using In-depth Interview with the semi-structured interview for collecting PLC activities which reinforce teachers’ innovative leadership information. The in-depth interview was used in school’s PLC activities period. The school’s PLC activities period was scheduled from Mondays to Fridays between 3.00 P.M. to 4.00 P.M. The data collection was held for 10 days. Every single interviewer was provided with the research detail, and Q&A was arranged before the interview started. The target in this research was 10 Bannongwanongpai School teachers under Udon Thani Primary Educational Service Area Office 1. The result was found that PLC activities which strengthened teachers’ innovative leadership consisting of 5 activities as follows; (1) Innovation Inquiry (2) Prototype & Reflection (3) Collaborative Learning (4) Vision & Inspiration and (5) Track & Showcase.

Keywords: Teachers’ Innovative Leadership, Professional Learning Communities (PLC),
Trueplukpunya Model School

บทนำ

โลกในยุคดิจิทัลเป็นโลกที่ไร้พรมแดน ทุกองค์กรต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การแข่งขันในเศรษฐกิจโลก การเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติ หรือปัญหาการขาดแคลนแรงงาน (กาญจนา โสภาคะ, 2565) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้นำองค์กรจำเป็นต้องมีความคิดสร้างสรรค์ เรียนรู้นวัตกรรมการบริหารองค์กร เพื่อแก้ไขปัญหาและเพิ่มประสิทธิภาพให้กับองค์กรเพื่อให้ก้าวหน้ากว่าและสามารถเอาชนะคู่แข่งได้ นอกจากนี้ยังมีนโยบายการปฏิรูปการศึกษาในทศวรรษที่สองที่มีวิสัยทัศน์ว่าคนไทยจะได้รับการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างมีคุณภาพ โดยมีกรอบการปฏิรูปการศึกษาประกอบด้วย 4 ปัจจัยหลัก คือ 1) การพัฒนาคุณภาพคนไทยยุคใหม่ 2) การพัฒนาคุณภาพครูยุคใหม่ 3) การพัฒนาคุณภาพสถานศึกษาและแหล่งเรียนรู้ยุคใหม่ และ 4) การพัฒนาระบบการบริหารจัดการใหม่ (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2554) การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสังคมในยุคปัจจุบันส่งผลกระทบต่อ

ต่อทุกภาคส่วน รวมถึงภาคการศึกษาที่ต้องปรับตัวเพื่อรับมือกับความท้าทายใหม่ ๆ และเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง วิชาชีพครูและบุคลากรทางการศึกษา ซึ่งถือเป็นวิชาชีพชั้นสูงที่ต้องพัฒนาตนเองให้มีความเป็น "มืออาชีพ" เพื่อขับเคลื่อนคุณภาพการศึกษาให้ประสบความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีผู้บริหารสถานศึกษาเป็นกลไกสำคัญ ที่ต้องมีสมรรถนะ ความรู้ ความสามารถ ควบคู่ไปกับคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ เพื่อนำพาสถานศึกษาไปสู่การบริหารจัดการที่มีประสิทธิผลและประสิทธิภาพ

ปัจจุบันการพัฒนาครูให้ได้มาซึ่งความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการทำงาน ปรับเปลี่ยนทัศนคติ และกลวิธีการสอนต่าง ๆ ได้ปรับเปลี่ยนแนวทางจากเดิมที่เป็นการฝึกอบรมที่จัดขึ้นโดยต้นสังกัดซึ่งอาจจะไม่สอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการจำเป็นที่แท้จริงของสถานศึกษา มาเป็นการสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (Professional Learning Communities: PLC) ซึ่งชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพมีความสนใจและมีความรู้ในการศึกษา เรียนรู้ และทำงานสู่เป้าหมาย และความรับผิดชอบด้วยการพัฒนาทางวิชาชีพสู่ภาวะความเป็นครูของชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ โดยเน้นการพัฒนาบนฐานงานจริง (DuFour, 2004) และเป็นเครื่องมือสำหรับให้ครูรวมตัวกันเป็นชุมชนร่วมกันดำเนินการลงมือทำ สร้างสรรค์นวัตกรรม แลกเปลี่ยนประสบการณ์การจัดการเรียนรู้ เชื่อมโยงสู่ชีวิตจริงของผู้เรียน (วิจารณ์ พานิช, 2555) ซึ่งรูปแบบชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพครูสู่การเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 บริบทโรงเรียนในประเทศไทย ประกอบด้วย 1) ชุมชนกัลยาณมิตรตามวิถีไทย ส่งผลให้เกิดความไว้วางใจและรับฟัง 2) ภาวะผู้นำเร้าศักยภาพ ทำให้เกิดการเผยแพร่ของผู้นำการเปลี่ยนแปลง 3) วิสัยทัศน์เชิงศรัทธาร่วมทำให้เกิดพลังเสริมที่ศรัทธาร่วม 4) ระบบเปิดแบบฉันทกัลยาณมิตรสู่ผู้เรียน ทำให้เกิดการเผยแพร่เป็นเจ้าของงานการเรียนรู้ 5) ระบบทีมการเรียนรู้ทางวิชาชีพสู่ภาวะและจิตวิญญาณความเป็นครู ทำให้เกิดเจตจำนงร่วมพัฒนาวิชาชีพ 6) พื้นที่เรียนรู้แบบร่วมแรงร่วมใจบนฐานงานจริง ทำให้เกิดวัฒนธรรมการเรียนรู้เพื่อการเปลี่ยนแปลงบนฐานงานจริงเมื่อแต่ละพื้นที่มีการพัฒนาในรูปแบบดังกล่าวอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นวิถีปกติขององค์กร (วรลักษณ์ ชูกำเนิด, 2557)

โรงเรียนต้นแบบทรูปลูกปัญญามุ่งเพิ่มโอกาสให้โรงเรียนในพื้นที่ห่างไกลได้เข้าถึงแหล่งความรู้ได้เท่าเทียมกับในเมืองใหญ่ โดยการนำสื่อ และเทคโนโลยีทุกรูปแบบของครูที่มีอยู่อย่างครบวงจรไปมอบให้โรงเรียนที่ขาดแคลนสื่อการเรียนการสอน อาทิ ชุดอุปกรณ์รับสัญญาณผ่านดาวเทียม เครื่องโทรทัศน์ พร้อมช่องรายการคุณภาพที่มีเนื้อหาสาระเพื่อการเรียนรู้ที่คัดสรรแล้วจากทรูวิชั่นส์ และสื่อดิจิทัลเสริมการเรียนการสอนของทรูปลูกปัญญา เพื่อเปิดโอกาสให้นักเรียนและคุณครูได้เข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสาร สารความรู้ ได้ทัดเทียมกับคนในเมืองใหญ่ เกิดแรงบันดาลใจในการเรียนรู้ที่ยั่งยืน และสามารถนำความรู้ที่ได้ไปพัฒนาให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง ชุมชน สิ่งแวดล้อม และประเทศชาติต่อไป (we are CP, 2562) เมื่อวันที่ 2-5 กันยายน 2567 โรงเรียนต้นแบบทรูปลูกปัญญาได้มีการนำเสนอแนววิถีปฏิบัติที่เป็นเลิศของสถานศึกษาต่าง ๆ เพื่อยกระดับคุณภาพการศึกษาและสมรรถนะของนักเรียน ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่กำลัง

เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว (We are CP, 2567) ซึ่งแสดงให้เห็นภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมอันโดดเด่นของผู้บริหารสถานศึกษาในกลุ่มโรงเรียนต้นแบบทูลุปลูกปัญญา ที่จะต้องสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่หลากหลายในสถานศึกษาที่มีความแตกต่างกันทั้งโครงสร้าง บริบท และระบบของการบริหาร (David et al., 2018)

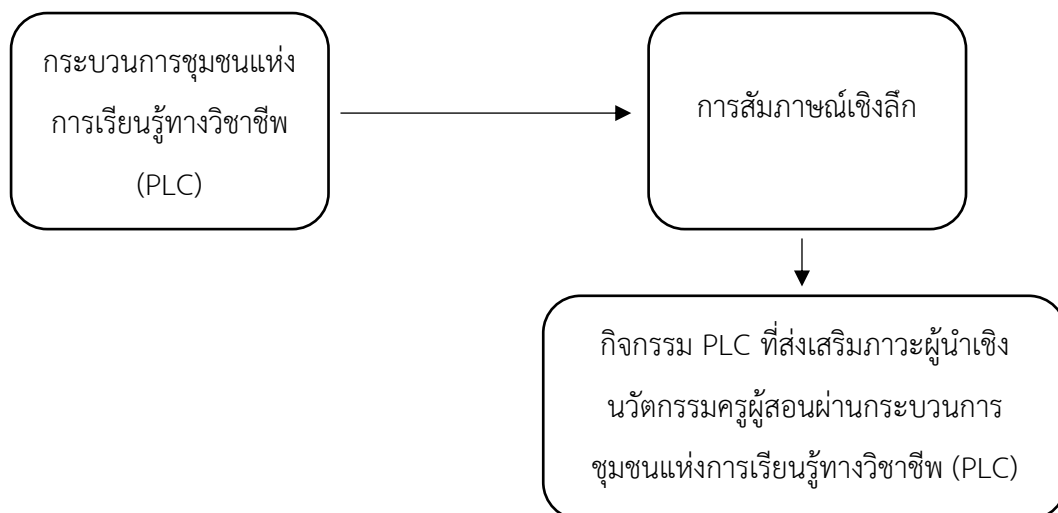
จากเหตุผลดังกล่าว การพัฒนากิจกรรมชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) เพื่อส่งเสริมภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของครูผู้สอน โรงเรียนต้นแบบทูลุปลูกปัญญาจึงมีความสำคัญอย่างมากในการที่จะช่วยเสริมสร้างให้ครูผู้สอน โดยเฉพาะครูผู้สอนในโรงเรียนต้นแบบทูลุปลูกปัญญาให้มีภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ซึ่งจะยังประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพการศึกษาในยุคปัจจุบัน ให้สามารถแข่งขันกับสถานศึกษาของรัฐอื่นได้ ผู้วิจัยจึงประสงค์ที่จะศึกษากิจกรรมชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) เพื่อส่งเสริมภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของครูผู้สอน โรงเรียนต้นแบบทูลุปลูกปัญญา

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อพัฒนากิจกรรม PLC ที่ส่งเสริมภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของครูผู้สอน

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษากิจกรรมชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกครูโรงเรียนบ้านหนองหัวหนองไผ่ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 จำนวน 10 คน เพื่อให้ได้กิจกรรม PLC ที่ส่งเสริมภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมครูผู้สอนผ่านกิจกรรมชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) ตามกรอบแนวคิดการวิจัยที่แสดงดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา: กรอบแนวคิดการวิจัยของผู้วิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

รูปแบบวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

กลุ่มเป้าหมายของการวิจัย

กลุ่มเป้าหมายของการวิจัยที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ครูผู้สอนโรงเรียนบ้านหนองหัวหนองไผ่ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 จำนวน 10 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์ แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) จำนวน 2 ข้อ ประกอบไปด้วย (1) กิจกรรม PLC ที่ส่งเสริมภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมครูผู้สอนมีอะไรบ้าง และ (2) กิจกรรม PLC เหล่านั้นส่งผลอย่างไรกับภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม

วิธีรวบรวมข้อมูล

การสัมภาษณ์เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูล ในเรื่องกิจกรรม PLC ที่ส่งเสริมภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมครูผู้สอน โดยใช้รูปแบบการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งใช้เวลาสัมภาษณ์ในช่วงเวลาคาบกิจกรรม PLC ของโรงเรียนที่จะจัดขึ้นในทุกวัน จันทร์ - ศุกร์ เวลา 15.00 น. - 16.00 น. โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 10 วัน ครูที่ให้ข้อมูลทุกคนได้รับการอธิบายรายละเอียดของการวิจัยและสอบถามข้อข้องใจ จนเข้าใจก่อนจึงเริ่มทำการสัมภาษณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลไปพร้อมกับการเก็บข้อมูลในแต่ละครั้ง เพื่อตรวจสอบว่าข้อมูลที่ได้นั้นตรงกับวัตถุประสงค์หรือไม่และครอบคลุมประเด็นที่ต้องการหรือไม่ หากยังไม่สมบูรณ์ก็สัมภาษณ์เพิ่มเติม
2. นำเทปบันทึกเสียงมาถอดคำต่อคำอย่างละเอียด เขียนหมายเลขบรรทัดไว้ซ้ายมือของข้อความจนครบ
3. ผู้วิจัยอ่านข้อมูลการสัมภาษณ์ซ้ำ ๆ จดบันทึก จดบันทึกข้อความสำคัญ สำหรับอ้างอิง (Quoting) เชื่อมโยงและค้นหาคำอธิบายจนกว่าข้อมูลจะอิ่มตัว
4. วิเคราะห์ข้อมูลเป็นรายบรรทัด (content analysis) เปรียบเทียบข้อความอย่างต่อเนื่อง แล้วเรียบเรียงข้อมูลเป็น 3 ระดับ คือวิเคราะห์ข้อมูลรายบรรทัดเพื่อค้นหาข้อมูลที่เป็นจริง ข้อมูลที่สอดคล้องข้อความที่มีความหมายเดียวกัน จากนั้นจัดประเภท (categorize) ตามตารางที่ระบุไว้และข้อมูลที่ค้นพบเพิ่มเติม เขียนผลการวิจัย จัดรูปแบบการนำเสนอ เขียนบรรยายและอภิปรายผล

สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปผู้ให้ข้อมูล จำนวน 10 คน เป็นเพศหญิง 10 คน (ร้อยละ 100) อายุ 21 – 30 ปี จำนวน 1 คน (ร้อยละ 10) อายุ 31 – 40 ปี จำนวน 5 คน (ร้อยละ 50) อายุ 41 – 50 ปี จำนวน 4 คน (ร้อยละ 40)

ไม่มีวิทยฐานะ จำนวน 5 คน (ร้อยละ 50) มีวิทยฐานะครูชำนาญการ จำนวน 1 คน (ร้อยละ 1) มีวิทยฐานะครูชำนาญการพิเศษ จำนวน 4 คน (ร้อยละ 40)

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ในเรื่องกิจกรรม PLC ที่ส่งเสริมภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมครูผู้สอน โดยผู้ให้ข้อมูลได้บรรยายถึงกิจกรรม PLC ที่ส่งเสริมภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมครูผู้สอน ดังนี้

1. กิจกรรมตั้งคำถามเชิงนวัตกรรม (Innovation Inquiry)

“กิจกรรมนี้ทำให้ฉันเริ่มคิดลึกขึ้น เวลามีปัญหาในห้องเรียน เราจะไม่รีบหาวิธีแก้ทันที แต่จะตั้งคำถามเพื่อหาสาเหตุเชิงลึกมากขึ้น เห็นการเปลี่ยนแปลงของเด็กได้ชัดเจนขึ้นค่ะ” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 1)

“เคยคิดว่าเราไม่มีเวลา “ตั้งคำถาม” แต่พอได้ฝึกในการประชุม PLC กลับพบว่าคำถามที่ดีช่วยให้ทีมเราไม่หลงประเด็น และยังกลายเป็นผู้นำแนวคิดใหม่ในกลุ่มได้ด้วย” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 2)

“เดิมทีฉันไม่ค่อยกล้าถามคำถามที่ “นอกกรอบ” แต่ PLC ทำให้รู้ว่าคำถามสร้างการเปลี่ยนแปลงได้ การคิดถามอย่างเป็นระบบทำให้เราเข้าใจผู้เรียนมากขึ้นค่ะ” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 3)

“การตั้งคำถามไม่ใช่แค่หา “คำตอบ” แต่เป็นการกระตุ้นให้คนในทีมกล้าคิด ฉันสังเกตว่าเมื่อเราตั้งคำถามดี ๆ คนอื่นก็อยากมีส่วนร่วมด้วย” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 4)

“ฉันใช้คำถามเพื่อกระตุ้นเพื่อนครูให้หาวิธีสอนที่ตอบโจทย์เด็กมากขึ้น เหมือนเราเป็นผู้นำความเปลี่ยนแปลงโดยไม่ต้องสั่งการ” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 5)

“ตั้งคำถามเป็นทักษะของผู้นำจริง ๆ ฉันใช้คำถามในการตั้งเป้าหมายการสอน ทำให้ทีมรู้สึกว่ามีวิสัยทัศน์ร่วมกัน” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 6)

“ดิฉันชอบใช้คำถามเปิด เช่น “ทำไมเด็กถึงไม่ยอมเรียนหัวข้อนี้?” คำถามแบบนี้ช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่ลึกและชัดเจนมากขึ้น” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 7)

“เคยเข้าใจว่า PLC คือแค่แชร์ความรู้ แต่พอได้ตั้งคำถามร่วมกัน กลับพบว่ามันช่วยเปิดมุมมองใหม่ ๆ มาก ช่วยพัฒนาภาวะผู้นำอย่างไม่รู้ตัว” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 8)

“การตั้งคำถามอย่างสร้างสรรค์ ช่วยให้เรามีบทบาทรำเสนอแนวคิดใหม่ ๆ ต่อทีมงาน พอถามมากขึ้น ก็มีโอกาสมากขึ้นค่ะ” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 9)

“ฉันเห็นภาพการตั้งคำถามเหมือนการจุดประกายความคิด การเป็นผู้นำที่ดีไม่ใช่มีคำตอบ แต่คือการตั้งคำถามที่ดีต่างหาก” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 10)

2. กิจกรรมทดลอง-สะท้อน (Prototype & Reflection)

“ฉันชอบที่เราได้ทดลองวิธีสอนใหม่ ๆ ในชั้นเรียนจริง แล้วกลับมาสะท้อนร่วมกับทีม มันทำให้เราเป็นผู้นำที่กล้าลงและปรับปรุงตลอดเวลา ไม่หยุดอยู่กับกรอบเดิม” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 1)

“ดิฉันรู้สึกว่าการสะท้อนหลังทดลองสอนช่วยให้เรามองเห็นผลของแนวคิดที่เรานำไปใช้ และได้ข้อเสนอแนะจากเพื่อนครู ทำให้กล้าปรับเปลี่ยนแบบไม่รู้สึกลังใจ” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 2)

“ฉันมองว่ากิจกรรมนี้เปลี่ยนความล้มเหลวให้กลายเป็นโอกาส เพราะเมื่อทดลองแล้วผิดพลาด เราไม่ได้ถูกตำหนิ แต่ได้เรียนรู้และสะท้อนร่วมกัน นี่คือทักษะของผู้ยุคใหม่” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 3)

“ดิฉันเริ่มต้นจากการไม่กล้าทดลองอะไรใหม่เลย แต่กิจกรรมนี้ทำให้รู้ว่าแม้การสอนแบบเล่นเกม จะดูเสี่ยง แต่เมื่อได้สะท้อนร่วมกับทีม ก็เห็นมุมที่เราไม่ทันคิด ถือเป็นการพัฒนาในเชิงภาวะผู้นำ แบบค่อยเป็นค่อยไป” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 4)

“ฉันชอบกระบวนการนี้ เพราะเราสามารถเป็นผู้นำแนวทางใหม่ได้โดยมีหลักฐานจากการทดลอง สอน และการสะท้อนช่วยให้เห็นภาพความเปลี่ยนแปลงจริง ๆ” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 5)

“การทดลอง-สะท้อน เป็นเวทีที่เปิดให้ผู้นำแสดงวิธีคิดของตัวเองออกมาโดยไม่กลัวความผิดพลาด เพราะการสะท้อนคือการร่วมเรียนรู้ ไม่ใช่การวิจารณ์” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 6)

“ในฐานะผู้ประสานงาน ฉันมองว่าครูที่เข้าร่วมกิจกรรมนี้จะเริ่มคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) มากขึ้น และกล้าตั้งเป้าหมายทดลองใหม่ ๆ ที่ตอบโจทย์ผู้เรียนมากกว่าเดิม” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 7)

“ดิฉันเคยคิดว่าวิธีสอนของตนดีที่สุดแล้ว แต่พอได้ลองอะไรใหม่และสะท้อนกับเพื่อน กลับเห็นว่า เรายังมีจุดอ่อน และกล้าพัฒนาไปอีกขั้น ภาวะผู้นำเกิดขึ้นจากความกล้ายอมรับ” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 8)

“ฉันเชื่อว่าการทดลองทำให้เราไม่ติดอยู่ในกรอบของตำรา การสะท้อนร่วมทำให้เราเรียนรู้จากความผิดพลาดของกันและกัน เป็นผู้นำที่มีวิจารณญาณมากขึ้น” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 9)

“ดิฉันชอบที่ PLC เปิดโอกาสให้สะท้อนแนวคิดร่วมกับครูต่างระดับชั้น มันทำให้เกิด การเปลี่ยนแปลงเชิงนวัตกรรม และเรากลายเป็นผู้นำของแนวทางใหม่ที่ครูคนอื่นก็พร้อมนำไปใช้” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 10)

3. กิจกรรมการเรียนรู้ร่วมกัน (Collaborative Learning)

“การเรียนรู้ร่วมกันทำให้ดิฉันกล้าพูด กล้าถาม และกล้าแลกเปลี่ยนกับเพื่อนครู ทั้งที่เมื่อก่อนกลัว จะพูดผิด ตอนนี้รู้สึกที่เราโตขึ้นเป็นผู้นำที่ร่วมเดินกับเพื่อน ไม่ใช่เดินคนเดียว” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 1)

“ฉันรู้สึก PLC ที่เปิดโอกาสให้เราวางแผนการสอนร่วมกัน ทำให้ครูทุกคนเป็นเจ้าของแนวคิด นวัตกรรม ไม่ใช่รอใครนำเสมอ เราได้ฝึกการฟัง การโต้แย้งเชิงสร้างสรรค์ และการประสานงานแบบผู้นำ” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 2)

“เวลานั่งประชุมร่วมกับครูจากหลายชั้น ดิฉันได้มุมมองใหม่มากมาย ได้แลกเปลี่ยนทั้งวิธีสอนและ วิธีคิด รู้สึกเหมือนเป็น “ครูที่เรียนรู้อยู่ตลอด” และได้ฝึกการเป็นผู้นำผ่านการสนับสนุนกันในทีม” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 3)

“การเรียนรู้ร่วมกันช่วยให้เรารู้ว่า “การนำ” ไม่ได้แปลว่าต้องเป็นคนเก่งที่สุด แต่คือการกล้าเสนอ สิ่งที่เป็นประโยชน์ และรับฟังเพื่อนในทีม มันช่วยให้ผมพัฒนาทักษะการนำอย่างถ่อมตน” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 4)

“การเรียนรู้ร่วมกันทำให้ดิฉันพัฒนาแนวคิดใหม่โดยไม่ต้องเริ่มจากศูนย์ เพราะได้แรงบันดาลใจ จากเพื่อนครูคนอื่น ๆ ซึ่งช่วยให้เรากล้า “นำนวัตกรรม” ไปใช้กับผู้เรียนจริง” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 5)

“ฉันพบว่า การพูดคุยร่วมกันเปิดมุมมองใหม่มาก ทำให้ผมไม่ติดกับกรอบเดิมของตนเอง แล้วยังฝึกการเจรจา การโน้มน้าว และการจัดการความคิดที่หลากหลาย – ทักษะสำคัญของผู้นำ” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 6)

“ในกลุ่ม PLC ดิฉันรับหน้าที่เป็นผู้รวบรวมแนวคิดของเพื่อนครู นี่ทำให้ดิฉันได้ฝึกการฟังอย่างลึกซึ้ง และนำไปเชื่อมโยงกับนโยบายโรงเรียน เป็นบทบาทผู้นำเบื้องหลังที่สำคัญมาก” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 7)

“กิจกรรมการเรียนรู้ร่วมกันไม่ได้แค่แชร์วิธีสอน แต่ทำให้ผมกล้าทดลองวิธีที่เพื่อนครูใช้ แล้วปรับเป็นของตัวเอง มันคือการเติบโตแบบมีเพื่อนร่วมเดิน และเป็นผู้ที่รู้จักพัฒนาตนผ่านผู้อื่น” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 8)

“การเรียนรู้ร่วมกันช่วยลดกำแพงระหว่างครู ทำให้เกิดภาวะผู้นำแบบเครือข่าย (Distributed Leadership) ที่ทุกคนสามารถเรียนรู้และนำไปต่อยอดในชั้นเรียนของตนเอง” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 9)

“ฉันเห็นการเติบโตของภาวะผู้นำในตัวครูแต่ละคนผ่านกิจกรรมกลุ่ม หลายคนเริ่มจากเงียบ ๆ กลายเป็นผู้ริเริ่มนำเสนอแนวทางใหม่ การเรียนรู้ร่วมจึงเป็นกระบวนการสร้างผู้นำโดยธรรมชาติ” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 10)

4. กิจกรรมเสริมวิสัยทัศน์และแรงบันดาลใจ (Vision & Inspiration)

“กิจกรรมที่เชิญวิทยากรมาแบ่งปันแนวคิด ทำให้ดิฉันมองเห็นภาพการเรียนรู้ในอนาคต มันเหมือนการปลุกพลังภายในให้เรากล้าฝัน และกล้าทำในสิ่งที่เคยคิดว่าเกินตัว” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 1)

“ฉันรู้สึกว้าวเมื่อเราได้ฟังตัวอย่างความสำเร็จของโรงเรียนอื่นหรือครูคนอื่น มันเหมือนเปิดโลก ทำให้เรากลายเป็นผู้นำที่มองไกล ไม่ยึดติดกับข้อจำกัดในโรงเรียนตนเองอย่างเดียว” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 2)

“ดิฉันได้แรงบันดาลใจจากการดูวิดีโอวัตกรรมการเรียนการสอนจากต่างประเทศ ซึ่งทีม PLC ช่วยกันเลือกมา เราคุยกันต่อหลังจากนั้น ทำให้ดิฉันกล้าเปลี่ยนแปลงในแบบของตนเอง” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 3)

“เวิร์กช็อปแนะแนววิสัยทัศน์ที่เราทำร่วมกัน ทำให้ครูแต่ละคนเริ่มมีเป้าหมายของตัวเองมากขึ้น ฉันเห็นครูบางคนเริ่มตั้งเป้าส่วนตัว และนำเสนอในที่ประชุม เป็นพัฒนาการของภาวะผู้นำที่ชัดเจน” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 4)

“ก่อนหน้านี้ดิฉันเคยรู้สึกหมดไฟ แต่พอเข้าร่วมกิจกรรมจุดประกายวิสัยทัศน์ เช่นการให้แชร์ “ครูต้นแบบในฝัน” มันช่วยให้กลับมาเห็นคุณค่าในงานของตัวเองอีกครั้ง” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 5)

“เวลามีกิจกรรมที่ให้เขียน “ห้องเรียนในฝัน” ฉันรู้สึกว่ามันเหมือนเราถูกกระตุ้นให้คิดแบบผู้นำ ไม่ใช่แค่คนทำตาม เราวางภาพอนาคต แล้วหาวิธีไปถึง เป็นกระบวนการคิดแบบนวัตกรรมเลยละ” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 6)

“การไปศึกษาดูงานโรงเรียนที่มีการจัดการเรียนรู้เชิงนวัตกรรม ทำให้ดิฉันเห็นภาพจริง และคิดว่าตัวเองก็สามารถเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงในโรงเรียนได้เหมือนกัน” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 7)

“ฉันเคยมีภาพจำว่า “ผู้นำ” ต้องเป็นผู้บริหาร แต่กิจกรรมที่เน้นแรงบันดาลใจทำให้ผมเห็นว่าครูธรรมดา ๆ ก็เป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์ได้ แค่ต้องกล้าคิดและลงมือ” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 8)

“มีอยู่ครั้งหนึ่งที่กิจกรรมให้เราเขียน “คุณครูในอนาคตที่อยากเป็น” แล้วอ่านให้เพื่อนฟัง ดิฉันน้ำตาไหลเลยล่ะ รู้เลยว่าการมีแรงบันดาลใจมันสำคัญแค่ไหน มันทำให้เรากลายเป็นผู้นำของการเปลี่ยนแปลง” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 9)

“ฉันได้แรงบันดาลใจจากการที่ผู้บริหารเปิดพื้นที่ให้ครูแสดงวิสัยทัศน์ของตัวเอง มันเหมือนประกาศว่า “ทุกคนมีสิทธิ์เป็นผู้นำ” ทำให้ฉันลุกขึ้นมาคิดโครงการใหม่ และเริ่มต้นลงมือทำทันที” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 10)

5. กิจกรรมบันทึกและวัดพัฒนา (Track & Showcase)

“การได้บันทึกกระบวนการที่เราทำลงไปจริง ทำให้เห็นความก้าวหน้าและได้ประเมินผลของตนเอง เป็นบทบาทของผู้นำที่ต้องใคร่ครวญและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 1)

“ฉันรู้ดีกว่าการ tracking ทำให้เห็นภาพรวมของความเปลี่ยนแปลง ถ้าไม่มีบันทึกไว้ เราก็คงลืมว่าพัฒนาอะไรไปแล้วบ้าง การ showcase ช่วยสร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นให้เรากลับมาแสดงออก” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 2)

“ดิฉันไม่เคยคิดว่าการบันทึกสิ่งเล็กๆ ในห้องเรียนจะมีผลต่อภาวะผู้นำ แต่เมื่อได้ย้อนอ่านย้อนหลัง กลับเห็นพัฒนาการของตัวเอง และรู้สึกว่าคุณมีเป้าหมายที่ชัดเจน” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 3)

“การสะสมผลงานและนำมาแลกเปลี่ยนกันในวง PLC ช่วยให้เราเรียนรู้จากทั้งของตัวเองและของคนอื่น เป็นการเรียนรู้แบบสะท้อนข้อดีที่ผลักดันให้ฉันเป็นผู้นำที่กล้าคิด กล้าปรับ” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 4)

“Showcase คือเวทีที่ทำให้ครูธรรมดาคนหนึ่งได้แสดงศักยภาพ ผมเชื่อว่าผู้นำเชิงนวัตกรรมต้องมีพื้นที่แบบนี้เพื่อสร้างความมั่นใจ และแรงผลักดัน” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 5)

“การติดตามผลด้วยเครื่องมือที่ทีม PLC คิดร่วมกัน เช่น Check List หรือ Logbook ทำให้เห็นว่าภาวะผู้นำไม่ได้เกิดจากแรงบันดาลใจอย่างเดียว แต่เกิดจากการมีวินัยและการสังเกตตัวเองด้วย” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 6)

“ฉันว่าการ Showcase ทำให้เรากลับ Present นวัตกรรมของตัวเอง นี่คือ SOFT SKILL สำคัญของผู้นำยุคใหม่ ไม่ใช่แค่คิดเก่ง แต่ต้องสื่อสารและโน้มน้าวไปด้วย” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 7)

“ดิฉันเริ่มต้นจากการบันทึกด้วยความรู้สึก “จำเป็นต้องทำ” แต่พอทำไปเรื่อย ๆ กลับพบว่ามันเป็นกระจุกสะท้อนการเติบโตของเรา เป็นเครื่องมือภาวะผู้นำที่จับต้องได้” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 8)

“กิจกรรมติดตามพัฒนาไม่ได้แค่ทำให้เราเห็นข้อดีของตัวเอง แต่ยังทำให้เราเปิดใจรับคำวิจารณ์เพื่อปรับปรุงในรอบถัดไป ฉันว่าผู้นำที่แท้คือคนที่กล้ายอมรับจุดอ่อนของตัวเอง” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 9)

“ในฐานะผู้ติดตาม PLC ฉันเห็นว่าครูที่ทำบันทึกต่อเนื่อง มีพัฒนาการที่เด่นชัด และมักจะกลายเป็น “ผู้นำโดยธรรมชาติ” เพราะมีข้อมูล มีการวางแผน และสื่อสารชัดเจน” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 10)

อภิปรายผลการวิจัย

1. กิจกรรมตั้งคำถามเชิงนวัตกรรม (Innovation Inquiry)

จากการสัมภาษณ์ครูทั้ง 10 คน เห็นว่ากิจกรรมตั้งคำถามเชิงนวัตกรรมในชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของครูในหลายประเด็นหลัก โดยทำให้เกิดการกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์และการตั้งคำถามเชิงลึก ตามทฤษฎีการเรียนรู้แบบตั้งคำถาม (Inquiry-Based Learning Theory) ที่ Bruner (1961) และ Dewey (1938) เน้นว่า การตั้งคำถามเป็นพื้นฐานสำคัญของการเรียนรู้ ที่สร้างความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง และเป็นจุดเริ่มต้นของการค้นพบความรู้ใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับบทบาทของกิจกรรมตั้งคำถามใน PLC ที่ช่วยกระตุ้นการเรียนรู้เชิงนวัตกรรม อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมบทบาทผู้นำแบบกระจาย (Distributed Leadership) ตามทฤษฎีภาวะผู้นำแบบกระจาย (Distributed Leadership Theory) ที่ Spillane (2006) ได้กล่าวไว้ว่า ภาวะผู้นำไม่ได้เป็นหน้าที่ของบุคคลเพียงคนเดียว แต่เป็นกระบวนการที่ผู้นำหลายคนมีส่วนร่วมร่วมกัน การตั้งคำถามเชิงนวัตกรรมในชุมชน PLC สะท้อนการมีส่วนร่วมและการกระจายบทบาทผู้นำอย่างชัดเจน

2. กิจกรรมทดลอง-สะท้อน (Prototype & Reflection)

จากการสัมภาษณ์ครูทั้ง 10 คน ทำให้ได้ข้อสรุปว่ากิจกรรมทดลอง-สะท้อน (Prototype & Reflection) ทำให้เกิดการทดลองแนวคิดหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ อย่างเป็นระบบ ซึ่งครูส่วนใหญ่เห็นว่าการได้ทดลองสิ่งใหม่ในบริบทจริงของโรงเรียนช่วยให้การเรียนรู้ที่แท้จริง และเป็นโอกาสในการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่เหมาะสมกับบริบทของตนเอง ตามหลักทฤษฎีการเรียนรู้จากการลงมือทำ (Experiential Learning Theory) ที่ Kolb (1984) เน้นได้ว่า การเรียนรู้ที่แท้จริงเกิดจากการลงมือทำ (Concrete Experience) ตามด้วยการสะท้อนผล (Reflective Observation) ซึ่งสอดคล้องกับกิจกรรมทดลอง-สะท้อนใน PLC ที่ช่วยให้ครูพัฒนาทักษะและภาวะผู้นำอย่างเป็นระบบ อีกทั้งยังมีการสะท้อนผลลัพธ์เพื่อการปรับปรุงและพัฒนา ทำให้ครูได้วิเคราะห์และเรียนรู้จากความสำเร็จและความล้มเหลว รวมทั้งปรับปรุงแนวทางการทำงานอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมให้เกิดความเป็นผู้นำที่มุ่งเน้นการพัฒนาอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับทฤษฎีการสะท้อน (Reflection Theory) ของ Schön (1983) ที่ได้เสนอแนวคิดเรื่อง “การสะท้อนในขณะปฏิบัติ” (Reflection-in-action) ซึ่งเป็นกระบวนการคิดวิเคราะห์และปรับเปลี่ยนการกระทำอย่างต่อเนื่องเพื่อแก้ไขปัญหา และยังมีการเสริมสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ร่วมกัน เพิ่มความมั่นใจและทักษะผู้นำตามทฤษฎีภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership Theory) ของ Mumford et al. (2002) ที่ชี้ให้เห็นว่าผู้นำที่มีประสิทธิภาพด้านนวัตกรรมจะต้องสามารถทดลองแนวคิดใหม่ ๆ และสะท้อนผลการทำงานเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง

3. กิจกรรมการเรียนรู้ร่วมกัน (Collaborative Learning)

กิจกรรมการเรียนรู้ร่วมกันในกระบวนการ PLC ซึ่งครูทั้ง 10 คน เห็นว่ามีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม โดยส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ จะเห็นได้ว่าครูเห็นว่า การเรียนรู้ร่วมกันช่วยเปิดโอกาสให้ทุกคนแบ่งปันแนวคิดและแนวปฏิบัติใหม่ ๆ ส่งเสริมการสร้าง

นวัตกรรมในโรงเรียน ทั้งยังสร้างความสัมพันธ์และความไว้วางใจระหว่างสมาชิก ทำให้ครูเกิดความเชื่อมั่นและความร่วมมือที่เข้มแข็ง ซึ่งเป็นฐานสำคัญของภาวะผู้นำที่มีประสิทธิภาพ ตามทฤษฎีการเรียนรู้ร่วมมือ (Collaborative Learning Theory) ของ Johnson and Johnson (1999) ที่ระบุไว้ว่าการเรียนรู้ร่วมมือช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการเรียนรู้ผ่านการแลกเปลี่ยนและการสนับสนุนซึ่งกันและกันในกลุ่ม และยังช่วยแก้ปัญหาและพัฒนากระบวนการเรียนการสอนอย่างมีประสิทธิภาพ การเรียนรู้ร่วมกันเปิดพื้นที่ให้ครูได้ช่วยกันวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาเชิงนวัตกรรมในชั้นเรียนและโรงเรียน ตามทฤษฎีชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (Professional Learning Community - PLC) ที่ DuFour and Eaker (1998) ได้เสนอว่า PLC เป็นกลไกสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ร่วมกันและพัฒนานวัตกรรมในสถานศึกษา

4. กิจกรรมเสริมวิสัยทัศน์และแรงบันดาลใจ (Vision & Inspiration)

การสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกันเป็นประเด็นสำคัญที่ได้จากการสัมภาษณ์ครู ทั้ง 10 คน ซึ่งทำให้เห็นว่าครูเห็นว่าการมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนและร่วมกันในชุมชนช่วยกระตุ้นให้ทุกคนมุ่งมั่นพัฒนานวัตกรรมและเป้าหมายของโรงเรียนไปในทิศทางเดียวกัน ตามทฤษฎีภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ (Transformational Leadership Theory) ที่ Bass (1985) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้นำเชิงวิสัยทัศน์สร้างแรงบันดาลใจ และกระตุ้นให้ผู้ตามมุ่งมั่นเปลี่ยนแปลงและพัฒนาสถานการณ์ อีกทั้งกิจกรรมเสริมวิสัยทัศน์และแรงบันดาลใจยังช่วยจุดประกายแรงบันดาลใจและความมุ่งมั่น มีความเชื่อมั่นที่จะริเริ่มและนำการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ พัฒนาภาวะผู้นำที่มีเป้าหมายและความคิดสร้างสรรค์ ช่วยให้เกิดภาวะผู้นำที่มีเป้าหมายชัดเจน และกล้าเสี่ยงสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ ทำให้เกิดแรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) ตามที่ Deci and Ryan (1985) ชี้ให้เห็นว่าแรงบันดาลใจภายในเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญในการสร้างความมุ่งมั่นและความคิดสร้างสรรค์

5. กิจกรรมบันทึกและวัดพัฒนา (Track & Showcase)

จากการให้สัมภาษณ์ครูทั้ง 10 คน ทำให้เห็นว่าครูส่วนใหญ่เห็นว่าการเก็บข้อมูลและติดตามพัฒนาการช่วยให้เห็นภาพรวมของความก้าวหน้าและจุดที่ต้องปรับปรุงอย่างชัดเจน ใช้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจและพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพสนับสนุนการตัดสินใจที่มีหลักฐาน ช่วยให้กระบวนการนวัตกรรมในโรงเรียนดำเนินไปอย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับทฤษฎีการจัดการโดยใช้ข้อมูล (Data-Driven Decision Making Theory) ของ Marsh et al. (2006) ที่เน้นความสำคัญของการใช้ข้อมูลในการติดตามและพัฒนาคุณภาพการศึกษาอย่างเป็นระบบ อีกทั้งยังมีการนำเสนอผลงานและความสำเร็จเพื่อสร้างแรงจูงใจ เพื่อเป็นการยกย่องและสร้างแรงบันดาลใจให้กับครูและทีมงานในการพัฒนาต่อเนื่อง ตามทฤษฎีการเรียนรู้แบบสะท้อนกลับ (Reflective Practice Theory) ที่ Schön (1983) ได้เสนอว่าการสะท้อนผลผ่านข้อมูลช่วยให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและสร้างนวัตกรรม และกิจกรรมบันทึกและวัดพัฒนา (Track & Showcase) ยังช่วยให้เกิดการเสริมสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ช่วยสร้างบรรยากาศ ที่เน้นการพัฒนาอย่างสม่ำเสมอและเปิดโอกาสให้ครูร่วมมือกันแก้ไขปัญหาและพัฒนานวัตกรรม สอดคล้อง กับทฤษฎี

การเปลี่ยนแปลงเชิงระบบ (Systems Change Theory) ที่ Fullan (2007) ได้กล่าวไว้ว่าการติดตามและประเมินผลช่วยให้การเปลี่ยนแปลงในระบบการศึกษามีประสิทธิภาพและยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากผลการวิจัยที่ได้กิจกรรมชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) มีหลากหลายกิจกรรมสามารถปรับใช้ได้ตามความเหมาะสมแต่ละบริบท

1.2 กิจกรรมชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) บางกิจกรรมอาจจะต้องใช้ระยะเวลานานในการดำเนินการ สามารถประยุกต์ใช้ในรูปแบบอื่นได้ ตามความเหมาะสม

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาสภาพปัจจุบัน และความต้องการจำเป็นของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ทันสมัย

2.2 ควรมีการศึกษาเป็นวงกว้างเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถใช้ยืนยันการพัฒนากิจกรรมชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) เพื่อส่งเสริมภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของครูผู้สอน

2.3 ควรมีการเปรียบเทียบความมีภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของครูผู้สอน เพื่อยืนยันประสิทธิภาพของกิจกรรมชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC)

เอกสารอ้างอิง

กาญจนา ไสภาคะ. (2565). เศรษฐกิจดิจิทัล: การเกิดและพัฒนาการ. วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร, 10(5), 1710–1725.

วรลักษณ์ ชูกำเนิด. (2557). โรงเรียนแห่งชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพครูเพื่อการพัฒนาวิชาชีพครูที่เน้นผู้เรียนรู้เป็นหัวใจสำคัญ. วารสารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 25(1), 93-102.

วิจารณ์ พานิช. (2555). วิธีการเรียนรู้เพื่อศิษย์ในศตวรรษที่ 21. ตลาดฟ้าปกเคชั่น.

We are CP. (2562, 10 กรกฎาคม). ทรูปลูกปัญญา... 12 ปี แห่งการสร้างสรรค์ สังคมแห่งการเรียนรู้คู่คุณธรรมอย่างยั่งยืน ร่วมสร้างคนเก่งและดีสู่สังคมไทย. We are CP.
<https://www.wearecp.com/n62-1007-2-0001/>

We are CP. (2567, 9 กันยายน). เครือเจริญโภคภัณฑ์และทรูปลูกปัญญาจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ จุดประกายการศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนต้นแบบคุณภาพของประเทศ (Let's Reunite , Together We Shine!) ให้กับโรงเรียนเจียรวนนท์อุทิศ โรงเรียนต้นแบบทรูปลูกปัญญาและโรงเรียน CONNEXT ED.
We are CP. <https://www.wearecp.com/truelookpanya-2024-09-09/>

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2554). แนวทางในการพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษา. สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.

- Bass, B. M. (1985). *Leadership and Performance Beyond Expectations*. Free Press.
- Bruner, J. S. (1961). The Act of Discovery. *Harvard Educational Review*, 31(1), 21-32.
- David, M., et al. (2018). *Collaborative School Leadership*. Newgen KnowledgeWorks Pvt. Ltd
- Deci, E. L. and Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic Motivation and Self-determination in Human Behavior*. Plenum.
- Dewey, J. (1938). *Experience and Education*. Macmillan Company.
- DuFour, R. and Eaker, R. (1998). *Professional Learning Communities at Work: Best Practices for Enhancing Student Achievement*. Solution Tree.
- DuFour, R. (2004). What is Professional Learning Community?. *Educational Leadership*, 61(8), 6-11.
- Fullan, M. (2007). *The New Meaning of Educational Change* (4th ed.). Teachers College Press.
- Johnson, D. W. and Johnson, R. T. (1999). Making Cooperative Learning Work. *Theory into Practice*, 38(2), 67-73. <https://doi.org/10.1080/00405849909543834>
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. Prentice Hall.
- Marsh, J. A., et al. (2006). *Making Sense of Data-Driven Decision Making in Education: Evidence from Recent RAND Research*. RAND Corporation.
- Mumford, M. D., et al. (2002). Leading Creative People: Orchestrating Expertise and Relationships. *The Leadership Quarterly*, 13(6), 705-750.
- Schön, D. A. (1983). *The Reflective Practitioner: How Professionals Think in Action*. Basic Books.
- Spillane, J. P. (2006). *Distributed Leadership*. Jossey-Bass.

คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการรถไฟสายไทย-เวียงจันทน์ (คำสะหวาด)
ผ่านความพึงพอใจของลูกค้า

Service Quality Affecting Intention to Use Thai-Vientiane (Khamsavath)

Railway Service through Customer Satisfaction

สุรศรี วงษ์วาท^{1*} และ สืบชาติ อันทะไชย²

Surasri Wongwart^{1*} and Subchat Untachai²

^{1,2}บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

^{1,2}Graduate School, Udon Thani Rajabhat University

*Corresponding author's email: 6670070101@udru.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

25 กรกฎาคม 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

19 สิงหาคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

28 กันยายน 2568

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพบริการ ความพึงพอใจของลูกค้า และความตั้งใจใช้บริการรถไฟสายไทย-เวียงจันทน์ (คำสะหวาด) 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพบริการต่อความตั้งใจใช้บริการโดยมีความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวแปรคั่นกลาง และ 3) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาบริการของการรถไฟแห่งประเทศไทยในเส้นทางรถไฟไทย-เวียงจันทน์ (คำสะหวาด) การวิจัยนี้เป็นแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methods Research) ประกอบด้วยการศึกษาเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการรถไฟสายไทย-เวียงจันทน์ (คำสะหวาด) จำนวน 400 คน ผ่านแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์สมการโครงสร้างแบบกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (PLS-SEM) การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 6 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า ระดับคุณภาพบริการ ความพึงพอใจของลูกค้า และความตั้งใจใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด คุณภาพบริการส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้าและความตั้งใจใช้บริการ นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังยืนยันว่าคุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการผ่านความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญ ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า ผู้ใช้บริการและเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่รับรู้คุณภาพบริการในระดับปานกลางถึงดี แต่ยังคงต้องการการปรับปรุงในด้านความทันสมัยของสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ ความสม่ำเสมอในการให้บริการ การตอบสนองของพนักงาน และความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลและระบบออนไลน์

คำสำคัญ: คุณภาพบริการ, ความพึงพอใจของลูกค้า, ความตั้งใจใช้บริการ, รถไฟสายไทย-เวียงจันทน์ (คำสะหวาด)

ABSTRACT

The objectives of this research were to 1) to examine the levels of service quality, customer satisfaction, and intention to use the Thai-Vientiane (Kham Savath) railway service. 2) to study the influence of service quality on the intention to use, with customer satisfaction as a mediating variable and 3) to propose strategic guidelines for service development of the Thai-Vientiane (KHAMSAVATH) railway service. The research employed a mixed-methods design, integrating both quantitative and qualitative approaches. Quantitative data were collected from 400 passengers through structured questionnaires and analyzed using descriptive statistics and Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The qualitative component consisted of in-depth interviews with six key informants, with data analyzed through content analysis. The quantitative findings revealed that service quality, customer satisfaction, and intention to use the service were all rated at high level. Service quality had a statistically significant positive influence on both customer satisfaction and intention to use. Furthermore, the analysis confirmed the role of customer satisfaction as a mediator, demonstrating that service quality significantly influences the intention to use through customer satisfaction. The qualitative findings indicated that both passengers and railway personnel generally perceived service quality to be moderate to good. However, areas in need of improvement were identified, particularly the modernity of physical facilities, consistency of service, staff responsiveness, and accessibility of information and online systems.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Intention to Use, Thai-Vientiane Railway

บทนำ

ปัจจุบัน ระบบราง เป็นการขนส่งที่สำคัญต่อการพัฒนาคมนาคมในประเทศ ทั้งการเดินทางของผู้โดยสารและการขนส่งสินค้า ตรงกับนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการให้ระบบรางเป็นการขนส่งหลักของประเทศ เพื่อลดต้นทุนโลจิสติกส์ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของเศรษฐกิจที่เติบโตขึ้น และยังช่วยให้ไทยเป็นศูนย์กลางในภูมิภาค รวมถึงเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยบริการที่ครบวงจร ทันสมัย และมีคุณภาพ (การรถไฟแห่งประเทศไทย, 2567)

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางคมนาคมถือเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ช่วยกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ การรถไฟแห่งประเทศไทย (รฟท.) มีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ ผ่านเครือข่ายเส้นทางรถไฟที่ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ โดยเส้นทางเหล่านี้

ไม่ได้เพียงเชื่อมโยงพื้นที่ภายในประเทศเท่านั้น แต่ยังมิบทบาทในการเชื่อมโยงการเดินทางระหว่างประเทศ หนึ่งในเส้นทางที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและการเชื่อมโยงระหว่างประเทศ คือ เส้นทางรถไฟ ไทย-ลาว ซึ่งทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมการเดินทางระหว่างประเทศไทยและประเทศลาว และยังมีบทบาทสำคัญในการขนส่งสินค้าและการส่งเสริมการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวระหว่างสองประเทศอีกด้วย การเชื่อมโยงทางรถไฟระหว่างประเทศไทยและลาวจึงถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจอย่างยิ่ง

การรถไฟแห่งประเทศไทย (รฟท.) ได้ขยายความร่วมมือกับรัฐวิสาหกิจรถไฟแห่งชาติประเทศลาว เพื่อยุติการให้บริการขบวนรถโดยสารระหว่างประเทศ เพื่อเป็นการช่วยเชื่อมโยงการเดินทางระหว่างไทยและลาวให้สะดวกและต่อเนื่องมากขึ้น ทั้งสำหรับประชาชนและนักท่องเที่ยวของทั้งสองประเทศ นโยบายนี้สอดคล้องกับโครงการ IGNITE THAILAND ของรัฐบาล (MGR Online, 2567) ที่มุ่งผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวระดับโลก แม้ว่าการขยายเส้นทางนี้จะมีศักยภาพสูงในการส่งเสริมเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว แต่การดึงดูดผู้โดยสารให้มาใช้บริการยังคงเป็นความท้าทายที่สำคัญ เนื่องจากต้องแข่งขันกับรูปแบบการเดินทางอื่น ๆ เช่น รถยนต์ส่วนตัวและรถโดยสารประจำทาง ซึ่งแต่ละรูปแบบใช้เวลาและค่าใช้จ่ายที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ ผู้โดยสารยังมีความกังวลเกี่ยวกับคุณภาพบริการในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นความตรงต่อเวลา, ความสะอาดของขบวนรถ, สิ่งอำนวยความสะดวกในสถานี และความสะดวกสบายโดยรวมเมื่อเทียบกับทางเลือกอื่น

จากความสำคัญดังกล่าว การศึกษานี้จึงมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการรถไฟสายไทย-เวียงจันทน์ (คำชะหวาด) และประเมินระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารในปัจจุบัน ผลการศึกษาที่ได้จะเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และเพื่อใช้ในการวางแผนนโยบายและพัฒนากลยุทธ์การบริการของการรถไฟแห่งประเทศไทยให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้โดยสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ นำไปสู่การยกระดับภาพลักษณ์องค์กร สร้างความภักดี และกระตุ้นให้ผู้โดยสารกลับมาใช้บริการซ้ำอย่างในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

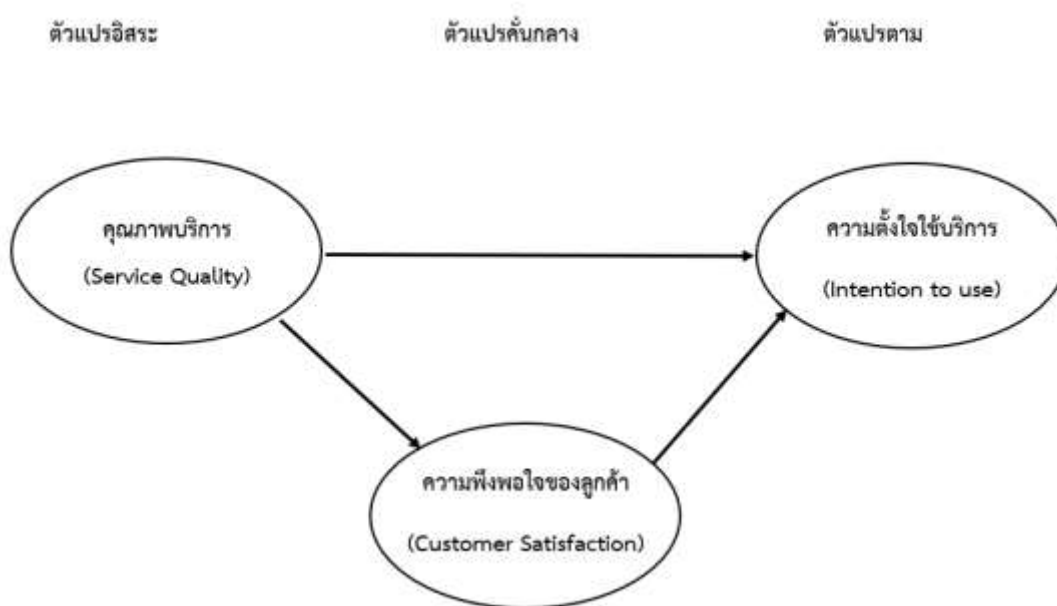
1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพบริการ ความพึงพอใจของลูกค้า และความตั้งใจใช้บริการรถไฟสายไทย-เวียงจันทน์ (คำชะหวาด)
2. เพื่อศึกษาคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการรถไฟสายไทย-เวียงจันทน์ (คำชะหวาด) ผ่านความพึงพอใจของลูกค้า
3. เพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการบริการของการรถไฟแห่งประเทศไทยในเส้นทางรถไฟไทย-เวียงจันทน์(คำชะหวาด)

สมมติฐานการวิจัย

1. คุณภาพบริการมีอิทธิพลเชิงบวกความพึงพอใจของลูกค้า

2. ความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการ
3. คุณภาพบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการ
4. คุณภาพบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการผ่านความพึงพอใจของลูกค้า

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ ในเรื่องคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการรถไฟฟ้าสายไทย-เวียงจันทน์ (คำชะหวาด) ผ่านความพึงพอใจของลูกค้า

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าระหว่างประเทศไทย-เวียงจันทน์(คำชะหวาด) ตั้งแต่เดือน กรกฎาคม 2567 - มกราคม 2568 จำนวน 288,700 คน (การรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย, 2568)

กลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงปริมาณ คือ ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าระหว่างประเทศไทย-เวียงจันทน์ (คำชะหวาด) โดยคำนวณขนาดตัวอย่างตามข้อเสนอของ Hair et al. (2010) ซึ่งกล่าวว่า การวิเคราะห์สถิติประเภทสมการ โครงสร้างควรกำหนดตัวอย่างประมาณ 5-10 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ การศึกษาครั้งนี้มีตัวแปรสังเกตได้ทั้งสิ้น จำนวน 17 ตัวแปร ($17 \times 10 = 170$) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำทั้งสิ้น เท่ากับ 170 ตัวอย่าง และเพื่อมีให้ จำนวนตัวอย่างเป็นอุปสรรคในการคำนวณค่าสถิติต่าง ๆ (Henseler et al., 2016) ดังนั้น งานวิจัยนี้ผู้วิจัยจึง

กำหนดขนาดของตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง มากกว่าจำนวนขั้นต่ำที่กำหนดไว้ ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

กลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ ผู้โดยสารที่ใช้บริการ จำนวน 3 คน เจ้าหน้าที่ของการรถไฟแห่งประเทศไทย จำนวน 2 คน ผู้บริหารหรือผู้ที่มีบทบาทในการวางแผนบริการ จำนวน 1 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ ส่วนที่ 2 เป็นคำถามในส่วนของปัจจัยคุณภาพบริการ ส่วนที่ 3 เป็นคำถามในส่วนของปัจจัยความพึงพอใจของลูกค้า ส่วนที่ 4 เป็นคำถามในส่วนของปัจจัยความตั้งใจใช้บริการ คำถามส่วนที่ 2 ถึงส่วนที่ 4 มีลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า โดยใช้เกณฑ์มาตรวัด 5 ระดับ และส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ มีลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ซึ่งข้อคำถามที่ใช้ได้ต้องมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป (Rovinelli and Hambleton, 1977) ผลการทดสอบพบว่า ทุกข้อคำถามผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนดโดยมีค่าระหว่าง 0.67 – 1.00 และตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 30 ชุด จากนั้นนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งต้องมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป (Hair et al., 2010) ผลการทดสอบพบว่าค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยรวมอยู่ที่ 0.890 ซึ่งถือว่ามีความน่าเชื่อถือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งแบ่งเนื้อหาประเด็นการสัมภาษณ์ออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ถูกสัมภาษณ์ และส่วนที่ 2 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการผ่านความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด เป็นคำถามที่มุ่งให้ผู้ถูกสัมภาษณ์มีอิสระในการตอบคำถามให้ตรงประเด็นในหัวข้อที่ทำการศึกษา

วิธีรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการแจกแบบสอบถามให้แก่ผู้ใช้บริการรถไฟสายไทย-เวียงจันทน์ (คำชะหวาด) โดยผู้วิจัยได้ขออนุญาตจากสารวัตรงานเดินรถแขวงนครราชสีมา และใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากนั้นนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาลงรหัสเพื่อวิเคราะห์ทางสถิติ

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยผู้วิจัยได้ทำหนังสือขออนุญาต นัดหมายวันเวลาและสถานที่ล่วงหน้า และมีการบันทึกเสียงพร้อมจดบันทึกเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแสดงผลในรูปแบบของความถี่และร้อยละ รวมถึงใช้วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อตัวแปรต่าง ๆ โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้วิธีการวิเคราะห์แบบสมการโครงสร้างด้วยเทคนิคกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (PLS-SEM) โดยขั้นตอนแรก การประเมินตัวแบบการวัด (Measurement Model Evaluation) เพื่อยืนยันความน่าเชื่อถือของเครื่องมือวัด (Reliability) โดยพิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Outer Loadings), ค่าความเที่ยงประกอบ (Composite Reliability: CR) และสัมประสิทธิ์อัลฟาของ ครอนบาค (Cronbach's Alpha) การทดสอบความตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) และความตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) และขั้นตอนที่สอง การประเมินตัวแบบโครงสร้าง (Structural Model Assessment) เพื่อทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย

การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยข้อมูลที่ได้จากการจดบันทึกและการถอดเทปบันทึกบทสัมภาษณ์ มาวิเคราะห์ สังเคราะห์ ตามหัวข้อที่กำหนดและนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของเรียงความ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 256 คน (ร้อยละ 64) อายุระหว่าง 30-40 ปี จำนวน 121 คน (ร้อยละ 30.3) สถานภาพโสด จำนวน 260 คน (ร้อยละ 30.3) สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 239 คน (ร้อยละ 59.8) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001-15,000 บาท จำนวน 104 คน (ร้อยละ 26) และส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 158 (ร้อยละ 39.5)

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการรถไฟฟ้าสายไทย-เวียงจันทน์ (คำชะหวาด) เป็นครั้งแรก จำนวน 341 คน (ร้อยละ 85.3) และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการโดยสารรถไฟฟ้ามากที่สุด คือ ชื่นชอบบรรยากาศในการเดินทาง จำนวน 206 คน (ร้อยละ 18.9) รองลงมาคือ ราคาถูก จำนวน 200 คน (ร้อยละ 18.4) มีความปลอดภัยสูงกว่าขนส่งอื่น ๆ จำนวน 176 คน (ร้อยละ 16.2) ความสะดวกสบายในการเดินทาง จำนวน 148 คน (ร้อยละ 13.6) หลีกเลี่ยงปัญหาการจราจร จำนวน 144 คน (ร้อยละ 13.2) ขั้นตอนในการใช้บริการไม่ยุ่งยากเมื่อเปรียบเทียบกับการเดินทางด้วยรูปแบบอื่น ๆ จำนวน 100 คน (ร้อยละ 9.2) สามารถนำสัมภาระไปได้มากกว่า จำนวน 94 คน (ร้อยละ 8.6) และน้อยที่สุดคือความเห็นอื่น ๆ จำนวน 20 คน (ร้อยละ 1.8) ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพบริการ ความพึงพอใจของลูกค้า และความตั้งใจใช้บริการของรถไฟฟ้าสายไทย-เวียงจันทน์ (คำชะหวาด) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการ ความพึงพอใจของลูกค้า และความตั้งใจใช้บริการ ในภาพรวม

อยู่ในระดับมากที่สุดโดยคุณภาพการบริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.33 ความพึงพอใจของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.26 และความตั้งใจใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.34

ตารางที่ 1 ผลการประเมินโมเดลการวัด

Constructs	Items	loading	CR	Cronbach's alpha	AVE
Service Quality			0.927	0.941	0.695
	Tangibles	0.820			
	Reliability	0.804			
	Responsiveness	0.851			
	Assurance	0.863			
	Empathy	0.877			
	Comfort	0.807			
Customer Satisfaction	Convenience	0.812			
			0.924	0.940	0.724
	SS1	0.855			
	SS2	0.878			
	SS3	0.842			
	SS4	0.796			
	SS5	0.861			
Intention to use	SS6	0.871			
			0.921	0.944	0.809
	IOU1	0.884			
	IOU2	0.887			
	IOU3	0.916			
	IOU4	0.910			

จากตารางที่ 1 ตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดในแบบจำลองมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่า 0.7 ขึ้นไป โดยมีค่าอยู่ระหว่าง 0.796-0.916 ถือว่ายอมรับได้ และมีความเชื่อถือในการวัดจากการพิจารณาค่า CR อยู่ระหว่าง 0.921-0.927 และ ค่า Cronbach's alpha มีค่าอยู่ระหว่าง 0.940-0.944 ซึ่งมากกว่าค่ามาตรฐาน 0.70 (Hair et al, 2010; Henseler et al, 2016) และ มีความตรงเชิงเหมือนที่พิจารณาจากค่า AVE พบว่าสูงกว่า 0.50 โดยมีค่าอยู่ระหว่าง 0.695-0.809 (Hair et al, 2010)

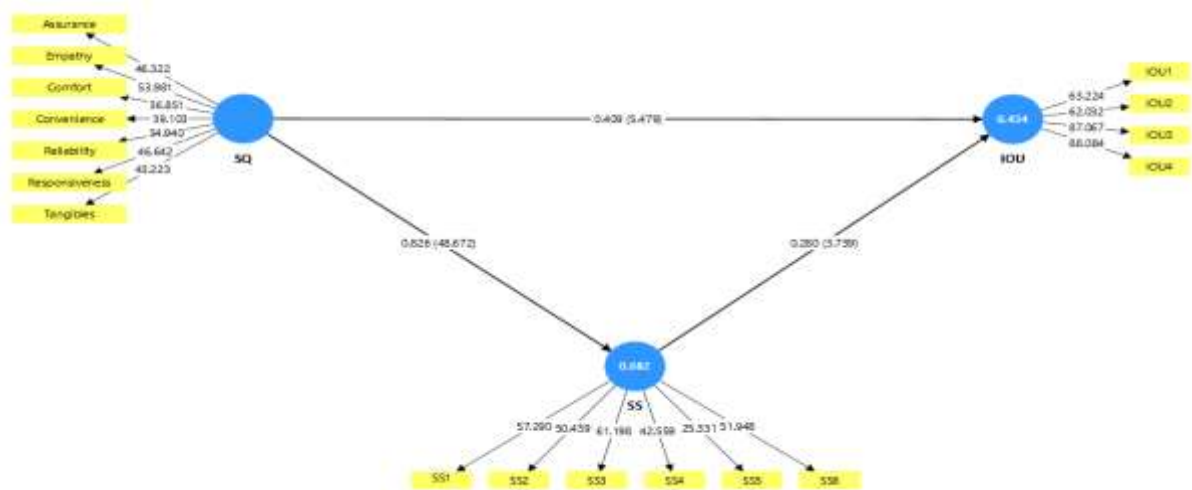
ตารางที่ 2 ค่าความตรงเชิงจำแนกวัดด้วยเกณฑ์ของ Fornell-Larcker

	Intention to use	Service Quality	Customer Satisfaction
Intention to use	0.899		
Service Quality	0.640	0.834	
Customer Satisfaction	0.617	0.826	0.851

ตารางที่ 3 ค่าความตรงเชิงจำแนกวัดด้วยเกณฑ์ของ Heterotrait-Monotrait Ratio of Correlations (HTMT)

	Intention to use	Service Quality	Customer Satisfaction
Intention to use			
Service Quality	0.687		
Customer Satisfaction	0.666	0.890	

จากตารางที่ 2 และ ตารางที่ 3 การทดสอบความตรงเชิงจำแนกของตัวแปรชีวิตของตัวแปรแฝงหนึ่ง ต้องสามารถแยกออกจากกันกับตัวแปรชีวิตของตัวแปรแฝงอื่นๆได้อย่างสิ้นเชิง การวัดเกณฑ์ของ Fornell-Larcker ระบุว่าค่ารากที่สองของความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (vAVE) ต้องสูงกว่า 0.7 และค่ารากที่สองของความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (vAVE) ขององค์ประกอบนั้นๆ จะต้องสูงกว่าค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงอื่นๆในโมเดลด้วย จากตารางที่ 2 ค่ารากที่สองของความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (vAVE) มีค่าสูงกว่า 0.7 และสูงกว่าค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงอื่นๆ ดังนั้นจึงถือว่าผ่านเกณฑ์ของ Fornell-Larcker และเกณฑ์ของ Heterotrait-Monotrait Ratio of Correlations (HTMT) ระบุว่าอัตราส่วนระหว่างค่าสหสัมพันธ์ขององค์ประกอบที่แตกต่างกับค่าสหสัมพันธ์ภายในองค์ประกอบเดียวกัน ซึ่งค่าทั้งหมดที่คำนวณได้ควรต่ำกว่าค่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้คือ 0.90 (Henseler et al, 2015) จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าค่า HTMT ทั้งหมดต่ำกว่า 0.90 ดังนั้นจึงถือว่าผ่านเกณฑ์ของ HTMT ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า โมเดลดังกล่าวมีความตรงเชิงจำแนกแยกจากกันและสามารถนำไปวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง



ภาพที่ 2 ผลการทดสอบการมีนัยสำคัญทางสถิติด้วยเทคนิค Bootstrapping

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	T statistics	P values	Result
Service Quality -> Customer Satisfaction	0.826	0.827	48.672	0.000	Supported
Customer Satisfaction -> Intention to use	0.280	0.278	3.739	0.000	Supported
Service Quality-> Intention to use	0.409	0.411	5.479	0.000	Supported
Service Quality-> Customer Satisfaction -> Intention to use	0.231	0.230	3.757	0.000	Supported

หมายเหตุ: ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $p < 0.05$, T-statistics > 1.96 สนับสนุนสมมติฐาน

ตารางที่ 5 ค่าอิทธิพลโดยรวม ค่าอิทธิพลทางตรง และค่าอิทธิพลทางอ้อม

ความสัมพันธ์ตัวแปรต้นและตัวแปรตาม	Direct Effect	Indirect Effect	Total Effect
Service Quality-> Intention to use	0.411*	0.230*	0.641*
Service Quality -> Customer Satisfaction	0.827*	-	0.827*
Customer Satisfaction -> Intention to use	0.278*	-	0.278*

หมายเหตุ: * $p < 0.05$

จากตารางที่ 4 และ ตารางที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า ($\beta=0.827$, $p<0.000$, $T=48.672$) สนับสนุนสมมติฐานที่ 1 ต่อมา คือ ความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการ ($\beta=0.278$, $p<0.000$, $T= 3.739$) สนับสนุนสมมติฐานที่ 2 คุณภาพบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการ ($\beta=0.411$, $p<0.000$, $T=5.479$) สนับสนุนสมมติฐานที่ 3 และคุณภาพบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการผ่านความพึงพอใจของลูกค้า ($\beta=0.230$, $p<0.000$, $T=3.757$) สนับสนุนสมมติฐานที่ 4 เมื่อพิจารณาค่าอิทธิพลโดยรวม จะเห็นว่าคุณภาพบริการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจใช้บริการผ่านความพึงพอใจลูกค้าอยู่ที่ 0.230 ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 และมีอิทธิพลรวมอยู่ที่ 0.641 ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตารางที่ 6 ประเด็นที่เกิดขึ้นจากการศึกษาเชิงคุณภาพ

Variables	Themes	Key Words / Key Responses	Frequency
คุณภาพ		"สะอาดใช้ได้", "สถานีไม่ทันสมัยมาก", "สิ่งอำนวยความสะดวก	15
บริการ	ลักษณะทางกายภาพ	พื้นฐานพอใช้แต่จำนวนอาจไม่พอ", "ขบวนรถสะอาดใช้งานได้ดีแต่ไม่ใหม่มาก"	
	ความน่าเชื่อถือ	"ครั้งล่าสุดตรงเวลา แต่บางครั้งไม่ตรงเวลา", "ตรงต่อเวลา", "ได้ตามมาตรฐานที่กำหนด"	7
	การตอบสนอง	"พร้อมให้ความช่วยเหลือ", "ความเร็วในการให้บริการ", "รวดเร็วในการแก้ปัญหา" "พร้อมช่วยเหลือเสมอ"	9
	ความมั่นใจ	"ความรู้ความสามารถ", "สามารถตอบคำถามได้ชัดเจน", "สุภาพมาก", "ให้คำแนะนำดีมาก"	12
	การเอาใจใส่	"พอใช้ ไม่ได้มาเตือนเมื่อใกล้ถึงปลายทาง", "เอาใจใส่ผู้โดยสารดีมาก", "การสื่อสาร", "การแจ้งเตือน"	3
	ความสะดวกสบาย	"หาที่นั่งสะดวก", "ที่นั่งแข็ง นั่งไม่สบาย", "แอร์เย็นมาก", "เปิดไฟสว่างเกินไป", "สะดวกสบายพอสมควร"	5
	ความสะดวกในการใช้บริการ	"เข้าถึงข้อมูลการเดินทางดี", "สะดวกในการซื้อตั๋ว ณ จุดสถานี", "ระบบออนไลน์สะดวกแต่ควรมีการแนะนำเพิ่มเติม"	14

จากตารางที่ 6 พบว่า แนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการบริการ ประเด็นที่ถูกกล่าวถึงบ่อยที่สุดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ เช่น ความสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวก และความทันสมัยของสถานีและขบวนรถ รองลงมาคือ ด้านความสะดวกในการใช้บริการ โดยเฉพาะการซื้อตั๋วและเข้าถึงข้อมูลที่ควรใช้งานง่ายและสะดวก ในด้านความมั่นใจ ผู้ให้ข้อมูลชื่นชมเรื่องความสุภาพ และความสามารถในการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่ ขณะที่ด้านการตอบสนอง แม้จะได้รับการชื่นชมใน ด้านการช่วยเหลือและการแก้ปัญหาในบางสถานการณ์ แต่ยังมีข้อจำกัดในช่วงที่มีผู้โดยสารจำนวนมาก ส่วนด้านความน่าเชื่อถือ โดยเฉพาะเรื่องความตรงต่อเวลา ได้รับการประเมินในเกณฑ์ที่ดี สำหรับด้านความสะดวกสบาย และด้านการเอาใจใส่ แม้จะถูกกล่าวถึงน้อยกว่า แต่ก็มีผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจใช้บริการ ซึ่งเป็นส่วนที่ควรได้รับการพัฒนาเพื่อยกระดับคุณภาพบริการในภาพรวม คุณภาพบริการทั้ง 7 มิติ ต่างมีบทบาทร่วมกันและเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการใช้บริการของผู้ใช้บริการ

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการรถไฟฟ้าสายไทย-เวียงจันทน์ (คำสรวาด) ผ่านความพึงพอใจของลูกค้า โดยทำการศึกษาวิจัยได้ผลการวิจัยที่นำมาอภิปรายแต่ละประเด็น ดังนี้

1. ผลการศึกษาค่าอิทธิพลของคุณภาพบริการและความพึงพอใจของลูกค้า พบว่า คุณภาพบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า แสดงให้เห็นว่า การที่ผู้ใช้บริการรับรู้ว่าคุณภาพ

ในมิติต่าง ๆ จะนำไปสู่ความพึงพอใจ นอกจากนี้ มิติของคุณภาพบริการยังมีความเชื่อมโยงกัน เช่น ลักษณะทางกายภาพที่ดี (สถานที่สวยงาม) สามารถส่งผลให้ลูกค้ารับรู้ถึงการเอาใจใส่ของพนักงานได้ดีขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่ความมั่นใจและความน่าเชื่อถือในที่สุด ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ong et al. (2024) ที่ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์คุณภาพการบริการและความพึงพอใจของลูกค้าในการขนส่งรถจักรยานยนต์รับจ้างในประเทศฟิลิปปินส์ผ่านมิติ SERVQUAL และทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม พบว่า คุณภาพบริการมีผลกระทบโดยตรงเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้า การให้บริการที่ดีโดยรวม การคุ้มค่าเงิน และการมีข้อกังวลน้อยกว่าเมื่อเทียบกับขนส่งสาธารณะอื่น (ยกเว้นเรื่องความปลอดภัย) ล้วนส่งผลให้ผู้โดยสารแสดงความพึงพอใจ โดยมิติด้านความเป็นรูปธรรม (Tangibles) มีบทบาทสำคัญที่สุดรองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือ (Reliability), ความมั่นใจ (Assurance), และความเห็นอกเห็นใจ (Empathy)

2. ผลการศึกษาค่าอิทธิพลของความพึงพอใจของลูกค้าและความตั้งใจใช้บริการ พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการ แสดงให้เห็นว่า เมื่อผู้ให้บริการได้รับประสบการณ์ที่ดีและการบริการที่ดี ก็เกิดความรู้สึกพึงพอใจ ย่อมมีแนวโน้มสูงที่จะกลับมาใช้บริการอีกในอนาคต หรือเลือกใช้บริการนี้เป็นตัวเลือกหลักในการเดินทาง รวมถึงการแนะนำให้บุคคลอื่นมาใช้บริการ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lieophairot and Rojniruttikul (2023) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้าของการรถไฟแห่งประเทศไทย (รฟท.) พบว่า ความพึงพอใจในบริการมีอิทธิพลโดยตรงเชิงบวกที่แข็งแกร่งที่สุดต่อการตัดสินใจใช้บริการ รฟท. การที่ผู้ใช้บริการรู้สึกพึงพอใจต่อการบริการที่ได้รับ ไม่ว่าจะเป็นความเสมอภาคในการให้บริการ, การบริการที่ทันเวลา, เพียงพอ, ต่อเนื่อง และก้าวหน้าเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญให้เกิดความตั้งใจที่จะใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

3. ผลการศึกษาของคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการ พบว่า การที่ผู้ใช้บริการรับรู้ว่าการรถไฟมีคุณภาพดีในมิติต่าง ๆ เช่น ความน่าเชื่อถือในการตรงต่อเวลา, ความปลอดภัยในการเดินทาง, และความสะอาดสบายในการใช้บริการ สามารถสร้างความเชื่อมั่นและทัศนคติที่ดีต่อบริการ ซึ่งนำไปสู่ความตั้งใจใช้บริการในอนาคตได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Watthanaklang et al. (2024) ที่ศึกษาเรื่อง การสำรวจการรับรู้ความสามารถในการเข้าถึงและคุณภาพบริการของระบบขนส่งสาธารณะในท้องถิ่นในประเทศไทย พบว่าคุณภาพการบริการมีผลโดยตรงต่อความตั้งใจใช้บริการของผู้โดยสารในระบบขนส่งสาธารณะท้องถิ่น และยังพบอีกว่ามิติที่สำคัญของคุณภาพการบริการ เช่น ความน่าเชื่อถือ (Reliability), การตอบสนอง (Responsiveness) และ ความปลอดภัย (Safety) มีบทบาทสำคัญในการสร้างความไว้วางใจและเป็นการกระตุ้นให้เกิดความตั้งใจใช้บริการเชิงบวก

4. ผลการศึกษาของคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการผ่านความพึงพอใจของลูกค้า พบว่า คุณภาพบริการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจใช้บริการผ่านความพึงพอใจของลูกค้า จากผลการวิเคราะห์นี้สนับสนุนบทบาทของความพึงพอใจของลูกค้าในฐานะตัวแปรคั่นกลาง อย่างมีนัยสำคัญ แสดงให้เห็นว่า คุณภาพบริการที่ดีจะนำไปสู่ความพึงพอใจที่สูงขึ้น และความพึงพอใจนี้จะเป็นกลไกสำคัญที่ส่งเสริมให้ผู้ใช้บริการมีความตั้งใจที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าสายนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hizam et al. (2021)

ศึกษาเรื่อง การทำความเข้าใจคุณภาพบริการรถไฟฟ้าสาธารณะต่อพฤติกรรมความภักดีของผู้โดยสารในเกรเทอร์ กัวลาลัมเปอร์ พบว่า ความพึงพอใจของผู้โดยสารทำหน้าที่เป็นตัวแปรคั่นกลาง ในความสัมพันธ์ระหว่าง คุณภาพบริการกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ซึ่งแสดงให้เห็นว่าคุณภาพบริการไม่เพียงส่งผลโดยตรงต่อ ความตั้งใจใช้บริการ แต่ยังส่งผลผ่านการสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นก่อน ซึ่งความพึงพอใจนั้นจะไป เสริมสร้างความตั้งใจใช้บริการให้มากขึ้นอีกที

5. แนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการบริการของรถไฟฟ้าสายไทย-เวียงจันทน์ (คำชะหวาด) จากผลการศึกษา พบว่า การยกระดับบริการรถไฟฟ้าสายไทย-เวียงจันทน์ (คำชะหวาด) ต้องมุ่งเน้นการพัฒนา แบบองค์รวม โดยในระยะสั้นจำเป็นต้องปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ เช่น ความสะอาดและความ สะดวกสบาย ควบคู่ไปกับการเพิ่มประสิทธิภาพบุคลากรด้านการสื่อสารและระบบการให้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือ นอกจากนี้ การอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงบริการผ่านระบบตั๋วออนไลน์และการลดขั้นตอนข้ามแดนถือเป็นสิ่งสำคัญ สำหรับการพัฒนาระยะยาว การผลักดันโครงการรถไฟฟ้าความเร็วสูงและบริการขนส่งที่ต่อเนื่อง เป็นแนวทางที่จะช่วยยกระดับคุณภาพบริการ สร้างความพึงพอใจ และตอบสนองความคาดหวังของผู้โดยสาร ได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

1.1 ด้านลักษณะทางกายภาพ ควรปรับปรุงสถานีและขบวนรถให้ทันสมัย สะอาด และสวยงาม เช่น เพิ่มจุดชาร์จแบตเตอรี่, Wi-Fi ฟรี, และป้ายข้อมูลดิจิทัลที่ชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการดูแลความสะอาดของ ห้องน้ำและที่นั่งพักคอย

1.2 ด้านความน่าเชื่อถือ ควรให้ความสำคัญสูงสุดกับการรักษาความตรงต่อเวลาในการเดินรถ พัฒนาระบบการแจ้งเตือนสถานะขบวนรถที่แม่นยำและเข้าถึงง่ายผ่านช่องทางดิจิทัล เพื่อให้ผู้โดยสารสามารถวางแผนการเดินทางได้อย่างมั่นใจ

1.3 ด้านการตอบสนอง ควรพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ พร้อมแสดงความกระตือรือร้นในการให้บริการและตอบคำถาม

1.4 ด้านความมั่นใจ ควรจัดอบรมพนักงานให้มีความรู้ในข้อมูลบริการอย่างถูกต้อง แม่นยำ และสามารถสื่อสารได้อย่างน้อย 2 ภาษา (ไทย-อังกฤษ) เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้โดยสารทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมถึงการแต่งกายที่สุภาพและดูเป็นมืออาชีพ

1.5 ด้านการเอาใจใส่ ควรส่งเสริมให้พนักงานมีความใส่ใจในความต้องการของผู้โดยสารเป็นรายบุคคล เช่น การให้คำแนะนำพิเศษแก่ผู้เดินทางครั้งแรก ผู้สูงอายุ หรือผู้ที่ต้องการความช่วยเหลือ ควรมีระบบการแจ้งเตือนเมื่อใกล้ถึงสถานีปลายทางที่ชัดเจน

1.6 ด้านความสะดวกสบาย ควรพิจารณาปรับปรุงคุณภาพของที่นั่งโดยสารให้รองรับสรีระและนั่งสบายขึ้นสำหรับการเดินทางระยะไกล พร้อมทั้งควบคุมอุณหภูมิภายในขบวนรถและระบบแสงสว่างไม่ให้รบกวนการพักผ่อนของผู้โดยสาร

1.7 ด้านความสะดวกในการใช้บริการ ควรพัฒนาระบบการซื้อและจองตั๋วออนไลน์ให้ใช้งานง่าย พร้อมทั้งประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อลดขั้นตอนการตรวจคนเข้าเมืองให้รวดเร็วและสะดวกยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำการศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่อาจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการเพิ่มเติม เช่น ภาพลักษณ์องค์กรของการรถไฟแห่งประเทศไทย (Brand Image) การบอกต่อ (Word-of-Mouth) ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ หรือความไว้วางใจ (Trust)

2.2 ควรศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้และความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อบริการรถไฟสายนี้ กับรูปแบบการเดินทางอื่นๆ ที่เป็นทางเลือกในเส้นทางเดียวกัน เพื่อให้เข้าใจจุดแข็งและจุดที่ควรพัฒนาในการแข่งขัน

เอกสารอ้างอิง

- การรถไฟแห่งประเทศไทย. (2567). *ประวัติ รฟท.* <https://bit.ly/4fSjXTp>
- การรถไฟแห่งประเทศไทย. (2568). *พัฒนาเทคนิคขนส่งผู้โดยสาร.* <http://bit.ly/4dJ6uOq>
- MGR Online. (2567). *รฟท.ร่วมประชุมรัฐวิสาหกิจรถไฟแห่งชาติลาว เตรียมพร้อมก่อนเปิดเดินรถไฟเวียงจันทน์ ก.ค.นี้.* <https://mgronline.com/uptodate/detail/9670000049074>
- Fornell, C. and Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50
- Hair, J. F., et al. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Prentice Hall.
- Henseler, J., et al. (2016). Using PLS Path Modeling in New Technology Research: Updated Guidelines. *Industrial Management & Data Systems*, 116(1), 2–20.
- Henseler, J., et al. (2015). A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance Based Structural Equation Modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135.
- Hizam, S. M., et al. (2021). Understanding the Public Rail Quality of Service Towards Commuters' Loyalty Behavior in Greater Kuala Lumpur. *Transportation Research Procedia*, 55, 370–377.
- Lieophairot, C. and Rojniruttikul, N. (2023). Factors Affecting State Railway of Thailand (SRT) Passenger Train Service Use Decision: A Structural Equation Model. *Heliyon*, 9(5).

- Ong, A. K. S., et al. (2024). Service Quality and Customer Satisfaction Analysis among Motorcycle Taxi Transportation in the Philippines through SERVQUAL Dimensions and Social Exchange Theory. *Case Studies on Transport Policy*, 15, 101139.
- Rovinelli, R.J. and Hambleton, R.K. (1977). On the Use of Content Specialists in the Assessment of Criterion Referenced Test Item Validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- Watthanaklang, D., et al. (2024). Exploring Accessibility and Service Quality Perceptions on Local Public Transportation in Thailand. *Case Studies on Transport Policy*, 15, 101144.

การพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายมรดกให้กับประชาชนในพื้นที่
องค์การบริหารส่วนตำบลขามป้อม อำเภอพระยืน จังหวัดขอนแก่น
Developing Knowledge and Understanding of Law of Succession for People in
the Area of Kham Pom Subdistrict Administrative Organization,
Phra Yuen District, Khon Kaen Province

หทัยวรรณ ธัญญพานิชย์^{1*} และ ประมุข ศรีชัยวงศ์²

Hathaiwan Tunyapanich^{1*} and Pramuk Srichaiwong²

¹หลักสูตรนิติศาสตรบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

²หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

¹Bachelor of Laws Program, Faculty of Social Sciences and Humanities, Northeastern University

²Master of Public Administration, Program in Public Administration,
Faculty of Social Sciences and Humanities, Northeastern University

*Corresponding author's email: hathaiwan.tun@neu.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

4 กรกฎาคม 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

29 สิงหาคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

28 กันยายน 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายมรดกให้กับประชาชนในพื้นที่ องค์การบริหารส่วนตำบลขามป้อม อำเภอพระยืน จังหวัดขอนแก่น มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษา ระดับความต้องการรับรู้ของประชาชนด้านกฎหมายมรดก และ 2) ศึกษาแนวทางการพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายมรดกให้กับประชาชน เป็นการศึกษาวิจัยแบบผสมวิธี ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือวิจัยประกอบด้วย แบบสอบถามและประเด็นการสัมภาษณ์เชิงลึก ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 325 คน จากสูตรคำนวณของ ทาโร ยามาเนะ และกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 12 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้สถิติพื้นฐานเพื่อหาค่า ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายมรดกของประชาชนในภาพรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายมรดกพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.277$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านความต้องการพัฒนาความรู้กฎหมายมรดกอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.659$) รองลงมาได้แก่ ด้านการเข้าถึงข้อมูลกฎหมายมรดกอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.635$) และด้านผลกระทบจากกฎหมายมรดกอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.228$) ตามลำดับ

ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับกฎหมายมรดกให้กับประชาชน พบว่ามี 5 แนวทาง คือ 1) การสร้างความร่วมมือระหว่างหลักสูตรกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อกำหนดกิจกรรมและแนวทางการพัฒนาร่วมกันอย่างเป็นระบบ 2) การให้ความรู้ทางกฎหมายมรดกแก่ประชาชนที่หลากหลายและเข้าถึงได้ง่าย 3) การจัดกิจกรรมพัฒนาความสามารถด้านกฎหมายให้กับประชาชนและผู้นำชุมชน 4) การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายมรดกและกฎหมายที่สำคัญที่เข้าถึงได้ง่าย และ 5) จัดตั้งศูนย์ให้ความช่วยเหลือด้านกฎหมายมรดกหรือกฎหมายทั่วไปในชุมชน

คำสำคัญ: การพัฒนาความรู้กฎหมายมรดก, ความเข้าใจกฎหมายมรดก, กฎหมายมรดก

ABSTRACT

The research on the development of knowledge and understanding of Succession Law for people in the area of Kham Pom Subdistrict Administrative Organization, Phra Yuen District, Khon Kaen Province, aimed to: 1) study the level of people's awareness of Succession Law needs and 2) study the guidelines for developing knowledge and understanding of Succession Law. This is a mixed method research between quantitative research and qualitative research. The research instrument consisted of questionnaires and in-depth interviews. Data were collected from a sample of 325 respondents, using Taro Yamane's formula, and a target group of 12 participants. Quantitative data were analyzed using basic statistical methods to determine frequencies, percentages, means, and standard deviations, while qualitative data were analyzed using content analysis.

The results of the research study found that the overall level of knowledge and understanding of Succession Law among respondents was moderate ($\bar{X} = 3.277$). When considering each aspect, it was found that the need to develop knowledge of Succession Law was at a high level ($\bar{X} = 3.659$), followed by access to information on Succession Law at a moderate level ($\bar{X} = 3.635$), and the impact of Succession Law was also at a moderate level ($\bar{X} = 3.228$), respectively.

The results of the study on guidelines for developing knowledge and understanding of Succession Law for the public found five approaches: 1) establishing cooperation between the Laws Program and local administrative organizations to systematically implement activities and development guidelines, 2) providing accessible and diverse knowledge about Succession Law to the public, 3) organizing activities to develop legal capacity for the public and community leaders, 4) publicizing and disseminating knowledge about Succession Law and

significant laws that are easily accessible, and 5) establishing a community-based assistance centre for Succession Law or general law in the community.

Keywords: Development of Knowledge of Succession Law, Understanding of Succession Law, Succession Law

บทนำ

กฎหมาย คือ กฎเกณฑ์ที่วางระเบียบเพื่อการอยู่ร่วมกันในสังคม โดยมีสภาพบังคับให้บุคคลกระทำหรืองดเว้นการกระทำเพื่อกำหนดความประพฤติของบุคคลในรัฐ หากผู้ใดฝ่าฝืนจะมีความผิดและถูกลงโทษตามที่กฎหมายกำหนดไว้ ดังนั้น กฎหมายจึงมีความสำคัญในการควบคุมสังคมให้มีระเบียบแบบแผน กล่าวคือ “ที่ใดมีสังคม ที่นั่นมีกฎหมาย” โดยมีกฎหมายรัฐธรรมนูญมีสถานะเป็นกฎหมายสูงสุดซึ่งกฎหมายอื่นใดจะขัดหรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญไม่ได้ (มานิตย์ จุมปา, 2565) ซึ่งประเทศไทยใช้กฎหมายมี 4 มุมเมือง ได้แก่ กฎหมายอาญา กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ กฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง และกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา แต่อย่างไรก็ตามกฎหมายเกี่ยวข้องกับบุคคลตั้งแต่เกิดจนตายสำหรับประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์เป็นกฎหมายที่บัญญัติขึ้นเพื่อให้ประชาชนได้ใช้เป็นบรรทัดฐานในการกำหนดสิทธิ หน้าที่ และความรับผิดชอบของบุคคลในทางแพ่ง ซึ่งประกอบไปด้วย 6 บรรพ คือ หลักทั่วไป หนี้ เอกเทศสัญญา ทรัพย์สืบทอด ครอบครอง และมรดก (กิริติ กาญจนรินทร์, 2566) ซึ่งกฎหมายลักษณะมรดกจะกำหนดว่าบุคคลมี สิทธิ หน้าที่ และความรับผิดชอบอย่างไร ตั้งแต่มีสภาพบุคคลจนสิ้นสภาพบุคคล (วรพจน์ วิสสุตพิชญ์, 2549) กฎหมายมรดกบัญญัติขึ้นมาจากจารีตประเพณีของไทยเป็นส่วนใหญ่ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับทรัพย์สืบทอด ตลอดจน สิทธิ หน้าที่ และความรับผิดชอบทั้งหลายของผู้ตาย (นุชทิพย์ บรรจงศิลป์, 2540) ที่จะตกทอดไปยังทายาททันทีเมื่อเจ้ามรดกถึงแก่ความตาย (เพริยบ หุตางกูร, 2566) ซึ่งในโลกยุคดิจิทัล วัฒนธรรมไทยที่เป็นรากเหง้าและได้รับอิทธิพลทั้ง “แนวคิดและค่านิยมแบบตะวันตก (ต่างชาติ) เข้ามา ทำให้รูปแบบความสัมพันธ์ของคนในสังคมไทยเปลี่ยนแปลงไป” (ประทวน วันนิจ และ มนูญ สอนโพนงาม, 2565) อีกทั้ง “การเชื่อมต่อระหว่างผู้คนจากทุกมุมโลก ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูลข่าวสารอย่างไร้ขีดจำกัด รวมทั้งแนวคิดและมุมมองของคนรุ่นใหม่ มีความแตกต่างจากคนรุ่นก่อนอย่างชัดเจน ไม่เพียงแต่มีวิธีคิดที่เปิดกว้างและหลากหลายและความเท่าเทียมในสังคมเท่านั้น อีกทั้งเป็นการขับเคลื่อนโลกในทิศทางที่ไม่เหมือนเดิม” เช่น แนวคิดการไม่ต้องการมีบุตร (ปัทมร ชัยวัฒน์, 2560) อัตราการหย่าร้างจำนวนสูงขึ้น การไม่จดทะเบียนสมรส อัตราการจดทะเบียนสมรสที่ลดลง อัตราการจดทะเบียนหย่ามีอัตราที่สูงขึ้น อัตราจดทะเบียนรับรองบุตรเพิ่มขึ้น การเรียกร้องสิทธิของกลุ่มหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) (ปริญ อารัมเรืองกุล, 2564) การสมรสเท่าเทียม หรือการมีทรัพย์สืบทอดในรูปแบบดิจิทัล ส่งผลให้ปริมาณคดีขอจัดการมรดกทั่วประเทศประจำปี พ.ศ. 2566 มีปริมาณมากอยู่ในอันดับ 6 จำนวน 119,825 ข้อหา (สื่อศาล, 2566) กฎหมายมรดกเป็นกฎหมายที่ว่าด้วย ลักษณะ 1 บทเบ็ดเสร็จทั่วไป (มาตรา 1599 - 1619) ลักษณะ 2 สิทธิโดยธรรมในการรับมรดก (มาตรา 1620 - 1645)

ลักษณะ 3 พินัยกรรม (มาตรา 1646 – 1710) ลักษณะ 4 วิธีจัดการและปันทรัพย์มรดก (มาตรา 1711 – 1752) ลักษณะ 5 มรดกที่ไม่มีผู้รับ (มาตรา 1753) และลักษณะ 6 อายุความ (มาตรา 1754 – 1755) ซึ่งใช้บังคับกับคนชาติและคนต่างด้าวที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย ยกเว้น อิสลามศาสนิกชนใน 4 จังหวัดภาคใต้ของ ไทย ได้แก่ ปัตตานี นราธิวาส ยะลา และสตูล (บวรศักดิ์ อุวรรณโณ, 2548) สำหรับกฎหมายมรดก ถือเป็น บทบัญญัติที่สำคัญสำหรับประชาชนในการจัดการด้านทรัพย์สิน แต่ปรากฏว่าประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศ ยังขาดความรู้ความเข้าใจพื้นฐานที่สำคัญจนมีการแก้ไขกฎหมายมรดกอยู่ในบรรพ 6 ประมวล กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ซึ่งเริ่มใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2478 (พรชัย สุนทรพันธุ์, 2562) แต่อย่างไรก็ตาม ความรู้ความเข้าใจของประชาชนต่อพื้นฐานกฎหมายมรดกยังอยู่ในลักษณะต่ำ เช่น นิยาม ความหมายของมรดก ประเภททายาท ลำดับทายาท สิทธิและหน้าที่ของทายาท การจดทะเบียนสมรส คู่สมรส สิ้นส่วนตัว และสิ้นสมรส การทำพินัยกรรมและผลทางกฎหมาย บิดานอกกฎหมายไม่มีสิทธิรับมรดกบุตร การกำจัดไม่ให้รับมรดกของทายาทลำดับก่อนหรือลำดับเดียวกัน ความสามารถในการเป็นพยานในพินัยกรรม และพยานรับรองลายพิมพ์นิ้วมือ การจัดการมรดก การจัดการภาษีต่างๆ การแบ่งปันทรัพย์มรดก ความแตกต่างระหว่างการให้และทรัพย์มรดก ทรัพย์สินของพระภิกษุ มรดกที่ไม่มีผู้รับ ตลอดจนอายุความ เมื่อเจ้ามรดกถึงแก่ความตาย แต่ไม่ได้วางแผนจัดการทรัพย์มรดกส่งผลให้เกิดปัญหาความขัดแย้งระหว่าง ทายาท รวมทั้งผู้มีส่วนได้เสีย ทำให้กระทบต่อความสัมพันธ์ในสถาบันครอบครัว ซึ่งเป็นสถาบันพื้นฐานของ สังคมและกระทบต่อแผนปฏิบัติการด้านครอบครัว พ.ศ. 2566 – 2570 ที่มีเป้าหมายในการเสริมสร้างสถาบัน ครอบครัวให้มีความเข้มแข็ง และบางกรณีเป็นสาเหตุให้นำไปสู่ความรุนแรงจนเกิดความสูญเสีย ทำร้ายร่างกาย ชีวิตและทรัพย์สิน และอาจนำไปสู่การฟ้องร้องดำเนินคดี ส่งผลให้เสียเวลา เสียค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ทั้งค่าเดินทาง ค่าธรรมเนียมศาล ค่าจ้างทนายความ และเสียสุขภาพจิต (ธนกร วรพิทักษานนท์, 2566; อัมพร ณ ตะกั่วทุ่ง, 2550; ธีรวิทย์ รักเล่ง, 2564)

จังหวัดขอนแก่น เป็นหนึ่งในเมืองหลักของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีขนาดพื้นที่ใหญ่เป็นอันดับ ที่ 6 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมีประชากรมากเป็นอันดับที่ 3 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แบ่งเขต การปกครองออกเป็น 26 อำเภอ 199 ตำบล 2331 หมู่บ้าน และแบ่งออกเป็น องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาลนคร 1 แห่ง เทศบาลเมือง 6 แห่ง เทศบาลตำบล 77 แห่ง และองค์การบริหารส่วนตำบล 140 แห่ง องค์การบริหารส่วนตำบลขามป้อม อำเภอพระยืน จังหวัดขอนแก่น เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่มีพื้นที่รับผิดชอบ 33.15 ตารางกิโลเมตร มีประชากร 2,064ครัวเรือน 5,606 คน ประกอบอาชีพทางด้านการเกษตรเป็นหลัก (องค์การบริหารส่วนตำบลขามป้อม, 2568) จากการลงพื้นที่บริการวิชาการของ คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่าประชาชนมีความสนใจใน ด้านกฎหมาย โดยเฉพาะกฎหมายมรดกที่เกิดปัญหาการพิพาทระหว่างทายาท การจัดการทรัพย์สิน ภาษีและ ค่าธรรมเนียมที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับกฎหมายมรดกที่ควรรู้ เป็นต้น

การศึกษาวิจัยนี้ ต้องการแก้ปัญหาให้กับประชาชนในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลขามป้อม อำเภอยะยี่ จังหวัดขอนแก่น ให้มีความรู้ความเข้าใจและเป็นแนวปฏิบัติที่ถูกต้องตามหลักกฎหมายมรดก ซึ่งจะเป็นการช่วยลดปัญหาและผลกระทบ และเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาในชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายมรดกที่ควรรู้ของประชาชนในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลขามป้อม อำเภอยะยี่ จังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับกฎหมายมรดกให้กับประชาชนพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลขามป้อม อำเภอยะยี่ จังหวัดขอนแก่น

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ ประชาชนในเขตพื้นที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลขามป้อม อำเภอยะยี่ จังหวัดขอนแก่น จำนวนทั้งสิ้น 5,606 คน (องค์การบริหารส่วนตำบลขามป้อม)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนในเขตพื้นที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลขามป้อม อำเภอยะยี่ จังหวัดขอนแก่น รวมทั้งสิ้น จำนวน 325 คน กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณของทาโร ยามาเนะ ระดับความเชื่อมั่น 95% ในการตอบแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับกฎหมายมรดกที่ควรรู้ของประชาชน

กลุ่มเป้าหมาย ในการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเจาะจงเลือก (Purposive) ผู้ที่มีคุณสมบัติตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย เป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ในการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายมรดกให้กับประชาชน จำนวน 12 คน

2. การศึกษาวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของ ลิเคิร์ต (Likert Scale) เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของประชาชน และเพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกฎหมายมรดกที่ควรรู้ของประชาชนในพื้นที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลขามป้อม อำเภอยะยี่ จังหวัดขอนแก่น จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 325 คน

ระยะที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ จากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive) ผู้ที่มีคุณสมบัติตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย เป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับกฎหมายมรดกให้กับประชาชนพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลขามป้อม อำเภอยะยี่ จังหวัดขอนแก่น จำนวน 12 คน ประกอบด้วย 1) ผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลขามป้อม จำนวน 2 คน 2) ข้าราชการ/เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องขององค์การบริหาร

ส่วนตำบลขามป้อม จำนวน 2 คน 3) ผู้นำชุมชน จำนวน 5 คน และ 4) ตัวแทนประชาชนผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง จำนวน 3 คน

ผลการวิจัย

พบว่าข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 325 คน คิดเป็นร้อยละ 100 เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 30.5 เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 69.5 ส่วนใหญ่มีช่วงอายุอายุ 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.8 มีระดับการศึกษาประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 51.4 และประกอบอาชีพเกษตรกร คิดเป็น ร้อยละ 39.7

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นที่เกี่ยวกับกฎหมายมรดกที่ควรรู้ของประชาชนในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลขามป้อม อำเภอพระยืน จังหวัดขอนแก่น ในภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.277$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความต้องการพัฒนาความรู้กฎหมายมรดก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.659$) มีระดับความคิดเห็นของประชาชนมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านการเข้าถึงข้อมูลกฎหมายมรดก ($\bar{X} = 3.635$) ด้านผลกระทบจากกฎหมายมรดก ($\bar{X} = 3.228$) ด้านความรู้ความเข้าใจกฎหมายลักษณะมรดก ($\bar{X} = 2.937$) และด้านปัญหาที่เกิดจากกฎหมายมรดก ($\bar{X} = 2.925$) ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นที่เกี่ยวกับกฎหมายมรดกที่ควรรู้ของประชาชนในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลขามป้อม อำเภอพระยืน จังหวัดขอนแก่น ในภาพรวม

ที่	ด้าน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1.	ความรู้ความเข้าใจกฎหมายลักษณะมรดก	2.937	1.029	ปานกลาง
2.	ปัญหาที่เกิดจากกฎหมายมรดก	2.925	0.914	ปานกลาง
3.	ผลกระทบจากกฎหมายมรดก	3.228	1.085	ปานกลาง
4.	ความต้องการพัฒนาความรู้กฎหมายมรดก	3.659	1.323	มาก
5.	การเข้าถึงข้อมูลกฎหมายมรดก	3.635	1.271	มาก
เฉลี่ยรวม		3.277	0.981	ปานกลาง

ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายมรดกที่ควรรู้ให้กับประชาชนในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลขามป้อม อำเภอพระยืน จังหวัดขอนแก่น จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) สรุปได้แนวทางการพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายมรดกที่ควรรู้ ดังนี้

1) การสร้างความร่วมมือระหว่างหลักสูตรนิติศาสตรบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือกับองค์การบริหารส่วนตำบลขามป้อม อำเภอพระยืน จังหวัดขอนแก่น เพื่อกำหนดกิจกรรมและแนวทางการพัฒนาร่วมกันอย่างเป็นระบบ

2) กำหนดแนวทางในการบริการให้ความรู้ทางกฎหมายมรดกแก่ประชาชน เป็นต้นว่า โครงการเผยแพร่ความรู้ด้านกฎหมายมรดกหรือกิจกรรมบูรณาการในด้านกฎหมายมรดกกับหน่วยงานในพื้นที่

3) การจัดกิจกรรมพัฒนาความสามารถด้านกฎหมายให้กับประชาชน โดยเฉพาะผู้นำในชุมชน จากการตั้งเป็นศูนย์ให้คำแนะนำในพื้นที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือหน่วยงานอื่น ๆ ที่เหมาะสมตามบริบท เพื่อเสริมสร้างความรู้และทักษะด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องให้กับประชาชน

4) การดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายมรดกในชุมชน ผ่านช่องทางสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ คู่มือสำหรับประชาชน ประกาศเสียงตามสายในหมู่บ้าน สื่อออนไลน์เฉพาะกลุ่ม ฯลฯ ที่ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ง่าย

5) จัดตั้งศูนย์ให้ความช่วยเหลือด้านกฎหมายมรดกหรือกฎหมายทั่วไปในชุมชน เช่น ศูนย์ประสานงานให้ความช่วยเหลือประชาชนในชุมชน กรณีเกิดความขัดแย้งหรือปัญหาข้อพิพาททางกฎหมาย

แนวทางการพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายมรดกที่ควรรู้ให้กับประชาชนในพื้นที่ องค์การบริหารส่วนตำบลขามป้อม อ.พระยืน จ.ขอนแก่น สรุปรูปแบบความสัมพันธ์ ตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1 รูปแบบการพัฒนาความรู้เกี่ยวกับกฎหมายมรดก

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายมรดกให้กับประชาชนในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลขามป้อม อำเภอพระยืน จังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาระดับความคิดเห็น

ที่เกี่ยวกับกฎหมายมรดกที่ควรรู้ของประชาชนในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลขามป้อม อำเภอพระยีน จังหวัดขอนแก่น ในภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความต้องการพัฒนาความรู้กฎหมายมรดก อยู่ในระดับมาก มีระดับความคิดเห็นของประชาชนมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านการเข้าถึงข้อมูลกฎหมายมรดก ด้านผลกระทบจากกฎหมายมรดก ด้านความรู้ความเข้าใจกฎหมายลักษณะมรดก และด้านปัญหาที่เกิดจากกฎหมายมรดก ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประชาชนได้สะท้อนความต้องการพัฒนาความรู้ในด้านกฎหมายมรดก เนื่องจากสถานการณ์ในปัจจุบันมีการทำธุรกรรมเกี่ยวกับที่ดินและทรัพย์สินมรดกมากยิ่งขึ้น ทำให้ประชาชนมีความสนใจและแสวงหาแนวทางการดำเนินการบนฐานของความยุติธรรม สอดคล้องกับ สุพิชญา กันกา และคณะ (2566) ที่ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาความรู้ความเข้าใจและแนวทางการพัฒนาผู้นำ ในเรื่องกฎหมายมรดก ได้รายงานว่ากฎหมายมรดกมีความจำเป็นที่ทุกคนต้องศึกษาเรียนรู้ในการบริหารจัดการทรัพย์สิน ทั้งในกรณีเมื่อมีการตายเกิดขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อญาติพี่น้องของผู้ตาย ตลอดจนสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันและให้คำแนะนำบุคคลอื่นได้ นอกจากนี้จากการศึกษาวิจัยยังพบว่า ประชาชนยังมีความจำเป็นที่ต้องเรียนรู้เกี่ยวกับกฎหมายในชีวิตประจำวัน เพื่อลดปัญหาที่เกิดขึ้นจากความไม่เข้าใจในกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เป็นต้นว่า กฎหมายเกี่ยวกับภาษีต่าง ๆ กฎหมายที่จำเป็นต่อการดำรงชีพในชีวิตประจำวัน จากรายงานของ นฤมล อริยพิมพ์ (2564) ที่ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาค่าใช้จ่ายภาษีเพื่อเสียภาษีเงินได้นิติบุคคล และภาษีมูลค่าเพิ่ม ของผู้ทำบัญชีในสำนักงานบริการรับทำบัญชีจังหวัดขอนแก่น พบว่า ประชาชนมีความต้องการเรียนรู้และเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายภาษีอากรที่สำคัญ เพื่อลดปัญหาในทางปฏิบัติตามกฎหมายอย่างถูกต้อง และการศึกษาของกาญจนา สุขานุรักษ์ และนรินทร์ อุ้นแก้ว (2561); กันตินันท์ นามตะ และ ศาสตรศิลป์ ละม้ายศรี (2565) ศึกษาเกี่ยวกับกฎหมายในชีวิตประจำวันของประชาชนพบว่า ประชาชนยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายในชีวิตประจำวัน จากสถิติการรับเรื่องร้องเรียน ร้องทุกข์และการขอความช่วยเหลือทางด้านกฎหมายของประชาชนผ่านทางศูนย์ดำรงธรรมจังหวัดและสำนักงานยุติธรรมในเขตจังหวัด พบว่ามีจำนวนมากขึ้นทุกปี และจะต้องยกระดับความรู้ด้านกฎหมายในชีวิตประจำวันของประชาชน เพื่อแก้ไขปัญหาจากการถูกเอาเปรียบในสังคม ซึ่งสอดคล้องกับ กันย์กัญญา ใจการวงศ์สกุล (2560) ที่ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาความรู้ทางกฎหมายแก่ชุมชนเพื่อเกิดประโยชน์ ในการจัดการปัญหาหนี้สินของประชาชน โดยการจัดกิจกรรมฝึกอบรมเพื่อยกระดับความรู้ทางกฎหมายให้ประชาชนรู้ถึงสิทธิและหน้าที่และมีความรู้ทางกฎหมายที่จำเป็นแก่การดำรงชีพและการประกอบอาชีพเพื่อป้องกันการถูกเอาเปรียบ

ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายมรดกที่ควรรู้ให้กับประชาชนในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลขามป้อม อำเภอพระยีน จังหวัดขอนแก่น สรุปได้แนวทางการพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายมรดก จำนวน 5 แนวทาง คือ 1) การสร้างความร่วมมือระหว่างหลักสูตรนิติศาสตร์บัณฑิต คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือกับองค์การบริหารส่วนตำบลขามป้อม อำเภอพระยีน จังหวัดขอนแก่น เพื่อกำหนดกิจกรรมและแนวทาง

การพัฒนาาร่วมกันอย่างเป็นระบบ 2) กำหนดแนวทางในการบริการให้ความรู้ทางกฎหมายมรดกแก่ประชาชน เป็นต้นว่า โครงการเผยแพร่ความรู้ด้านกฎหมายมรดก หรือกิจกรรมบูรณาการในด้านกฎหมายมรดกกับภาครัฐ ภาคประชาชนและหน่วยงานอื่นในพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับ นภัทร ภักดีศรีวิชัย และคณะ (2564) ที่ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการบริหารงานนโยบายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพผู้สูงอายุ พบว่า องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องสร้างการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนเพื่อพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพผู้สูงอายุให้มีความรู้ความเข้าใจกฎหมายอย่างถูกต้อง 3) การจัดกิจกรรมพัฒนาความสามารถด้านกฎหมายให้กับประชาชน โดยเฉพาะผู้นำในชุมชน จากการตั้งเป็นศูนย์ให้คำแนะนำในพื้นที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือหน่วยงานอื่น ๆ ที่เหมาะสมตามบริบท เพื่อเสริมสร้างความรู้และทักษะด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องให้กับประชาชน 4) การดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายมรดกในชุมชนผ่านช่องทางสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ คู่มือสำหรับประชาชน ประกาศเสียงตามสาย ในหมู่บ้าน สื่อออนไลน์เฉพาะกลุ่ม ฯลฯ ที่ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ง่าย และ 5) จัดตั้งศูนย์ให้ความช่วยเหลือด้านกฎหมายมรดกหรือกฎหมายทั่วไปในชุมชน เช่น ศูนย์ประสานงานให้ความช่วยเหลือประชาชนในชุมชน กรณีเกิดความขัดแย้ง หรือปัญหาข้อพิพาททางกฎหมาย ซึ่งจะเห็นได้ว่าแนวทางการพัฒนาทั้ง 5 แนวทาง เน้นการสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายมรดก และลดปัญหาความขัดแย้งในด้านกฎหมาย เพื่อให้เกิดความยุติธรรมจากการสร้างร่วมมือกับชุมชน และหน่วยงานในพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สุพิชญา กันกา และคณะ (2566) ที่ได้เสนอแนวทางการพัฒนาไว้ 4 แนวทาง ประกอบด้วย แนวทางการให้บริการความรู้ทางกฎหมายแก่ผู้นำชุมชน แนวทางการจัดกิจกรรมพัฒนาศักยภาพด้านกฎหมายให้กับผู้นำชุมชน แนวทางการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้เรื่องกฎหมายมรดกผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ และแนวทางการการจัดตั้งศูนย์ประสานงานช่วยเหลือ ในกรณีมีปัญหาหรือข้อพิพาททางกฎหมาย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

- 1) ควรสร้างความร่วมมือกันระหว่างหน่วยวิชาการ คือสถาบันการศึกษากับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่เป็นหน่วยงานใกล้ชิดความประชาชน ได้กำหนดกิจกรรมบริการวิชาการให้เข้าถึงประชาชนเป้าหมาย เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจที่ง่ายและไม่ซับซ้อน
- 2) กำหนดแผนงานการพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรม และต่อเนื่อง จากการบูรณาการในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- 3) ควรจัดตั้งศูนย์ประสานงานแนะนำ ช่วยเหลือประชาชนขึ้นในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่

2. ข้อเสนอแนะในการทำการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัญหากฎหมายมรดกในชุมชนอื่น ๆ เพื่อสังเคราะห์ปัญหาให้มีความหลากหลายประเด็นยิ่งขึ้น

2) ควรทำการศึกษาวิจัยในด้านกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในการดำรงชีพของประชาชน เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ และแนวทางการแก้ปัญหาที่ยุติธรรม

เอกสารอ้างอิง

- กันตินันท์ นามตะ และ ศาสตรศิลป์ ละม้ายศรี. (2565). การยกระดับความรู้ด้านกฎหมายในชีวิตประจำวันของประชาชนเพื่อแก้ไขปัญหาการถูกเอาเปรียบจากสังคม ในพื้นที่ ตำบลโคกมั่งงอย อำเภอคอนสวรรค์ จังหวัดชัยภูมิ. *วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ*, 4(3), 24-35.
- กันยักัญญา ใจการวงศ์สกุล. (2560). การพัฒนาความรู้ทางกฎหมายแก่ชุมชนเพื่อเกิดประโยชน์ ในการจัดการปัญหาหนี้สินของประชาชน. *วารสารนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 10(1), 195-219.
- กาญจนา สุขามุรธ และ นรินทร์ อุ้นแก้ว. (2561). *ความรู้และความสนใจเกี่ยวกับกฎหมายในชีวิตประจำวันของประชาชน : กรณีศึกษาชุมชนบ้านลาว อำเภอไชโย จังหวัดอ่างทอง*. [วิทยานิพนธ์ปริญญานิติศาสตรมหาบัณฑิต]. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
<https://grad.mcu.ac.th/wp-content/uploads/2020/07/29.-Full-Text-นางสาวกาญจนา-สุขามุรธ.pdf>
- กิริติ กาญจนรินทร์. (2566). *คำอธิบายประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ บรรพ 6 มรดก* (พิมพ์ครั้งที่ 5). สำนักอบรมศึกษากฎหมายแห่งเนติบัณฑิตยสภา.
- ถิรวิทย์ รักเล่ง. (2564). *ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการรับมรดก*. [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
http://www.lawgrad.ru.ac.th/AbstractsFile/6212019038/1663731198618b59e450d40f11c54fc922a5d6a222_abstract.pdf
- ธนกร วรพิทักษานนท์. (2566). การต่อรองและการสยบยอมต่อความไม่เท่าเทียมทางเพศในด้านชีวิตคู่ของกลุ่มคู่รักเพศเดียวกัน. *วารสารสังคมวิจัยและพัฒนา*, 5(3), 1-27.
- นภัทร รักดีสรวิชัย และคณะ. (2564). แนวทางการบริหารงานนโยบายขององค์กรปกครองท้องถิ่นเพื่อพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพผู้สูงอายุ. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 11(2), 270-280.
- นฤมล อริยพิมพ์. (2564). ปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาการจัดทำบัญชีเพื่อเสียภาษีเงินได้นิติบุคคล และภาษีมูลค่าเพิ่ม ของผู้ทำบัญชีในสำนักงานบริการรับทำบัญชีจังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 11(1), 207-217.

- นุชทิพย์ ป.บรรจงศิลป์. (2540). คำอธิบายประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยมรดก (พิมพ์ครั้งที่ 1). สำนักการเงินและทรัพย์สิน มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- บวรศักดิ์ อุวรรณโณ. (2548). คำอธิบายกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยมรดก (มานิตย์ จุมปา แก้ไขเพิ่มเติม พิมพ์ครั้งที่ 2). โครงการตำราและสื่อการสอน คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปภัศร ชัยวัฒน์ และ พลอยนภัส ธรรมวิเชียร. (2560). ทศนคติและสภาพการณ์ของครอบครัวยุคใหม่ที่ไม่ต้องการมีบุตร. *ศรีปทุมปริทัศน์ ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 17(2), 49-59.
- ประทวน วันนิจ และ มนูญ สอนโพนงาม. (2565). วิฤตวัฒนธรรมเปลี่ยนผ่านวิถีชีวิตสังคมไทยในยุคดิจิทัล. *วารสารวันม่วงแห่งพุทธศาสตร์ปริทรรศน์*, 9(2), 117-126.
- ปริญ อารัมเรืองกุล. (2564). ปัญหาด้านสิทธิมนุษยชนในกระบวนการยุติธรรม. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 11(3), 409-415.
- พรชัย สุนทรพันธุ์. (2562). คำอธิบายกฎหมายลักษณะมรดก (พิมพ์ครั้งที่ 11). สำนักอบรมศึกษากฎหมายแห่งเนติบัณฑิตยสภา.
- เพียบ หุตางกูร. (2566). คำอธิบายประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยมรดก (ไพโรจน์ กัมพูสิริ แก้ไขเพิ่มเติม พิมพ์ครั้งที่ 18). โครงการตำราและเอกสารประกอบการสอน คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มานิตย์ จุมปา. (2565). *หลักกฎหมายรัฐธรรมนูญ* (พิมพ์ครั้งที่ 6). นิติธรรม.
- วรพจน์ วิสสุตพิชญ์. (2549). คำอธิบายประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยมรดก (พิมพ์ครั้งที่ 2). โครงการตำราและเอกสารประกอบการสอน คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สื่อศาล. (2566, 3 เมษายน). สถิติข้อหาสูงสุด 10 อันดับที่ยื่นสู่การพิจารณาของศาลชั้นต้นทั่วประเทศ ประจำปี พ.ศ. 2566. สำนักงานศาลยุติธรรม. <https://shorturl.at/UXpcf>
- สุพิชญา กันกา และคณะ. (2566). การศึกษาความรู้ความเข้าใจและแนวทางการพัฒนาของผู้นำชุมชนในเรื่องกฎหมายมรดก : กรณีศึกษาในตำบลป่าแดง อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่, *Journal of Lanna Societies*, 1(2), 26-34.
- องค์การบริหารส่วนตำบลขามป้อม. (2568, 14 พฤษภาคม). ข้อมูลหน่วยงาน. องค์การบริหารส่วนตำบลขามป้อม อำเภอพระยืน จังหวัดขอนแก่น. <https://www.kham-pom.go.th/home.php>
- อัมพร ณ ตะกั่วทุ่ง. (2550). คำอธิบายประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ บรรพ 6 ว่าด้วย มรดก. นิติบรรณการ.

แนวทางการส่งเสริมความรู้เพื่อปลอดบุหรี่ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ยาสูบ

ของนักศึกษาและบุคลากร วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย

Guidelines for Promoting Knowledge for Non-Smoking E-Cigarette and Tobacco Product of Students and Personnel at College of Asian Scholars

ชีวิน อ่อนละออ¹ วีณา อิศรางกูร ณ อยุธยา² สุธินันท์ บุญมี³ และสวิตา อ่อนละออ^{4*}

Chevin Oonla-or¹ Veena Isarankura Na Ayudhaya² Suttinun Boonmee³ and Savita Onlaor^{4*}

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจกีฬา คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย

²หลักสูตรสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาวะผู้นำและนวัตกรรมการจัดการสุขภาพ

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย

³หลักสูตรนิติศาสตรบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย

⁴หลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย

¹Bachelor of Business Administration, Program in Sports Business Management,
Faculty of Business Administration, College of Asian Scholars

²Master of Public Health, Program in Leadership and Innovative Health,
Faculty of Science and Technology, College of Asian Scholars

³Bachelor of Laws Program, Faculty of Law, College of Asian Scholars

⁴Bachelor of Accountancy, Faculty of Business Administration, College of Asian Scholars

*Corresponding author's email: savita@cas.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

23 พฤษภาคม 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

8 สิงหาคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

28 กันยายน 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแนวทางการส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับอันตรายของการใช้ บุหรี่ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ยาสูบในวิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย 2) สำรวจความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าว และ 3) เผยแพร่ข้อมูลเพื่อสร้างความตระหนักรู้ วิธีวิจัยแบบกึ่งทดลอง รูปแบบ One Group Pre-Test and Post-Test ประกอบด้วยการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากนักศึกษา 124 คน การสนทนากลุ่ม (Focus Group) จัดขึ้นจำนวน 7 กลุ่ม กลุ่มละประมาณ 6-7 คน รวมทั้งสิ้น 47 คน โดยแบ่งเป็นนักศึกษา 35 คน และบุคลากร 12 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกจากมุมมองที่หลากหลาย และสามารถจัดการการสนทนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการพัฒนากิจกรรมส่งเสริมความรู้ผ่านช่องทางออนไลน์ เครื่องมือวิจัยได้แก่ แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha) เท่ากับ 0.812 วิเคราะห์ ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติ Paired t-test เพื่อเปรียบเทียบคะแนนก่อนและหลังการดำเนิน โครงการ พบว่า คะแนนหลังการเข้าร่วมกิจกรรมเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทุกด้าน ได้แก่ ความรู้

($t = 12.67$), ทศนคติ ($t = 11.32$), พฤติกรรม ($t = 6.89$), ช่องทางการสื่อสาร ($t = 5.02$) และกลยุทธ์เพื่อความยั่งยืน ($t = 4.87$) ผลการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า สื่อสังคมออนไลน์ เช่น TikTok, Facebook และ Line มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มวัยรุ่น การอบรม การใช้วิทยากรต้นแบบ และการส่งเสริมกิจกรรมทางเลือก เช่น กีฬา ช่วยลดพฤติกรรมการใช้บุหรี่ไฟฟ้า งานวิจัยชี้ให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของสื่อดิจิทัลและความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน รวมถึงเสนอให้มีการบังคับใช้กฎหมายควบคุมบุหรี่ไฟฟ้าอย่างจริงจังในระดับชาติ

คำสำคัญ : บุหรี่ไฟฟ้า, ผลิตภัณฑ์ยาสูบ, การส่งเสริมความรู้

ABSTRACT

This research aimed to 1) study guidelines for promoting knowledge about the dangers of e-cigarettes and tobacco products at Collage of Asian Scholars, 2) survey students' opinions on the use of such products, and 3) disseminate an information to raise awareness. The study utilized a quasi-experimental research design with a one-group pre-test and post-test format. The methodology included quantitative data collection from 124 students, and seven focus groups with 47 participants (35 students and 12 staff) to gather in-depth insights from various perspectives. Additionally, online knowledge promotion activities were developed. The research instrument was a questionnaire with a Cronbach's alpha reliability coefficient of 0.812. Data were analyzed using descriptive statistics and a paired t-test to compare scores before and after the project. The results showed a statistically significant increase in post-test scores across all measured aspects: knowledge ($t=12.67$), attitudes ($t=11.32$), behaviors ($t=6.89$), communication channels ($t=5.02$), and sustainability strategies ($t=4.87$). Qualitative research findings revealed that social media platforms like TikTok, Facebook, and Line were effective in reaching the youth demographic. Training, the use of role models, and the promotion of alternative activities such as sports were found to reduce e-cigarette use. The research highlights the critical role of digital media and inter-agency collaboration, and recommends the serious enforcement of national laws regulating e-cigarettes.

Keywords: Electronic Cigarettes, Tobacco Product, Knowledge Promotion

บทนำ

ปัจจุบันพบว่าสถานการณ์การสูบบุหรี่ไฟฟ้าในปัจจุบันของประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะเด็กและเยาวชนมีการใช้บุหรี่ไฟฟ้าเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากแรงจูงใจทางการตลาดที่ออกแบบผลิตภัณฑ์

ให้ดูทันสมัยและปลอดภัยกว่ายาสูบแบบดั้งเดิม แม้ว่าบุหรี่ไฟฟ้าจะไม่มีใบยาสูบ แต่ยังคงมีสารพิษหลายชนิด เช่น นิโคติน พอร์มาลดีไฮด์ และโลหะหนัก ซึ่งส่งผลกระทบต่อระบบทางเดินหายใจและเพิ่มความเสี่ยงต่อโรคมะเร็ง นอกจากนี้ การเสพติดนิโคตินยังส่งผลต่อการทำงานของสมอง โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชน กระทรวงสาธารณสุขระบุว่า ตามรายงานสถานการณ์บุหรี่ไฟฟ้าในประเทศไทย (กองงานคณะกรรมการควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ, 2567) พบว่า นักเรียนระดับมัธยมศึกษาที่เคยลองใช้บุหรี่ไฟฟ้าเพิ่มขึ้นจาก 10.2% ในปี 2562 เป็น 23.7% ในปี 2565 ส่วนนักศึกษาระดับอุดมศึกษามีอัตราการใช้ประมาณ 15.4% ซึ่งแสดงถึงแนวโน้มที่น่าเป็นห่วงอย่างยิ่ง เนื่องจากดีไซน์และองค์ประกอบที่ดึงดูดใจ ทำให้เกิดการเลียนแบบในกลุ่มเพื่อนอย่างรวดเร็ว แม้ว่าจะยังไม่มีหลักฐานยืนยันว่าบุหรี่ไฟฟ้าช่วยให้เลิกสูบบุหรี่ชนิดอื่นได้ก็ตาม แต่ที่สำคัญคือ บุหรี่ไฟฟ้ามีสารพิษหลายชนิด โดยเฉพาะนิโคติน ซึ่งใกล้เคียงหรืออาจมากกว่าบุหรี่ธรรมดา ส่งผลเสียต่อสุขภาพไม่ต่างกัน บุหรี่ไฟฟ้าจึงกลายเป็นภัยเงียบที่น่าเป็นห่วงสำหรับเยาวชนในปัจจุบัน เพราะถูกกระตุ้นด้วยกลยุทธ์ทางการตลาด เช่น การโฆษณาที่อ้างว่าปลอดภัยเพราะไม่มีใบยาสูบ และสร้างภาพลักษณ์ว่าผู้สูบบุหรี่ทันสมัย แต่ความจริงแล้ว บุหรี่ไฟฟ้ามีปริมาณนิโคตินสูง และสามารถนำพาเข้าสู่นิโคตินได้เร็วกว่า บุหรี่ธรรมดาเข้าสู่ร่างกายได้มากกว่าบุหรี่ธรรมดาถึง 5-9 เท่า ขึ้นอยู่กับปริมาณนิโคตินในผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้เกิดอาการเสพติดมากขึ้นซึ่งเป็นเรื่องอันตรายต่อสุขภาพของผู้สูบมากกว่าบุหรี่แบบเดิมอย่างมีนัยสำคัญ (สมตระกูล ราศิริ และคณะ, 2562)

ในสถานการณ์ปัจจุบันพบว่า มีนักศึกษาและบุคลากรจำนวนไม่น้อยที่มีพฤติกรรมการสูบบุหรี่เพื่อป้องกันผลกระทบต่อนักศึกษาคนอื่นที่ไม่ได้สูบ นอกจากนี้สถาบันยังมีการณรงค์และให้ความรู้เกี่ยวกับการลดและป้องกันการสูบบุหรี่ โดยสถาบันการศึกษามีบทบาทสำคัญในการแก้ไขปัญหาผ่านการปลูกฝังแนวคิดที่ถูกต้อง เช่น การให้คุณค่าต่อการแสดงออกและการกระทำต่าง ๆ เพื่อช่วยให้นักศึกษาซึมซับแนวคิดที่ดีงาม เข้าใจอย่างถ่องแท้ และสามารถนำแนวคิดเหล่านั้นไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างเหมาะสม (ทิพย์รัตน์ บุญมา และคณะ, 2564)

วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ในฐานะสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่มีนักศึกษาหลายสาขาวิชาตระหนักถึงความเสี่ยงของการเผยแพร่ระบาดของบุหรี่ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ยาสูบ จึงมุ่งมั่นพัฒนาแนวทางการส่งเสริมความรู้เพื่อลดบุหรี่ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ยาสูบที่สอดคล้องกับบริบทของวิทยาลัยแนวทางดังกล่าวจะไม่เพียงตอบโจทย์การปฏิบัติตามกฎหมายแต่ยังเน้นการเสริมสร้าง Health Literacy Social Norms และการมีส่วนร่วมของนักศึกษา คณาจารย์ และเจ้าหน้าที่เพื่อขับเคลื่อนวิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย จากเหตุผลข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจในการศึกษาแนวทางการส่งเสริมความรู้และการสร้างความเข้าใจให้กับกลุ่มนักศึกษาวិทยาลัยบัณฑิตเอเชีย เกี่ยวกับอันตรายจากการใช้บุหรี่ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ยาสูบ โดยมุ่งเน้นการจัดกิจกรรมที่สามารถช่วยให้นักศึกษาและบุคลากรมีความตระหนักและสามารถตัดสินใจที่จะไม่ใช้ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ในอนาคตและลดเลิกการใช้บุหรี่ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ยาสูบ นอกจากนี้ ยังมุ่งหวังว่าผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาแนวทางการป้องกันและการส่งเสริมสุขภาพที่สามารถนำไปใช้ในสถาบันการศึกษาทั่วไป ผู้วิจัยจึง

เห็นความสำคัญของแนวทางการส่งเสริมความรู้เพื่อลดบุหรี่ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ยาสูบของนักศึกษาและบุคลากร วิทยาลัยบัณฑิตเอเซีย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับอันตรายจากการใช้บุหรี่ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ยาสูบในวิทยาลัยบัณฑิตเอเซีย
2. เพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับการใช้บุหรี่ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ยาสูบ
3. เพื่อเผยแพร่ข้อมูลและสร้างความตระหนักเกี่ยวกับผลกระทบของบุหรี่ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ยาสูบ

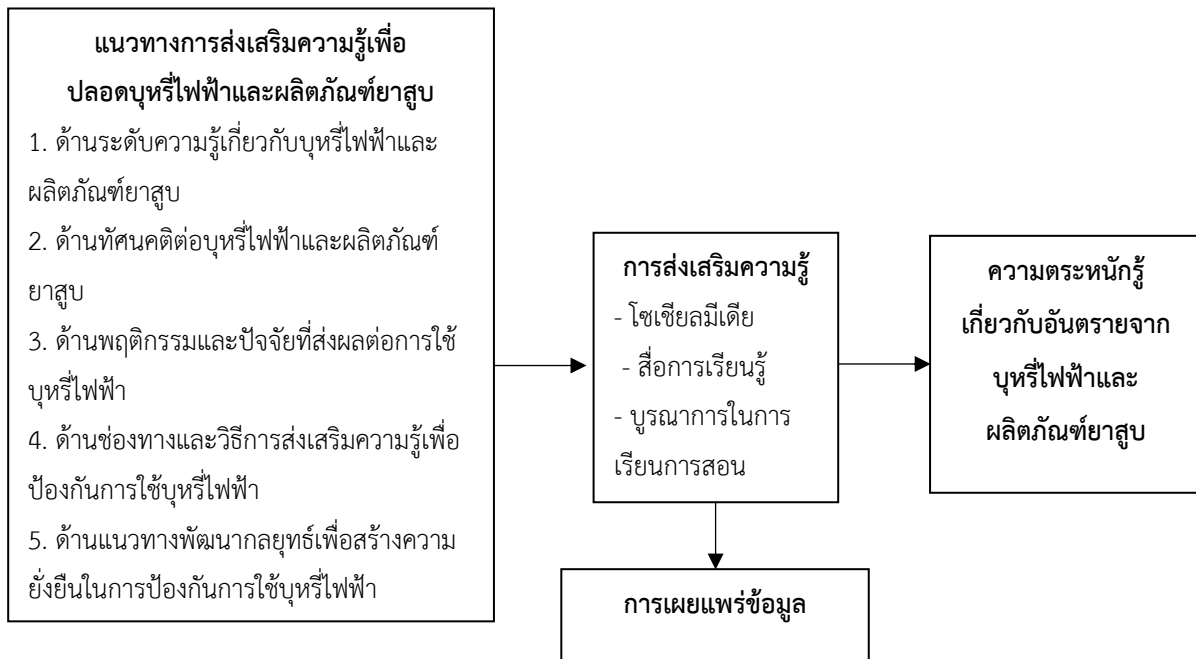
จากการศึกษาขององค์การอนามัยโลก (World Health Organization, 2021) พบว่า แม้ว่าบุหรี่ไฟฟ้าจะถูกนำเสนอว่าเป็นทางเลือกที่ "ปลอดภัยกว่า" ยาสูบแบบดั้งเดิม แต่ยังคงมีสารเคมีที่เป็นอันตราย เช่น นิโคติน ฟอर्मัลดีไฮด์ และโลหะหนัก ซึ่งสามารถส่งผลกระทบต่อระบบทางเดินหายใจและเพิ่มความเสี่ยงต่อโรคมะเร็ง นอกจากนี้ การเสพติดนิโคตินยังส่งผลต่อการทำงานของสมอง โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชน อีกทั้งการใช้บุหรี่ไฟฟ้ายังอาจนำไปสู่การทดลองใช้ยาสูบแบบดั้งเดิมในอนาคต (U.S. Department of Health and Human Services, 2020) เอกสารวิจัยของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2023) ระบุว่า การตลาดของบุหรี่ไฟฟ้าที่เน้นกลุ่มเป้าหมายเยาวชนโดยใช้สื่อโซเชียลมีเดีย และการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดูทันสมัย เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้จำนวนผู้ใช้บุหรี่ไฟฟ้าในกลุ่มเยาวชนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

การส่งเสริมความรู้เพื่อป้องกันการใช้บุหรี่ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ยาสูบจำเป็นต้องอาศัยการรวมกลยุทธ์หลายมิติ ได้แก่ การให้ความรู้ผ่านการอบรมและหลักสูตร การใช้สื่อออนไลน์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้อง และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน Kong et al. (2021) พบว่า การใช้แคมเปญบนโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Instagram และ TikTok ที่เน้นการนำเสนอข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ในรูปแบบที่น่าสนใจและเข้าใจง่าย สามารถช่วยเพิ่มความตระหนักเกี่ยวกับโทษของบุหรี่ไฟฟ้าในกลุ่มเยาวชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชนและเพื่อนช่วยเพื่อน (Peer Support) ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

บุหรี่ไฟฟ้า (Electronic Cigarette หรือ E-Cigarette) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมมากขึ้นในหลายประเทศ โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นและเยาวชน ด้วยเหตุผลที่เชื่อว่ามีอันตรายน้อยกว่าบุหรี่ธรรมดา (World Health Organization, 2021) อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยกลับมีนโยบายทางกฎหมายที่เข้มงวดและชัดเจนต่อการควบคุมผลิตภัณฑ์ดังกล่าวในปี พ.ศ. 2557 กระทรวงพาณิชย์ได้ออกประกาศห้ามนำเข้าและจัดจำหน่ายบุหรี่ไฟฟ้า บารากุไฟฟ้า รวมถึงน้ำยาและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง โดยให้เหตุผลด้านผลกระทบต่อสุขภาพและสังคม (กระทรวงพาณิชย์, 2557) การบังคับใช้กฎหมายนี้ได้รับการสนับสนุนจากพระราชบัญญัติศุลกากร พ.ศ. 2560 ซึ่งระบุว่า การนำเข้าสินค้าต้องห้ามโดยไม่มีใบอนุญาต ถือเป็นการกระทำความผิดทางอาญา

มีโทษทั้งจำคุกและปรับตามที่กฎหมายกำหนด (กรมศุลกากร, 2560) ในแง่ของการคุ้มครองผู้บริโภค ประเทศไทยยังใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เพื่อควบคุมการโฆษณาบุหรี่ไฟฟ้า โดยห้ามการกล่าวอ้างที่อาจทำให้เกิดความเข้าใจผิด เช่น การอ้างว่าบุหรี่ไฟฟ้าปลอดภัยหรือช่วยเลิกบุหรี่ได้ (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, 2522) พร้อมกันนี้ กฎหมายว่าด้วยการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 (แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2550) ยังมีบทบัญญัติเพื่อควบคุมการสูบบุหรี่ไฟฟ้าในที่สาธารณะเช่นเดียวกับบุหรี่ทั่วไป (กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข, 2550) อย่างไรก็ตาม แม้ยังไม่มีบทบัญญัติที่ชัดเจนเกี่ยวกับการใช้บุหรี่ไฟฟ้าส่วนบุคคล แต่ในทางปฏิบัติ ผู้ที่พกพาหรือใช้บุหรี่ไฟฟ้าในที่สาธารณะอาจเผชิญกับปัญหาทางกฎหมายได้ เนื่องจากเจ้าหน้าที่มีอำนาจในการพิจารณาตามดุลยพินิจ ซึ่งทำให้เกิดความคลุมเครือในทางกฎหมาย (มหาวิทยาลัยมหิดล, 2565) นอกจากนี้ยังมีการศึกษาแสดงให้เห็นว่า การห้ามใช้บุหรี่ไฟฟ้าในประเทศไทยอาจส่งผลต่อการลักลอบนำเข้า และการใช้ในกลุ่มวัยรุ่นยังคงมีอยู่ (สำนักงานคณะกรรมการควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ, 2565)

การส่งเสริมความรู้เพื่อเป็นแนวทางในการป้องกันการใช้บุหรี่ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ยาสูบนั้น มีความสำคัญอย่างยิ่งในการลดผลกระทบต่อสุขภาพและเศรษฐกิจ การให้ความรู้ผ่านสื่อหลากหลายช่องทางการใช้นโยบายควบคุมที่เข้มงวด และการสนับสนุนโปรแกรมการเลิกบุหรี่เป็นวิธีการที่ได้รับการยืนยันว่ามีประสิทธิภาพสูง การใช้บุหรี่ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ยาสูบไม่เพียงแต่ทำลายสุขภาพของผู้ใช้เท่านั้น แต่ยังส่งผลกระทบต่อคนรอบข้างผ่านควันบุหรี่มือสอง (Secondhand Smoke) และควันบุหรี่มือสาม (Thirdhand Smoke) ซึ่งเป็นสารตกค้างจากควันบุหรี่ที่สะสมอยู่ในสภาพแวดล้อม เช่น ฝุ่นควัน พรม และเฟอร์นิเจอร์ (Wang et al., 2021) พบว่าสารเคมีในบุหรี่ไฟฟ้า เช่น โพรไพลีนไกลคอลและกลีเซอริน อาจเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของเนื้อเยื่อในระบบทางเดินหายใจ ส่งผลให้เกิดโรคปอดเรื้อรัง นอกจากนี้ สารปรุงแต่งรสชาติในบุหรี่ไฟฟ้ายังสามารถเพิ่มความเสี่ยงของการระคายเคืองต่อเนื้อเยื่อในปากและหลอดลม การให้ความรู้เกี่ยวกับผลกระทบของบุหรี่ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ยาสูบในสถานศึกษาและชุมชนเป็นวิธีการที่ได้รับการยอมรับว่ามีประสิทธิภาพสูง โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนที่ได้รับอิทธิพลจากสื่อโฆษณาและการตลาด (Chen et al., 2022) พบว่าการใช้สื่อออนไลน์ เช่น วิดีโอคลิป การ์ตูน และเกมแบบโต้ตอบ สามารถดึงดูดความสนใจของเยาวชนได้ดีกว่าวิธีการบรรยายทั่วไป นอกจากนี้ การให้ความรู้ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียยังช่วยขยายวงกว้างของการเข้าถึงข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร นักศึกษาชั้นปีที่ 1-4 วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย จำนวนทั้งสิ้น 1,200 คน ใช้วิธี Purposive Sampling เลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี และมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำ โดยคำนวณขนาดตัวอย่างตามสูตรของ Krejcie and Morgan (1970) สำหรับประชากร 1,200 คน ได้ขนาดตัวอย่าง 291 คน แต่เนื่องจากข้อจำกัดด้านเวลาและทรัพยากร จึงใช้กลุ่มตัวอย่าง 124 คน ซึ่งเป็นกลุ่มที่เข้าร่วมกิจกรรมและตอบแบบสอบถามครบถ้วน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยใช้รูปแบบกึ่งทดลองแบบกลุ่มเดียว เปรียบเทียบก่อน-หลัง (One Group Pre-Test Post-Test Design) ซึ่งเหมาะสมกับการประเมินผลการแทรกแซงในกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน โดยรวมการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและน่าเชื่อถือมากที่สุด การวิจัยเชิงปริมาณจะดำเนินการก่อนเพื่อรวบรวมข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมและความรู้ของกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นจึงดำเนินการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อสนับสนุนและขยายผลลัพธ์ วิธีการดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ศึกษาความรู้ความเข้าใจในเชิงปริมาณ และการสนทนากลุ่ม

ระยะที่ 2 การสนทนากลุ่ม (Focus Group) มุ่งเน้นการศึกษาประสบการณ์ ความคิดเห็น และมุมมองเชิงลึกของกลุ่มเป้าหมาย

ระยะที่ 3 ปฏิบัติตามแนวทางนักวิจัย โดยสร้างเนื้อหาสื่อมีเดียดิจิทัลให้กับนักศึกษาทุกชั้นปี และบุคลากรตามระยะเวลาที่กำหนด

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ลักษณะคำถามปลายปิดและคำถามแบบปลายเปิด เพื่อให้แบบสอบถามครอบคลุมวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยเน้นการพัฒนากลยุทธ์ในการส่งเสริมความรู้เพื่อปลอดภัยไฟฟ้า โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์ในการส่งเสริมความรู้เพื่อปลอดภัยไฟฟ้า และผลิตภัณฑ์ยาสูบแบบครอบคลุมและยั่งยืน

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ เป็นคำถามปลายเปิด

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยใช้การสนทนากลุ่ม (Focus Group) เก็บข้อมูลจากนักศึกษาจำนวน 124 คน โดยเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1-4 ที่สมัครใจเข้าร่วมโครงการ โดยใช้แบบสัมภาษณ์ โดยมี 5 ประเด็น ดังนี้

1. วิธีการเข้าถึงกลุ่มวัยรุ่นที่เริ่มต้นใช้บุหรี่ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ยาสูบ
2. การให้ความรู้เกี่ยวกับพิษภัยของบุหรี่ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ยาสูบ
3. กิจกรรมหรือวิธีที่มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนพฤติกรรม
4. แนวทางการส่งเสริมความรู้ในระดับชาติและท้องถิ่น และ
5. ประสพการณ์การใช้บุหรี่ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ยาสูบ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การหาความเที่ยงตรงของเครื่องมือโดยการหาค่าดัชนี ความสอดคล้อง (Index of Item - Objective Congruence หรือ IOC) ได้ค่า IOC เท่ากับ 1.00 และการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha) ใช้แบบสอบถามจำนวน 30 ฉบับ จากกลุ่มตัวอย่างย่อย (Pilot Test) ที่ไม่ได้รวมอยู่ในกลุ่มวิจัยหลัก ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.812 แสดงว่าเครื่องมือมีความน่าเชื่อถือสูง

วิธีรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม (Survey) เพื่อเก็บข้อมูลเชิงปริมาณเกี่ยวกับแนวโน้ม พฤติกรรม และระดับความรู้การใช้บุหรี่ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ยาสูบ แบบสอบถามใช้มาตราวัดสเกล (Likert Scale) เก็บข้อมูลแบบออนไลน์ (Google Forms)

2. การสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับความคิดเห็น, ประสพการณ์, และทัศนคติของนักศึกษาเกี่ยวกับการใช้บุหรี่ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ยาสูบ การสนทนากลุ่มจะดำเนินการในลักษณะการพูดคุยแบบเป็นกันเอง และใช้คำถามเปิดเพื่อให้ผู้สัมภาษณ์สามารถพูดออกมาได้อย่างอิสระ

การเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจะบันทึกคำตอบและความคิดเห็นที่ได้จากการสนทนากลุ่มสรุปและรวบรวมข้อมูล เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วัดความคิดเห็นก่อน - หลัง (Paired t-test)

ข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อจัดหมวดหมู่และสรุปประเด็นสำคัญจากข้อมูลที่รวบรวมมา โดยผู้วิจัยได้เลือกใช้เทคนิคการจัดหมวดหมู่ข้อมูล เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ครอบคลุมและสะท้อนมุมมองของกลุ่มเป้าหมาย

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 62.90) อายุมากกว่า 23 ปี (ร้อยละ 37.90) คนที่กำลังศึกษา คณะบริหารธุรกิจ (ร้อยละ 60.48) ชั้นปีที่กำลังศึกษา ชั้นปีที่ 1 (ร้อยละ 37.10) พบว่า แนวทางการส่งเสริมความรู้ที่มีประสิทธิภาพ ได้แก่ การใช้สื่อโซเชียลมีเดีย การอบรมและกิจกรรมทางเลือก นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นว่าบุหรี่ปัฟมีอันตราย และมีแนวโน้มจะเลิกใช้ และการเผยแพร่ข้อมูลผ่าน TikTok และ Line มีผลต่อการเพิ่มความรู้และความตระหนักรู้อย่างมีนัยสำคัญ ($p < .001$)

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นก่อนการพัฒนากลยุทธ์ในการส่งเสริมความรู้เพื่อลดอุบัติเหตุไฟฟ้า และผลิตภัณฑ์

ยาสูบ

การพัฒนากลยุทธ์ในการส่งเสริมความรู้เพื่อลดอุบัติเหตุไฟฟ้า	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านระดับความรู้เกี่ยวกับบุหรี่ปัฟและผลิตภัณฑ์ยาสูบ	3.01	0.80	ปานกลาง
2. ด้านทัศนคติต่อบุหรี่ปัฟและผลิตภัณฑ์ยาสูบ	3.51	0.59	มาก
3. ด้านพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บุหรี่ปัฟ	3.97	0.69	มาก
4. ด้านช่องทางและวิธีการส่งเสริมความรู้เพื่อป้องกันการใช้บุหรี่ปัฟ	4.40	0.71	มาก
5. ด้านแนวทางพัฒนากลยุทธ์เพื่อสร้างความยั่งยืนในการป้องกันการใช้บุหรี่ปัฟ	4.33	0.76	มาก
โดยรวม	3.83	0.48	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์ในการส่งเสริมความรู้เพื่อลดอุบัติเหตุไฟฟ้า และผลิตภัณฑ์ยาสูบแบบครอบคลุมและยั่งยืน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ด้านช่องทางและวิธีการส่งเสริม

ความรู้เพื่อป้องกันการใช้บุหรี่ไฟฟ้า ($\bar{X} = 4.40$) ด้านแนวทางพัฒนากลยุทธ์เพื่อสร้างความยั่งยืนในการป้องกันการใช้บุหรี่ไฟฟ้า ($\bar{X} = 4.33$) และด้านด้านพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บุหรี่ไฟฟ้า ($\bar{X} = 3.97$)

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นหลังการพัฒนากลยุทธ์ในการส่งเสริมความรู้เพื่อลดบุหรี่ไฟฟ้า และผลิตภัณฑ์ยาสูบ

การพัฒนากลยุทธ์ในการส่งเสริมความรู้เพื่อลดบุหรี่ไฟฟ้า	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านระดับความรู้เกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ยาสูบ	4.55	0.48	มากที่สุด
2. ด้านทัศนคติต่อบุหรี่ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ยาสูบ	4.60	0.45	มากที่สุด
3. ด้านพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บุหรี่ไฟฟ้า	4.65	0.42	มากที่สุด
4. ด้านช่องทางและวิธีการส่งเสริมความรู้เพื่อป้องกันการใช้บุหรี่ไฟฟ้า	4.72	0.40	มากที่สุด
5. ด้านแนวทางพัฒนากลยุทธ์เพื่อสร้างความยั่งยืนในการป้องกันการใช้บุหรี่ไฟฟ้า	4.70	0.43	มากที่สุด
โดยรวม	4.64	0.36	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับหลังการพัฒนากลยุทธ์ในการส่งเสริมความรู้เพื่อลดบุหรี่ไฟฟ้า และผลิตภัณฑ์ยาสูบแบบครอบคลุมและยั่งยืน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.64$) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ด้านช่องทางและวิธีการส่งเสริมความรู้เพื่อป้องกันการใช้บุหรี่ไฟฟ้า ($\bar{X} = 4.72$) ด้านแนวทางพัฒนากลยุทธ์เพื่อสร้างความยั่งยืนในการป้องกันการใช้บุหรี่ไฟฟ้า ($\bar{X} = 4.70$) และด้านด้านพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บุหรี่ไฟฟ้า ($\bar{X} = 4.65$)

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์สถิติเชิงเปรียบเทียบ (Paired t-test)

การพัฒนากลยุทธ์ในการส่งเสริมความรู้เพื่อลดบุหรี่ไฟฟ้า	t-value	p-value	สรุปผล
1. ด้านระดับความรู้เกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ยาสูบ)	12.67	.000	มีนัยสำคัญ
2. ด้านทัศนคติต่อบุหรี่ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ยาสูบ	11.32	.001	มีนัยสำคัญ
3. ด้านพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บุหรี่ไฟฟ้า	6.89	.000	มีนัยสำคัญ
4. ด้านช่องทางและวิธีการส่งเสริมความรู้เพื่อป้องกันการใช้บุหรี่ไฟฟ้า	5.02	.003	มีนัยสำคัญ
5. ด้านแนวทางพัฒนากลยุทธ์เพื่อสร้างความยั่งยืนในการป้องกันการใช้บุหรี่ไฟฟ้า	4.87	.000	มีนัยสำคัญ

จากตารางที่ 3 พบว่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างในทุกด้านมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ระหว่างการประเมินก่อนและหลังการดำเนินโครงการ โดยเฉพาะในด้านระดับความรู้เกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้า ซึ่งมีค่า t สูงสุดที่ 12.67 แสดงให้เห็นว่าการดำเนินโครงการมีประสิทธิภาพในการเพิ่มความรู้อะไรและความตระหนักของกลุ่มเป้าหมาย

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

1. วิธีการเข้าถึงกลุ่มวัยรุ่นที่เริ่มต้นใช้บุหรี่ไฟฟ้า พบว่า ช่องทาง Social Media เช่น TikTok, Facebook และ Line เป็นวิธีที่ได้รับความนิยมมากที่สุด เนื่องจากสามารถดึงดูดความสนใจของวัยรุ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การจัดกิจกรรมในชุมชนและโรงเรียน เช่น การอบรมและการณรงค์ผ่านสื่อวิดีโอ โปสเตอร์ และป้ายประกาศ ก็เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับโทษของบุหรี่ไฟฟ้า อีกทั้ง การใช้ประสบการณ์จริงจากคนรอบข้าง เช่น เพื่อนหรือครอบครัว ก็ช่วยสร้างแรงจูงใจให้วัยรุ่นหลีกเลี่ยงการใช้ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ได้

2. การให้ความรู้เกี่ยวกับพิษภัยของบุหรี่ไฟฟ้า พบว่า การใช้สื่อออนไลน์ เช่น TikTok, Facebook และ Line เป็นเครื่องมือสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลพิษภัยของบุหรี่ไฟฟ้า โดยเฉพาะการนำเสนอข้อมูลเชิงสถิติและผลกระทบต่อสุขภาพ เช่น โรคระบบทางเดินหายใจและการเสพติด การจัดทำวิดีโอหนังสือและสถานการณ์สมมติช่วยให้เห็นผลเสียของการใช้บุหรี่ไฟฟ้าอย่างชัดเจน นอกจากนี้ การใช้วิธีปากต่อปากในชุมชนก็เป็นวิธีที่ช่วยให้ข้อมูลแพร่กระจายอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

3. กิจกรรมหรือวิธีที่มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนพฤติกรรม พบว่า กิจกรรมอบรมในชุมชนและโรงเรียน โดยใช้วิทยากรที่เป็นไอดอลหรือบุคคลที่มีอิทธิพล มีบทบาทสำคัญในการสร้างแรงบันดาลใจและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ การใช้สื่อโฆษณาที่เน้นผลเสียของบุหรี่ไฟฟ้าและการติดป้ายในสถานที่สาธารณะก็ช่วยเตือนสติผู้คนได้อย่างมีประสิทธิภาพ การเบี่ยงเบนความสนใจโดยการส่งเสริมกิจกรรมทางเลือก เช่น กีฬาหรืองานอดิเรก รวมถึงการสร้างเกมออนไลน์หรือคอนเทนต์ที่น่าสนใจบนโซเชียลมีเดีย ก็เป็นวิธีที่ช่วยลดพฤติกรรมการใช้บุหรี่ไฟฟ้าได้

4. แนวทางการส่งเสริมความรู้ในระดับชาติและท้องถิ่น พบว่า การออกกฎหมายควบคุมการขายและการโฆษณาบุหรี่ไฟฟ้าอย่างเข้มงวดเป็นมาตรการสำคัญในระดับชาติ ส่วนในระดับท้องถิ่น การให้ความรู้ผ่านโรงเรียนและชุมชน โดยใช้ผู้นำชุมชนและผู้ปกครองเป็นแกนนำ เป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การสนับสนุนจากหน่วยงานสาธารณสุขในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและครอบคลุม และการใช้สื่อออนไลน์เป็นเครื่องมือหลักในการเผยแพร่ข้อมูลและสร้างการมีส่วนร่วม ก็ช่วยเพิ่มความตระหนักในวงกว้าง

5. ประสบการณ์การใช้บุหรี่ไฟฟ้า พบว่า ในกลุ่มตัวอย่าง พบว่า 18 คน (14.5%) เคยลองใช้บุหรี่ไฟฟ้า โดยส่วนใหญ่ระบุว่ามาจากแรงกดดันจากเพื่อน และมีอาการข้างเคียง เช่น ไอแห้ง คลื่นไส้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wang et al. (2021) แต่มีบางส่วนที่เคยลองใช้เพราะอยากรทดสอบรสชาติหรือได้รับการชักชวนจากเพื่อน บางคนเคยลองใช้เพียงครั้งเดียวและไม่ติด แต่พบว่ามีอาการข้างเคียง เช่น ไอแห้งหรือสาลัก หลายคนระบุว่าปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลองใช้คือเพื่อนหรือแฟน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าอิทธิพลจากคนรอบข้างมีผลอย่างมากต่อการทดลองใช้บุหรี่ไฟฟ้า

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ความรู้เพิ่มขึ้นสูงสุด ($t=12.67$) เพราะเนื้อหาสื่อออนไลน์ใช้รูปแบบวิดีโอ สั้นที่ดึงดูดด้วยรุ่นได้ดี สอดคล้องกับ Chen et al. (2022) พบว่า สื่อดิจิทัลช่วยเพิ่มความเข้าใจได้เร็ว ส่วนทัศนคติและพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงน้อยกว่า อาจเป็นเพราะการแทรกแซงใช้เวลาเพียง 4 สัปดาห์ ซึ่งอาจไม่เพียงพอต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมระยะยาว สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนะวัฒน์ ร่มสุก และคณะ (2567) ได้ศึกษาการพัฒนาการควบคุมการใช้บุหรี่ไฟฟ้าของเยาวชนในชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของอาสาสมัคร สาธารณสุขประจำหมู่บ้านในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า หลังการร่วมกิจกรรม อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านมีการรับรู้เกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้ากฎหมายและการดำเนินงานควบคุมยาสูบ และมีทัศนคติเชิงลบต่อบุหรี่ไฟฟ้าเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$) บุคลากรทางสุขภาพในชุมชนและแกนนำชุมชนมีความมั่นใจในการควบคุมการใช้บุหรี่ไฟฟ้าของเยาวชนในชุมชนผ่านการพัฒนาศักยภาพและการจัดสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการควบคุมการบริโภคยาสูบในชุมชน

ด้านระดับความรู้เกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ยาสูบ อยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากอาจเป็นผลมาจากประสบการณ์และความเข้าใจถึงข้อมูลที่จำกัดในบางกลุ่ม รวมถึงการขาดการสื่อสารที่ชัดเจนเกี่ยวกับผลกระทบของบุหรี่ไฟฟ้าในชุมชน การศึกษาครั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่า แม้จะมีความรู้ในระดับหนึ่ง แต่ยังไม่เพียงพอที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้อย่างแท้จริง สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิราภรณ์ จำปาจันทร์ และคณะ (2566) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้าของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=15.43$ S.D.=3.06) และทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างต่อบุหรี่ไฟฟ้าอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.35$ S.D.=0.51) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับความรู้เกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านทัศนคติต่อบุหรี่ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ยาสูบ อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิราภรณ์ จำปาจันทร์ และคณะ (2566) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้าของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับทัศนคติเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p<0.05$) ได้แก่ คณะที่กำลังศึกษาและการได้รับความรู้เกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้าจากการศึกษาในครั้งนี้ควรมีการสร้างตระหนักรู้เกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้าให้กับนักศึกษาโดยเฉพาะผลกระทบด้านสุขภาพที่จะเกิดขึ้น

ด้านพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บุหรี่ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ยาสูบ อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปภัสร์สันต์ ดันหระพันธุ์ (2568) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา อำเภอมะนัง จังหวัดลำปาง พบว่า การสูบบุหรี่ของคนใกล้ชิดและการรับรู้สื่อทางออนไลน์มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความเชื่อเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้าและทัศนคติเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้า ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมการสูบบุหรี่ไฟฟ้า โดยการสูบบุหรี่ของคนใกล้ชิดมีผลต่อความเชื่อเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้า ($\beta = 0.245$) และทัศนคติเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้า ($\beta = 0.276$) อย่างมีนัยสำคัญ ขณะที่การรับรู้สื่อทางออนไลน์

มีผลต่อความเชื่อเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้า ($\beta = 0.318$) และทัศนคติเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้า ($\beta = 0.245$) อย่างมีนัยสำคัญเช่นกัน ทั้งนี้ความเชื่อเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้าและทัศนคติเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้าสามารถรวมกันอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการสูบบุหรี่ไฟฟ้า 41.5% ซึ่งแสดงให้เห็นถึงบทบาทสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมการสูบบุหรี่ไฟฟ้า

ด้านช่องทางและวิธีการส่งเสริมความรู้เพื่อป้องกันการใช้บุหรี่ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ยาสูบ อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุกัญญา สุรังสี และคณะ (2567) ได้ศึกษาผลของโปรแกรมให้ความรู้อิเล็กทรอนิกส์ด้านสุขภาพต่อความรู้และทัศนคติในการป้องกันการสูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น พบว่า ภายหลังการได้รับความรู้อิเล็กทรอนิกส์ด้านสุขภาพ กลุ่มทดลองมีคะแนนเฉลี่ยความรู้และทัศนคติฯ สูงขึ้นกว่าก่อนการทดลอง ค่าเฉลี่ยผลต่างของคะแนนความรู้และทัศนคติในการป้องกันการสูบบุหรี่ไฟฟ้าระหว่างก่อนและหลังการทดลองมากกว่ากลุ่มควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ <0.001

ด้านแนวทางพัฒนากลยุทธ์เพื่อสร้างความยั่งยืนในการป้องกันการใช้บุหรี่ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ยาสูบ อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทรพล จึงสมเจตไพศาล และสันติ ทวยมีฤทธิ์ (2564) ได้ศึกษาการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมป้องกันการสูบบุหรี่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา จังหวัดนครราชสีมา พบว่า (1) ทั้ง 3 โรงเรียนได้ดำเนินงานโครงการโรงเรียนปลอดบุหรี่อย่างต่อเนื่อง กิจกรรมในโครงการแตกต่างกันออกไปตามบริบทของแต่ละโรงเรียน นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับพิษของบุหรี่ ระดับมาก (Mean=4.17; SD=0.75) ส่วนด้านทัศนคติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาที่มีต่อการสูบบุหรี่ โดยภาพรวมอยู่ที่ระดับมาก (Mean=4.15; SD=0.67) (2) การส่งเสริมป้องกันการสูบบุหรี่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ควรมีการจัดกิจกรรมเฉพาะกลุ่ม เช่น การจับคู่บัดดี้ การสร้างแรงจูงใจในการลด ละ เลิกบุหรี่ เป็นต้น ส่วนรูปแบบการส่งเสริมป้องกันการสูบบุหรี่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา คือ การพัฒนาศักยภาพตนเอง ประกอบด้วย (2.1) การสร้างเสริมความรู้ที่เกี่ยวข้อง (2.2) การฝึกทักษะการทำงานตามบทบาท (3) การประเมินผลรูปแบบการดำเนินงานภายใต้ Skill Model สามารถใช้งานได้จริง มีความเหมาะสม สามารถนำไปใช้ในบริบทที่ใกล้เคียงจังหวัดนครราชสีมาได้

ข้อเสนอแนะ

1. การใช้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียเป็นเครื่องมือหลักในการเผยแพร่ข้อมูลจากการวิจัย พบว่า สื่อโซเชียลมีเดีย เช่น TikTok, Facebook และ Line มีประสิทธิภาพสูงในการเข้าถึงกลุ่มเยาวชน สถาบันการศึกษาควรพัฒนาเนื้อหาที่น่าสนใจและเข้าใจง่าย เช่น วิดีโอสั้น แคมเปญ และการใช้ผู้มีอิทธิพล (Influencers) เพื่อสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับอันตรายของการใช้บุหรี่ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ยาสูบ

2. พัฒนามาตรการควบคุมกฎหมายและการโฆษณาจากผลการวิจัย พบว่า การตลาดและการโฆษณาของบุหรี่ไฟฟ้ามีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมของเยาวชน ดังนั้น รัฐบาลควรออกกฎหมายควบคุมการขายและการโฆษณาบุหรี่ไฟฟ้าอย่างเข้มงวด โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชน เช่น การห้ามโฆษณา

บนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย การจำกัดการเข้าถึงผลิตภัณฑ์เหล่านี้ในพื้นที่สาธารณะ และการกำหนดอายุขั้นต่ำในการซื้อบุหรี่ไฟฟ้า

3. ส่งเสริมกิจกรรมทางเลือกและใช้กลยุทธ์ “เพื่อนช่วยเพื่อน” (Peer Support) จากการสนทนากลุ่ม (Focus Group) พบว่า อิทธิพลจากเพื่อนเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เยาวชนเริ่มลองใช้บุหรี่ไฟฟ้า ดังนั้นสถาบันการศึกษาควรส่งเสริมกิจกรรมทางเลือก เช่น กีฬา งานอดิเรก หรือการสร้างเกมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันการใช้บุหรี่ไฟฟ้า เพื่อเบี่ยงเบนความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ ควรพัฒนากลยุทธ์ “เพื่อนช่วยเพื่อน” โดยการคัดเลือกนักศึกษาที่มีอิทธิพลในกลุ่มมาเป็นวิทยากรหรือผู้นำกิจกรรม เพื่อสร้างสังคมที่ไม่ยอมรับการใช้บุหรี่ไฟฟ้า

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาผลกระทบของการใช้บุหรี่ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ยาสูบในกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายมากขึ้น เช่น กลุ่มวัยทำงาน ผู้สูงอายุ หรือกลุ่มประชากรในพื้นที่ชุมชน
2. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อออนไลน์และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในระยะยาว เพื่อประเมินประสิทธิภาพของช่องทางนี้ในการป้องกันการใช้บุหรี่ไฟฟ้า
3. ศึกษาปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลต่อการใช้บุหรี่ไฟฟ้า เช่น อิทธิพลจากครอบครัว เพื่อน และการตลาด เพื่อออกแบบมาตรการป้องกันที่เหมาะสม

เอกสารอ้างอิง

กรมศุลกากร. (2560). พระราชบัญญัติศุลกากร พ.ศ. 2560. <https://www.customs.go.th>

กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2550). พระราชบัญญัติการสาธารณสุข (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) พ.ศ. 2550. <https://laws.anamai.moph.go.th>

กระทรวงพาณิชย์. (2557). ประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง ห้ามนำเข้าบุหรี่ไฟฟ้า พ.ศ. 2557. <https://www.dit.go.th>

กองงานคณะกรรมการควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ, กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. (2567).

ข้อมูลวิชาการเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้า.

จิราภรณ์ จำปาจันทร์ และคณะ. (2566). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้าของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร. *วารสารศูนย์อนามัยที่ 9*, 17(2), 631–644.

ทิพย์รัตน์ บุญมา และคณะ. (2564). ทัศนคติของนักศึกษาต่อการสูบบุหรี่หรือเลือกทอร์นิกส์และบุหรี่มวน. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา*, 9(1), 202–215.

ธนวัฒน์ รวมสุข และคณะ. (2567). การพัฒนาการควบคุมการใช้บุหรี่ไฟฟ้าของเยาวชนในชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านในจังหวัดฉะเชิงเทรา. *วารสารพยาบาล*, 73(1), 19–28.

- ปภัสสันต์ ตันหระพันธุ์. (2568). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา
อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง. *วารสารวิชาการสาธารณสุขชุมชน*, 11(1), 149–164.
- ภัทรพล จิงสมเจตไพศาล และ สันติ ทวยมีฤทธิ์. (2564). การพัฒนารูปแบบการส่งเสริมป้องกันการสูบบุหรี่
ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารวิชาการสาธารณสุข*, 30(5), 824–833.
- มหาวิทยาลัยมหิดล. (2565). Smoke-free Policy and e-cigarette Regulations in Thailand.
<https://mahidol.ac.th>
- สมตระกูล ราศิริ และคณะ. (2562). พฤติกรรมการใช้บุหรี่อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษาทันตสาธารณสุข.
วารสารทันตภิบาล, 30(2), 56-66.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.). (2023). รายงานสถานการณ์การสูบบุหรี่ไฟฟ้าในกลุ่ม
เยาวชน. สสส.
- สำนักงานคณะกรรมการควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ. (2565). รายงานสถานการณ์บุหรี่ไฟฟ้าในประเทศไทย.
<https://www.healthcatalyst.or.th>
- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. (2522). พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522.
<https://otcc.or.th>
- สุกัญญา สุรังสี และคณะ. (2567). ผลของโปรแกรมให้ความรู้อิเล็กทรอนิกส์ด้านสุขภาพต่อความรู้และทัศนคติ
ในการป้องกันการสูบบุหรี่ไฟฟ้าของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น. *วารสารการพยาบาล สุขภาพ และ
การศึกษา*, 7(2), 55–66.
- Chen, L., et al. (2022). Effectiveness of Digital Media Campaigns in Reducing E-Cigarette Use
Among Adolescents. *Journal of Adolescent Health*, 70(4), 567-573.
- Kong, G., et al. (2021). Social Media-Based Interventions to Reduce Youth E-Cigarette Use: A
Systematic Review. *Journal of Adolescent Health*, 68(4), 123–130.
- U.S. Department of Health and Human Services. (2020). *Smoking Cessation: A Report of the
Surgeon General*. HHS. <https://www.hhs.gov>
- Wang, T., et al. (2021). Health Effects of Electronic Cigarettes: A Systematic Review.
International Journal of Environmental Research and Public Health, 18(5), 2379.
- World Health Organization. (2021). *Product Fact Sheet*. <https://www.who.int>

สภาพความต้องการจำเป็นและแนวทางการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและ
การสื่อสารในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น
Situation, Needs and Guidelines for the Development of Information Technology
Utilization and Communication of Administrators in Schools under KhonKaen
Secondary Educational Service Area Office

วีระชน แสงศรีเรือง^{1*} ยุทธศาสตร์ กองเพชร² และ นียดา เปี่ยมพิชญะ³

Weerachon Saengsriruaeng^{1*} Yutthasat Kongphet² and Niyada Piampuechana³

^{1,2,3}หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

^{1,2,3}Master of Education Program in Educational Administration,

Faculty of Education, Northeastern University.

*Corresponding author's email: W.saengsriruaeng@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

4 เมษายน 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

5 กันยายน 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

28 กันยายน 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นของการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา และ 2) แนวทางการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหาร และครูผู้สอนในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น จำนวน 84 โรงเรียน ประกอบด้วยผู้บริหารสถานศึกษาจำนวน 184 คน ครูจำนวน 3,336 คน รวมทั้งสิ้น 3,520 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย ผู้บริหาร 84 คน ครูผู้สอน 270 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 354 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ สุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ (1) แบบสอบถามสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ของผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา แบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ มีค่าความตรงเชิงเนื้อหา อยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.98 (2) แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างแนวทางการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดัชนีความต้องการจำเป็น ประเมินแนวทางโดยใช้ค่าเฉลี่ย

ผลการวิจัยพบว่า

1) สภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นของการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา
วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ขอนแก่น พบว่า สภาพปัจจุบันของผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง สภาพที่พึงประสงค์ของผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษาในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และความต้องการจำเป็นของการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา มีค่าเฉลี่ย 0.87 2) แนวทางการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ ด้านที่ 1 การบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร จำนวน 4 แนวทาง ด้านที่ 2 ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อการเรียนรู้การสอน จำนวน 3 แนวทาง ด้านที่ 3 ด้านการสร้างความร่วมมือกับองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน จำนวน 3 แนวทาง และผลการประเมินความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ ของแต่ละแนวทางอยู่ในระดับ มากที่สุด

คำสำคัญ: แนวทางการพัฒนา, เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, ผู้บริหารสถานศึกษา

ABSTRACT

The purposes of the research were; 1) to study the current situation, the desirable conditions and needs, 2) to study the guidelines for the development of information technology utilization and communication of administrators in schools under Khon Kaen Secondary Educational Service Area Office. The population in the research included 184 school administrators and 3,336 teachers in 84 schools, with the total number of 3,520 people. The sample group consisted of 84 administrators and 270 teachers, with the total number of 354 people. The sample size was determined using Taro Yamane formula using stratified random sampling method. The instruments used in the research were; (1) a 5-level rating scale questionnaire on the current situation, the desirable conditions with a value of IOC between 0.67-1.00 and reliability of the whole questionnaire at 0.98, (2) the semi-structured interview form on guidelines for the development of information technology utilization and communication of administrators in schools. The statistics used in data analysis comprised percentage, mean, standard deviation, and PNI modified index.

The research results were found that;

1. The current situation, the desirable condition and needs of the development of information technology and communication of administrators in schools under Khon Kaen Secondary Educational Service Area Office were found that the current situation of administrators on the aspect of information technology and communication, in overall, was at a moderate level, the desirable conditions, in overall, were at the highest level and mean

of the needs the development of information technology and communication of administrators in schools was 0.87.

2. Guidelines for the development of information technology and communication of administrators in schools under Khon Kaen Secondary Educational Service Area Office consisted of 3 aspects as follow; 1) 4 guidelines on the aspect of information technology and communication management, 2) 3 guidelines on the aspect of information technology utilization and communication for teaching and learning, 3) 3 guidelines on collaboration with public, private sector and community. The results of appropriateness, possibility and usefulness assessment of each guideline was at the highest level.

Keywords: Guidelines for the Development, Information Technology and Communication, School Administrators

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงของโลกในศตวรรษที่ 21 สู่ยุคดิจิทัลอย่างสมบูรณ์แบบทำให้การจัดการสถานศึกษา มีความจำเป็นต้องนำเทคโนโลยีมาใช้ในการสนับสนุนการจัดการเรียนรู้อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เนื่องจาก สถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 มีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญทั้งในด้านลักษณะของความรู้ บทบาทของผู้เรียนและ บทบาทของผู้สอน ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้บริหารสถานศึกษาจะต้องใช้ความสามารถในการเข้าใจบริบทที่เปลี่ยนแปลงนี้ อย่างลึกซึ้ง และบูรณาการเทคโนโลยีมาใช้ในห้องเรียนและสถานศึกษาให้เหมาะสม โดยการนำเทคโนโลยีมาสู่ สถานศึกษาในยุคดิจิทัลนี้ มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารสถานศึกษาจะต้องอาศัยภาวะผู้นำทางเทคโนโลยี (Technology Leadership) ที่ต้องสร้างการยอมรับเทคโนโลยี นวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลงให้ครูและ บุคลากรในสถานศึกษาให้เห็นความสำคัญ ยอมรับและนำไปบูรณาการกับความรู้ในศาสตร์การสอน ความรู้ใน เนื้อหาวิชา เพื่อสนับสนุนการจัดการเรียนรู้ของครู ให้มีความเป็นครูมืออาชีพและกลายเป็นวัฒนธรรมองค์กร ไปในที่สุดนั่นเอง (จิณณวัตร ปะโคทั้ง, 2561)

การบริหารจัดการสถานศึกษาในยุคดิจิทัลนี้ ผู้บริหารสถานศึกษาจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสารและเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เพื่อให้สามารถที่จะเลือกใช้กับการบริหาร สถานศึกษาให้ได้อย่างเหมาะสม คุ่มค่าและเพียงพอต่อการใช้งาน โดยเฉพาะผู้บริหารสถานศึกษาในโครงการ ประชารัฐของกระทรวงศึกษาธิการที่ร่วมมือกับภาคเอกชนในการพัฒนาการศึกษาของชาติ ผู้บริหาร สถานศึกษาจะต้องแสดงศักยภาพทางด้านการบริหารและจัดสภาพแวดล้อมต่างๆ ของสถานศึกษาให้มีความทันสมัยเหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งนอกจากจะมีผลต่อภาพลักษณ์ ของสถานศึกษาในชุมชนแล้วยังจะทำให้สถานศึกษาเป็นที่ไว้วางใจของชุมชนในการจัดการศึกษาที่มีคุณภาพได้ อย่างยั่งยืน (จิณณวัตร ปะโคทั้ง, 2561) การเป็นผู้นำที่มีประสิทธิภาพ ต้องอาศัยทักษะที่สำคัญหลายประการ

ผู้นำต้องหมั่นฝึกฝนและพัฒนาทักษะภาวะผู้นำอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้การบริหารและการดำเนินงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์ขององค์กร ในการพัฒนาภาวะผู้นำนั้นนอกจากจะพัฒนาความสามารถและทักษะภาวะผู้นำตามแนวคิดทฤษฎีภาวะผู้นำแบบใหม่ (New Leadership) ซึ่งเป็นที่ยอมรับว่าเป็นภาวะผู้นำที่ดี ภาวะผู้นำแบบใหม่ไม่จำเป็นต้องสมอบไปที่จะใช้อิทธิพลหรือก่อให้เกิดผลกระทบในทางลบแก่บุคคลและไม่ได้ให้ความสำคัญเฉพาะผู้นำระดับสูงเท่านั้น แต่จะพยายามกระจายภาวะผู้นำไปยังสมาชิกในทีมงานและองค์กร ซึ่งจะพัฒนาภาวะผู้นำอย่างไรและโดยวิธีการใด สามารถพิจารณาจากแนวทางการพัฒนาทักษะภาวะผู้นำด้วยวิธีการต่าง ๆ ได้แก่ การศึกษาตนเอง การศึกษาผู้อื่น และการพัฒนาตนเอง (ไชยา ภาวะบุตร, 2565) ดังนั้นการพัฒนาผู้บริหารให้มีสมรรถนะสูงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการบริหารสถานศึกษาให้มีประสิทธิภาพ ดังที่ พรทิพย์ ไชยพนาพันธ์ (2564) กล่าวว่า สมรรถนะการบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศของผู้บริหาร เป็นความรู้ ความสามารถ ทักษะในการกำหนดทิศทาง ยุทธศาสตร์ของสถานศึกษา เพื่อนำนโยบายสู่การปฏิบัติ กำกับติดตามการใช้เทคโนโลยี การเลือกใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การขับเคลื่อนสถานศึกษา โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ เกิดความคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อสถานศึกษา ตลอดจนพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศดิจิทัลให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ อยู่เสมอ และความปลอดภัยในการใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัลบนพื้นฐานของหลักธรรมาภิบาลและกฎหมาย รวมไปถึงความสามารถพัฒนาบุคลากร สร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน สร้างวัฒนธรรมและบรรยากาศในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศด้านดิจิทัล เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสถานศึกษาในยุคดิจิทัล

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่นได้มีการบริหารองค์กรสู่ความเป็นเลิศ ด้วยนวัตกรรม “SIAO SMART Model” โดยเป็นผลมาจากการปรับปรุงและพัฒนานวัตกรรม “SIAO Model” เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาองค์กรโดยการนำหลักการมีส่วนร่วม หลักธรรมาภิบาล ผสมผสานความเป็นท้องถิ่น มากำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ร่วมกันเพื่อให้บุคลากรในสำนักงาน เขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น ตระหนักและเห็นเป้าหมายร่วมกัน เพื่อกำหนดองค์กรและก้าวสู่ความเป็นเลิศ ด้วยนวัตกรรม “SIAO SMART Model” โดยมีจุดเน้นที่ 5 ด้านทักษะเทคโนโลยีดิจิทัล ดังนี้ 1) ส่งเสริมสนับสนุนผู้เรียนให้มีทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อเป็นเครื่องมือในการเรียนรู้เหมาะสมตามช่วงวัย 2) ส่งเสริม สนับสนุนครู ผู้บริหาร และบุคลากรทางการศึกษาให้มีทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อเป็นเครื่องมือในการจัดการเรียนรู้และการบริหารจัดการ 3) ส่งเสริม สนับสนุนสถานศึกษาให้มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเป็นเครื่องมือในการจัดการเรียนรู้และการบริหารจัดการ 4) เพิ่มประสิทธิภาพระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเป็นเครื่องมือในการปฏิบัติงานและการบริหารจัดการในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น 5) สร้างภูมิคุ้มกัน การรู้เท่าทันสื่อและเทคโนโลยีในการดำเนินชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) และชีวิตวิถีปกติต่อไป (Next Normal) 6) นำเทคโนโลยีดิจิทัลและการจัดการฐานข้อมูลมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานและการเรียนรู้ของผู้เรียน และ 7) มุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ทุกระดับ (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น, 2567) นอกจากนี้สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาจังหวัดขอนแก่นได้ประสบปัญหาเกี่ยวกับมาตรฐาน

การเรียนรู้บางมาตรฐานในรายวิชาภาษาไทย วิชาสังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม วิชาภาษาอังกฤษ วิชาคณิตศาสตร์ และวิชาวิทยาศาสตร์ เนื่องจากคะแนนเฉลี่ยของเขตพื้นที่ต่ำกว่าคะแนนเฉลี่ยระดับประเทศ ดังที่จากรายงานผลการทดสอบทางการศึกษาระดับชาติด้านพื้นฐาน (O-Net) ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ปีการศึกษา 2566 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาจังหวัดขอนแก่น พบว่า มาตรฐานการเรียนรู้วิชาภาษาไทย จำนวน 5 มาตรฐาน วิชาสังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม จำนวน 10 มาตรฐาน วิชาภาษาอังกฤษ จำนวน 8 มาตรฐาน วิชาคณิตศาสตร์ จำนวน 5 มาตรฐาน และวิชาวิทยาศาสตร์ จำนวน 10 มาตรฐาน ที่เขตพื้นที่ควรเร่งพัฒนาเนื่องจากคะแนนเฉลี่ยของเขตพื้นที่ต่ำกว่าคะแนนเฉลี่ยระดับประเทศ (สถาบันทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติ, 2566) จากสภาพปัญหาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าผู้บริหารสถานศึกษาต้องมีความรู้ มีทักษะ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษาอย่างเพียงพอ ที่สามารถพัฒนาครูให้มีความรู้และความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการจัดการเรียนการสอน และการสร้างนวัตกรรมการเรียนรู้ ยุคดิจิทัลให้แก่ผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งเพื่อให้สอดคล้องกับการบริหารองค์กรสู่ความเป็นเลิศ ด้วยนวัตกรรม “SIAO SMART Model” ดังนั้นผู้บริหารสถานศึกษาทุกแห่งมีความจำเป็นที่จะต้องทราบถึงแนวทางการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา ประกอบด้วย ด้านการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อการเรียนการสอน และด้านการสร้างความร่วมมือกับองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชนและชุมชน เพื่อให้สามารถเลือกใช้เทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสมและคุ้มค่าในการบริหารจัดการองค์กรแห่งการเรียนรู้ในยุคดิจิทัลของสถานศึกษา รวมทั้งเตรียมความพร้อมของบุคลากรให้ทันสมัยและพัฒนาคุณภาพสถานศึกษาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ให้สถานศึกษามีภาพลักษณ์ที่ดีและเป็นที่ยอมรับในชุมชน

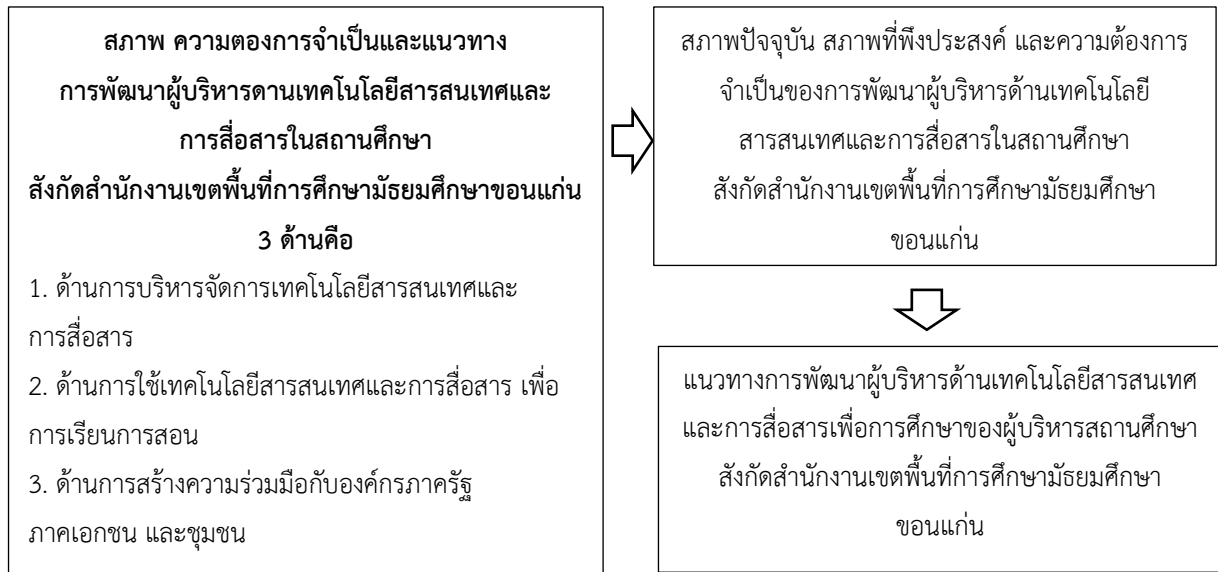
จากความสำคัญของปัญหาดังกล่าวด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาสภาพความต้องการจำเป็น และแนวทางการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ตลอดจนมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้บริหารสถานศึกษาครูและผู้ที่เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วนได้เข้าถึงความรู้และเกิดการเรียนรู้อย่างกว้างขวาง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัยไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นของการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น

กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ที่มา: ตัวแปรต้น ตัวแปรตาม ของผู้วิจัย

ประโยชน์ที่ได้รับการศึกษา

1. ผู้บริหารการศึกษาได้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบายการพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษาให้สอดคล้องกับยุคดิจิทัล
2. ผู้บริหารสถานศึกษาได้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบายการพัฒนาครูให้สามารถจัดการเรียนการสอนที่เป็นระบบเทคโนโลยีในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. ผู้บริหารการศึกษาสามารถนำผลการวิจัยมาใช้เป็นข้อมูลในการวางแผน การตรวจสอบ ปรับปรุงการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารเพื่อการศึกษาของสถานศึกษาในสังกัดให้มีความเหมาะสมได้อย่างยั่งยืน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหาร และครูผู้สอนในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น จำนวน 84 โรงเรียน ผู้บริหารสถานศึกษาจำนวน 184 คน ครูจำนวน 3,336 คน รวมทั้งสิ้น 3,520 คน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น, 2567)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหาร และครูผู้สอนในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น ปีการศึกษา 2567 กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โรงเรียนเป็นฐานโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ (Yamane,1973) สุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 354 คน เป็นผู้บริหารสถานศึกษาจำนวน 84 คน ครูผู้สอนจำนวน 270 คน โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 (ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 0.05)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ตามการวิจัยระยะที่ 1

แบบสอบถามแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ที่ใช้สอบถามสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของแนวทางการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามสอบถาม ประกอบด้วยตำแหน่งและประสบการณ์ในการปฏิบัติงานของที่ผู้ตอบแบบสอบถามปฏิบัติงานอยู่ปัจจุบันมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพปัจจุบัน และสภาพที่พึงประสงค์ของการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น ประกอบด้วย 1) ด้านการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร 2) ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการเรียนการสอน และ 3) ด้านการสร้างความร่วมมือกับองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชนและชุมชน ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยตามการวิจัยระยะที่ 2

แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารสถานศึกษา แนวทางการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ประกอบด้วยตำแหน่งและประสบการณ์ในการปฏิบัติงานของที่ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์เป็นแบบเขียนตอบ

ตอนที่ 2 คำถาม : ในฐานะที่ท่านเป็นผู้บริหารสถานศึกษาที่มีแนวทางหรือวิธีการในการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา ของท่านอย่างไร ข้อคำถามในการสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา 3 ด้าน

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอื่น ๆ

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยตามการวิจัยระยะที่ 3

แบบประเมินแนวทางการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้กรอกแบบสอบถาม เกี่ยวกับตำแหน่ง

ตอนที่ 2 แบบประเมินความเป็นประโยชน์ ความเหมาะสม และความเป็นไปได้ ของแนวทางการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น ซึ่งประกอบด้วย 1) ด้านการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร 2) ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการเรียนการสอน และ 3) ด้านการสร้างความร่วมมือ กับองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชนและชุมชน ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงบรรยาย (Descriptive Research) เก็บข้อมูลทั้งเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยแบ่งวิธีดำเนินการวิจัยเป็น 3 ระยะ ดังต่อไปนี้

ระยะที่ 1 ศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยศึกษาสภาพความต้องการจำเป็นและแนวทางทางการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น เป็นการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษา วิเคราะห์ และสังเคราะห์ หลักการแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา เพื่อกำหนดเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ ของผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา

ขั้นตอนที่ 3 ศึกษาความต้องการจำเป็นของการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา

ระยะที่ 2 ร่างแนวทางการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น เป็นการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ

ขั้นตอนที่ 1 นำข้อมูลความต้องการจำเป็นมาจัดทำร่างแนวทางการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น

ขั้นตอนที่ 2 สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ 7 คน เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา ซึ่งมีหลักเกณฑ์ในการเลือกผู้ทรงคุณวุฒิคือพิจารณาจากสถานศึกษาดีเด่น (Best Practice) เป็นสถานศึกษาที่ได้รับรางวัลพระราชทาน แล้วนำผลจากขั้นตอนที่ 1 และผลการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิมาจัดทำร่างแนวทางการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น

ระยะที่ 3 ตรวจสอบและประเมินแนวการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น

ขั้นตอนที่ 1 ตรวจสอบและประเมินแนวการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา โดยผู้ทรงคุณวุฒิ และนำเสนอแนวการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา โดยประเมิน 3 ด้าน ได้แก่ ความเป็นประโยชน์ ความเหมาะสม และความเป็นไปได้ ซึ่งประเมินจากค่าเฉลี่ย

ขั้นตอนที่ 2 นำเสนอแนวการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นของการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นของการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา

การพัฒนาผู้บริหาร ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและ การสื่อสารในสถานศึกษา	สภาพปัจจุบัน		ลำดับ	สภาพที่พึงประสงค์			ลำดับ	PNI (Modified)	ความ ต้องการ จำเป็น
	$\bar{X}$	S.D. แปลผล		$\bar{X}$	S.D. แปลผล	มากที่สุด			
1. ด้านการบริหารจัดการ เทคโนโลยีสารสนเทศและ การสื่อสาร	2.54	0.37 ปานกลาง	2	4.78	0.45 มากที่สุด	1	1	0.89	1
2. ด้านการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อการเรียนการสอน	2.53	0.42 ปานกลาง	3	4.76	0.44 มากที่สุด	3	2	0.88	2
3. ด้านการสร้างความร่วมมือกับ องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชนและ ชุมชน	2.58	0.50 ปานกลาง	1	4.77	0.46 มากที่สุด	2	3	0.85	3
รวม	2.55	0.33 ปานกลาง		4.77	0.44 มากที่สุด			0.87	

จากตารางที่ 1 สภาพปัจจุบันของผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา โดยภาพรวม พบว่า มีการปฏิบัติในระดับอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.55$, S.D.= 0.33) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีปฏิบัติมากที่สุดคือ ด้านการสร้างความร่วมมือกับองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชนและชุมชน ($\bar{X} = 2.58$, S.D.= 0.50) รองลงมาเป็นด้านการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

($\bar{X} = 2.54$, S.D.= 0.37) ตามลำดับ และผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น มีการปฏิบัติงานน้อยที่สุดคือด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อการเรียนการสอน ($\bar{X} = 2.53$, S.D.= 0.42)

สภาพที่พึงประสงค์ของผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.77$, S.D.= 0.44) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X} = 4.78$, S.D.= 0.45) รองลงมาเป็น ด้านการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ($\bar{X} = 4.77$, S.D.= 0.46) ตามลำดับ และด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อการเรียนการสอน มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ($\bar{X} = 4.76$, S.D.= 0.44)

ความต้องการจำเป็น ($PNI_{(modified)}$) ของการทางการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น ผู้วิจัยได้จัดลำดับความต้องการจำเป็นตามค่าดัชนี $PNI_{(modified)}$ โดยกำหนดให้ด้านที่มีค่า $PNI_{(modified)}$ เกินกว่า 0.30 ถือว่าเป็นดัชนีที่ต้องมีการพัฒนาอย่างเร่งด่วน (สุวิมล ว่องวานิช, 2550) จากผลการวิจัยพบว่า ทุกด้านมีค่า $PNI_{(modified)}$ เกินกว่า 0.30 และมีค่าเฉลี่ย 0.87 ผู้วิจัยได้จัดลำดับความต้องการจำเป็น ดังต่อไปนี้ 1) ด้านการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร 2) ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อการเรียน การสอน 3) ด้านการสร้างความร่วมมือกับองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชนและชุมชน

2. แนวทางการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่อการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา โดยการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ด้าน คือ 1) ด้านการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร พบว่ามีแนวทางในการพัฒนา 4 แนวทางคือ (1) การวางแผน (2) การแต่งตั้งผู้รับผิดชอบ (3) การบริหารงบประมาณ (4) การบริหารทรัพยากรเทคโนโลยี ด้านที่ 2 ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อการเรียนการสอน พบว่ามีแนวทางในการพัฒนา 3 แนวทางคือ (1) ฮาร์ดแวร์ (Hardware) (2) ซอฟต์แวร์ (Software) (3) บุคลากรคอมพิวเตอร์ (People ware) ด้านที่ 3 ด้านการสร้างความร่วมมือกับองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน พบว่ามีแนวทางในการพัฒนา 3 แนวทางคือ (1) ความร่วมมือกับองค์กรภาครัฐ (2) ความร่วมมือกับองค์กรภาคเอกชน (3) ความร่วมมือกับชุมชน

3. การตรวจสอบและประเมินร่างแนวทางการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น โดยภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.79 ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ด้านที่ 3 ด้านการสร้างความร่วมมือกับองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.88 รองลงมาคือ ด้านที่ 2 การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อการเรียนการสอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ด้านที่ 3 การสร้างความร่วมมือกับองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69

อภิปรายผล

1.จากการศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นของการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น มีประเด็นสำคัญที่ผู้วิจัยสามารถนำมาอภิปราย ดังนี้

สภาพปัจจุบันของการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ถึงแม้ว่าสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น ได้มีการบริหารองค์กรสู่ความเป็นเลิศด้วย นวัตกรรม “SIAO SMART Model” ในจุดเน้นที่ 5 ด้านทักษะทางเทคโนโลยี เพื่อส่งเสริมสนับสนุนครู ผู้บริหาร และบุคลากรทางการศึกษาให้มีทักษะทางเทคโนโลยี ดิจิทัล เพื่อเป็นเครื่องมือในการจัดการเรียนรู้และบริหารจัดการ การขับเคลื่อนการบริหารองค์กรสู่ความเป็นเลิศด้วย นวัตกรรม “SIAO SMART Model” แต่ก็มีอุปสรรคบางประการ อาทิ ผู้บริหารสถานศึกษาบางแห่งในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่นบางท่านเป็นผู้ที่สูงวัย จึงทำให้มีการพัฒนาตนเองด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสื่อสารในสถานศึกษายังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร จึงส่งผลให้สภาพปัจจุบันของการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษาโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติศักดิ์ แสงทอง (2560) ได้ศึกษาปัญหาและแนวทางการพัฒนาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการศึกษาของโรงเรียนมัธยมศึกษา อำเภอบางละมุง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 18 ผลการวิจัยพบว่า สภาพปัจจุบันการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการศึกษาของโรงเรียนมัธยมศึกษา อำเภอบางละมุง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 18 ผลการวิจัยพบว่าสภาพปัจจุบันการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการศึกษาของโรงเรียนมัธยมศึกษา อำเภอบางละมุง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 18 โดยรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง

สภาพที่พึงประสงค์ของผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษาโดยภาพรวมอยู่ในมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้บริหารสถานศึกษา และครูผู้สอน มีความประสงค์ให้ผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น ควรมีการพัฒนาผู้บริหาร ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา ด้านการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อการเรียนการสอน และด้านการสร้างความร่วมมือกับองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ให้สอดคล้องกับการบริหารองค์กรสู่ความเป็นเลิศ ด้วยนวัตกรรม “SIAO SMART Model” ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาสถานศึกษาอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปาริฉัตร โพธิกุล (2567) ได้ศึกษาการประเมินความต้องการจำเป็นของสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาอุดรธานี ผลการวิจัยพบว่า สภาพที่คาดหวังของสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษาอยู่ในระดับมากที่สุด

ความต้องการจำเป็นของการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.87 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีความต้องการจำเป็นสูงสุดคือ ด้านการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้บริหารสถานศึกษามีความต้องการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา โดยมุ่งเน้นด้านการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร อาทิ ควรมีความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์ของสถานศึกษาให้มีความทันสมัย รวมถึงควรมีการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้และความสามารถในการดูแลระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปาริฉัตร โพธิกุล (2567) ได้ศึกษาการประเมินความต้องการจำเป็นของสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาอุดรธานี ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการจำเป็นของสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษา โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.39 ซึ่งประกอบด้วย ด้านจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา ด้านความรู้และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ด้านสังคม กฎหมาย จริยธรรม จรรยาบรรณ และความปลอดภัย ด้านวิสัยทัศน์และภาวะผู้นำ ด้านการสนับสนุน ส่งเสริม และด้านการสนับสนุนการจัดการเรียนรู้

2. นำเสนอแนวทางการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น พบว่าทางการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา ประกอบด้วย 3 ด้าน 1) ด้านการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มีแนวทางในการพัฒนา 4 แนวทาง (1) การวางแผนงาน โดยการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร นิเทศ ติดตาม ประเมินผล การบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (2) การแต่งตั้งผู้รับผิดชอบ โดยแต่งตั้งผู้รับผิดชอบจากวุฒิทางการศึกษา มอบหมายงานตามความรู้ความสามารถ และจัดให้โครงการพัฒนาบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (3) การบริหารงบประมาณ การจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร จัดงบประมาณเพื่อบำรุง รักษา ซ่อมแซม (4) การบริหารทรัพยากรเทคโนโลยี ด้วยการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี แต่งตั้งผู้รับผิดชอบ มีนโยบายจัดอบรมแก่บุคลากร ทำข้อตกลงกับหน่วยงานนอกเพื่อสนับสนุนเทคโนโลยีสารสนเทศภายในองค์กร ด้านที่ 2 ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อการเรียนรู้การสอน มีแนวทางในการพัฒนา 3 แนวทาง (1) ฮาร์ดแวร์ (Hardware) การจัดสรรงบประมาณ รวมถึงเป็นสื่อกลางจัดหาอุปกรณ์แก่บุคลากร (2) ซอฟต์แวร์ (Software) สนับสนุนให้มีการอบรมพัฒนาบุคลากร ส่งเสริมการผลิตสื่อ สนับสนุนระบบอินเทอร์เน็ต นิเทศ ติดตาม และพัฒนา (3) บุคลากรคอมพิวเตอร์ (Peopleware) จัดการอบรมแก่บุคลากร ยกย่องผู้มีผลงานโดดเด่น ด้านที่ 3 ด้านการสร้างความร่วมมือกับองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน มีแนวทางในการพัฒนา 3 แนวทาง (1) ความร่วมมือกับองค์กรภาครัฐ มีการทำหนังสือขอความอนุเคราะห์เรื่องความรู้และงบประมาณ ทำข้อตกลงเรื่องเครือข่าย (2) ความร่วมมือกับองค์กรภาคเอกชน หนังสือขอความอนุเคราะห์งบประมาณ ประชาสัมพันธ์ขอรับงบประมาณ (3) ความร่วมมือกับชุมชน ประชาสัมพันธ์ขอรับงบประมาณ จัดโครงการทอดผ้าป่า ให้บริการความรู้กับชุมชน ในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร และผลการตรวจสอบและประเมินร่างแนวทางการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

ในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น โดยภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.79 สอดคล้องกับ งานวิจัยของ เยาวลักษณ์ ชี้อิสต์ย (2564) ได้ศึกษาสมรรถนะและแนวทางพัฒนา ด้านการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มเครือข่ายสทศวิทยาเขต 8 (ศรีนครินทร์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 33 ผลการวิจัยพบว่า 1) ความสามารถใช้และบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษาและการปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสมเห็นว่า ผู้บริหารและครูที่ปฏิบัติงานอยู่ไม่ได้สำเร็จ การศึกษาทางสาขาเฉพาะ ทำให้ขาดความรู้ ความเข้าใจ ไม่ได้เล็งเห็นถึงความจำเป็นในการบริหารโดยใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ เพื่อใช้ในการเรียนการสอน จึงเห็นว่าควรมีการจัดอบรม ฝึกทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพิ่มมากขึ้น 2) ความสามารถประเมินการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อนำมาปรับปรุงการบริหารจัดการเห็นว่า ผู้บริหารขาดความรู้ ความเข้าใจและความตระหนักในการให้ความสำคัญต่อการประเมินการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อนำมาปรับปรุงการ บริหารจัดการการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง จึงควรนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการบริหารงานภายใน สถานศึกษา เพื่ออำนวยความสะดวกแก่บุคลากรและผู้มาติดต่อราชการ และ 3) ความสามารถส่งเสริม สนับสนุนการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศเพื่อการศึกษา ผู้บริหารขาดความตระหนักถึงความสำคัญ และสาเหตุด้านเครื่องมือ อุปกรณ์น้อย ไม่เพียงพอต่อจำนวน นักเรียน การทำงานซ้ำ เครื่องมือบางชนิดมีราคาแพง ตลอดจนการดูแลรักษา ต้องมีค่าใช้จ่าย ค่อนข้างสูง งบประมาณสนับสนุนยังไม่เพียงพอ ควรมีการระดมทุนทรัพยากรเพื่อการศึกษา และส่งเสริมสนับสนุนการใช้ เทคโนโลยีให้มากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผลการวิจัยพบว่าสภาพปัจจุบันของผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในสถานศึกษา ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการเรียนการสอน เป็นด้านที่มีระดับ ปฏิบัติต่ำที่สุด ดังนั้นผู้บริหารสถานศึกษาจึงควรนำแนวทางจากการวิจัยไปปรับใช้ เพื่อพัฒนาผู้บริหาร ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา โดยสนับสนุนให้ครูมีแท็บเล็ต โทรศัพท์สมาร์ตโฟน เพื่อการใช้งานและการจัดการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น อีกทั้งผู้บริหารสถานศึกษาควรมีการพัฒนา ตนเอง ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการเรียนการสอนอย่างต่อเนื่อง

1.2 ผลการวิจัยพบว่าสภาพที่พึงประสงค์ของผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในสถานศึกษา ด้านการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เป็นด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุด ดังนั้นผู้บริหาร ควรมีการพัฒนาเว็บไซต์ของสถานศึกษา เพื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลแก่นักเรียน ครู และผู้ปกครอง

1.3 ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการจำเป็นของการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารในสถานศึกษา ด้านการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มีความจำเป็นสูงสุด ไปประยุกต์ใช้ในการจัดทำแผนการนิเทศ กำกับ ติดตามสถานศึกษาเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินการของ โรงเรียนในสังกัด ดังนั้นผู้บริหารควรนำไปใช้ในการจัดทำแผนการนิเทศ กำกับ ติดตามสถานศึกษาให้มีการพัฒนา

เว็บไซต์ของสถานศึกษา เพื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่ ข้อมูลแก่นักเรียน ครู และผู้ปกครองให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการดำเนินการของสถานศึกษาในสังกัด

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาแนวทางการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาในเขตอื่น และนำผลที่ได้มาเปรียบเทียบกับกันเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบายในการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา

2.2 ควรศึกษารูปแบบการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น และนำผลที่ได้มาใช้ในการกำหนดนโยบายในการพัฒนาครูผู้สอนให้สามารถจัดการเรียนการสอนให้ สอดคล้องกับยุคดิจิทัล

2.3 ควรศึกษาองค์ประกอบการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา ด้านการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น และนำองค์ประกอบที่ได้มาใช้เป็นข้อมูลให้กับผู้บริหารสถานศึกษาให้สามารถพัฒนาตนเองให้สอดคล้องตามองค์ประกอบด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในสถานศึกษาด้านการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง “สภาพความต้องการจำเป็นและแนวทางการพัฒนาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น” ลุล่วงสำเร็จไปได้ด้วยดี อันเนื่องมาจากได้รับความกรุณาช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คือ ดร.ยุทธศาสตร์ กงเพชร ดร.วิเชียร รุ้ยนียง และผศ.ดร.นิตดา เปี่ยมพิชนะ ผู้ทรงคุณวุฒิ ทั้ง 7 ท่าน ดร.คมสันต์ ชุมอภัย ดร.สุรเชษฐ รูปต่ำ ดร.เพ็ญสุตา ฤทธิมนตรี ดร.นิญชลา ล้นเหลือ ดร.ไพวัล ไชยทองศรี ดร.มนตรี ถ้ำหิน ดร.วราวุธ สร้อยพิมาย ผู้เชี่ยวชาญท่าน ดร.อดุลย์ พิมพ์ทอง ดร.ศักดิ์เดช ทาช้าย ดร.วรรณประภรณ์ จุมพลน้อย และคณะคณาจารย์ประจำหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา ที่ได้ให้คำชี้แนะข้อเสนอแนะ จนกระทั่งงานวิจัยครั้งนี้สำเร็จไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้ด้วย

ผู้วิจัยขอขอบคุณ ครอบครัวที่เป็นกำลังใจและสนับสนุนให้ผู้วิจัยได้สามารถก้าวเดินในการทำวิจัยครั้งนี้ ซึ่งนับเป็นกำลังใจสำคัญของผู้วิจัย จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ข้าเจ้าขอขอบคุณทุกท่านที่มีจากกล่าวถึงได้ครบถ้วน เช่นผู้ให้ความร่วมมือในการจัดเก็บข้อมูล และให้ความร่วมมืออันดียิ่ง และขอบคุณ เพื่อน หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา รุ่น 21 ทุกคนที่เอื้ออาทรต่อกันเสมอมา

เอกสารอ้างอิง

- กิตติศักดิ์ แสงทอง. (2560). ปัญหาและแนวทางการพัฒนาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการศึกษาของ
โรงเรียนมัธยมศึกษา อำเภอบางละมุง สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 18.
[วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- จิณฉัตร ปะโคทัง. (2561). ภาวะผู้นำยุคดิจิทัลสำหรับผู้บริหารสถานศึกษามืออาชีพ (พิมพ์ครั้งที่ 1).
ศิริธรรมออฟเซต.
- ไชยา ภาวะบุตร. (2565). ภาวะผู้นำทางวิชาการ Academic Leadership (พิมพ์ครั้งที่ 3).
ห้างหุ้นส่วนจำกัด สมศักดิ์การพิมพ์ กรู๊ป.
- ปาริฉัตร โพธิกุล. (2567). การประเมินความต้องการจำเป็นของสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
และการสื่อสารในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
มัธยมศึกษาอุดรธานี. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, 21(94), 1-16.
- พรทิพย์ ไชยพนาพันธ์. (2564). แนวทางการพัฒนาสมรรถนะทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในยุคดิจิทัล
ของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนขยายโอกาส สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษา
พิษณุโลก เขต 1. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
- เยาวลักษณ์ ซื่อสัตย์. (2564). การศึกษาสมรรถนะและแนวทางพัฒนาด้านการบริหารจัดการเทคโนโลยี
สารสนเทศ ของผู้บริหารสถานศึกษา กลุ่มเครือข่ายสหวิทยาเขต 8 (ศรีนครอัจจะ) สังกัดสำนักงาน
เขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 33. วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย, 5(1), 136-147.
- สถาบันทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติ. (2566). รายงานผลการทดสอบการศึกษาระดับชาติขั้นพื้นฐาน
(O-Net) ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ปีการศึกษา 2566. สถาบันทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติ.
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น. (2565). ข้อมูลสารสนเทศทางการศึกษาสำนักงานเขตพื้นที่
การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น ปีการศึกษา 2567. เอกสารหมายเลข 4/2567. สำนักงานเขตพื้นที่
การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น.
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น. (2567). นโยบายการพัฒนาคูณภาพการศึกษา SIAO
SMART PLUS MODEL. เอกสารหมายเลข 2/2567. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา
ขอนแก่น.
- สุวิมล ว่องวานิช. (2550). การวิจัยประเมินความต้องการจำเป็น (พิมพ์ครั้งที่ 2). สำนักพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. Harper & Row.

ประสบการณ์ลูกค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ การบอกต่อ และความตั้งใจซื้อซ้ำ
ของธุรกิจร้านกาแฟประเภทแฟรนไชส์ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี

The Customer Experience Affecting Customer Satisfaction, Word-of-Mouth, and
Repurchase Intention of Franchise Coffee Shop: Udon Thani Municipality

ณัฐพร โอนอ่อน^{1*} และ สืบชาติ อันทะไชย²

Natthaporn Owon^{1*} and Subchat Untachai²

^{1,2} คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

^{1,2} Faculty of Management Science, Udon Thani Rajabhat University

*Corresponding author's email: nookita@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

10 กรกฎาคม 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

14 กันยายน 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

28 กันยายน 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับของประสบการณ์ลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้า การบอกต่อ และความตั้งใจซื้อซ้ำของธุรกิจร้านกาแฟประเภทแฟรนไชส์ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของประสบการณ์ลูกค้าที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ โดยมีความพึงพอใจของลูกค้าและการบอกต่อเป็นตัวแปรส่งผ่าน 3) เพื่อหาแนวทางปรับปรุงประสบการณ์ลูกค้าของธุรกิจร้านกาแฟประเภทแฟรนไชส์ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ สร้างการบอกต่อ และกลับมาซื้อซ้ำ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยรูปแบบผสม แบ่งออกเป็น 2 ระยะ ระยะที่ 1 การวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่เคยใช้บริการร้านกาแฟประเภทแฟรนไชส์ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี ได้แก่ คาเฟ่ อเมซอน อินทนิล และพันธุ์ไทย จำนวน 400 คน ผ่านแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและวิเคราะห์สมการโครงสร้างแบบกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (PLS - SEM) ระยะที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเก็บข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริโภสดังกล่าว จำนวน 6 คน และใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับประสบการณ์ลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้า การบอกต่อ และความตั้งใจซื้อซ้ำ อยู่ในระดับมากทุกด้าน ประสบการณ์ลูกค้ามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และความพึงพอใจทำหน้าที่ส่งผ่านอิทธิพลจากประสบการณ์ลูกค้าสู่การบอกต่อและความตั้งใจซื้อซ้ำ สะท้อนความพึงพอใจของลูกค้าในระดับสูง ผลการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า ร้านกาแฟประเภทแฟรนไชส์มีจุดแข็งด้านความสะดวกในการเข้าใช้บริการ ขั้นตอนการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ และสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการให้บริการ อย่างไรก็ตาม ลูกค้ายังคงมีข้อกังวลเกี่ยวกับความไม่สม่ำเสมอของรสชาติและการให้บริการของพนักงาน ร้านควรรักษามาตรฐานด้านรสชาติและการให้บริการที่เป็นมิตรอย่างสม่ำเสมอ เพื่อส่งเสริมให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ บอกต่อ และกลับมาซื้อซ้ำอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ: ประสบการณ์ลูกค้า, ความพึงพอใจ, ความตั้งใจซื้อซ้ำ, การบอกต่อ, ร้านกาแฟแฟรนไชส์

ABSTRACT

The objectives of this research were: 1) to study the levels of customer experience, customer satisfaction, word-of-mouth, and repurchase intention in franchise coffee shops located in Udon Thani Municipality, 2) to examine the influence of customer experience on repurchase intention, with customer satisfaction and word-of-mouth as mediating variables; and 3) to explore possible strategies for improving customer experience in franchise coffee shops in order to enhance satisfaction, word-of-mouth and repurchase intention. This research used mixed methods approach, consisting of two phases. The first phase, quantitative phase, collected data from customers who had recently purchased from the franchise coffee shops in Udon Thani Municipality, including Café Amazon, Inthanin, and Punthai, from 400 consumers via questionnaires. The data were analyzed using descriptive statistics and Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The second phase, qualitative phase, consisted of in-depth interviews with six consumers and were analyzed using content analysis. The quantitative findings revealed that respondents reported high levels of customer experience, satisfaction, word-of-mouth and repurchase intention. Customer experience statistically influenced customer satisfaction at the 0.05 significant level. Moreover, customer satisfaction acted as a key mediating factor in the relationship between customer experience and both word-of-mouth and repurchase intention, reflecting a high level of overall satisfaction. The qualitative results indicated that franchise coffee shops possess strengths in service accessibility, efficient service procedures, and a well-managed physical environment. However, customers expressed concerns about inconsistency in taste and the quality of service provided by the staff. The coffee shop should maintain the consistency of product quality and ensuring friendly service to enhance customer satisfaction, foster positive word-of-mouth, and encourage repurchases intention.

Keywords: Customer Experience, Customer Satisfaction, Word-Of-Mouth, Repurchase Intention, Franchise Coffee Shops

บทนำ

กาแฟเป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมไปทั่วโลก ซึ่งมีการบริโภคประมาณ 2,250 ล้านแก้วต่อวัน (Money Buffalo, 2565) ในขณะที่คนไทยมีค่าเฉลี่ยการบริโภคกาแฟอยู่ที่ 300 แก้วต่อคนต่อปี (ฐานเศรษฐกิจ, 2567) อุตสาหกรรมกาแฟในประเทศไทยเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วงปี 2565 – 2566 มีอัตราการเติบโตสูงถึงร้อยละ 7.34 ทำให้มูลค่าตลาดกาแฟไทยอยู่ที่ 34,470.3 ล้านบาท โดยกาแฟสำเร็จรูปมีส่วนแบ่งตลาดสูงสุดที่ร้อยละ 84 คิดเป็นมูลค่า 28,951.3 ล้านบาท ขณะที่กาแฟสดมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 16 หรือคิดเป็นมูลค่า 5,519.1 ล้านบาท (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์, 2567) อัตราการเติบโตของตลาดกาแฟดังกล่าวได้ส่งผลให้ธุรกิจร้านกาแฟขยายตัวเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

ร้านกาแฟในประเทศไทยมีการแข่งขันสูงมาก โดยมีปัจจัยขับเคลื่อนที่สำคัญคือพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งร้านกาแฟที่ประสบความสำเร็จสามารถสร้างแฟรนไชส์เพื่อขยายสาขา โดยเฉพาะแบรนด์ที่บริหารโดยกลุ่มธุรกิจสถาบันบริการน้ำมัน เช่น คาเฟ่ อเมซอน อินทนิล และพันธุ์ไทย ซึ่งครองส่วนแบ่งการตลาดสูงสุด 3 อันดับแรกของประเทศ และมีแผนการขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง (สุรินทร์ เจนพิทยา, 2567) ร้านกาแฟแฟรนไชส์เหล่านี้มีจุดเด่นที่แตกต่างกัน เพื่อดึงดูดและสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟแฟรนไชส์ในปัจจุบันไม่ได้ขึ้นอยู่กับคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการเพียงอย่างเดียว แต่ต้องพิจารณาถึงปัจจัยอื่น ๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจและความภักดีในระยะยาว ตัวอย่างเช่น แบรนด์ร้านกาแฟระดับโลกอย่างสตาร์บัคส์ (Starbucks) ซึ่งเป็นธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างมาก ได้ให้ความสำคัญกับการมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า

ตารางที่ 1 จำนวนสาขาของร้าน คาเฟ่ อเมซอน อินทนิล และพันธุ์ไทย ระหว่างปี 2564 - 2566

จำนวนสาขา/ปี	คาเฟ่ อเมซอน (สาขา)			อินทนิล (สาขา)			พันธุ์ไทย (สาขา)		
	2564	2565	2566	2564	2565	2566	2564	2565	2566
ประเภท coco	751	786	808	N/A	N/A	N/A	284	450	828
ประเภทแฟรนไชส์	2,856	3,089	3,419	N/A	N/A	N/A	34	61	200
รวม	3,607	3,875	4,227	817	1,002	1,005	318	511	1,028

ที่มา: บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน), (2567); บริษัทบางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน), (2567);

บริษัท พีทีจี เอ็นเนอยี จำกัด (มหาชน), (2567)

ตารางที่ 2 ผลประกอบการของร้าน คาเฟ่ อเมซอน อินทนิล และพันธุ์ไทย ระหว่างปี 2564 – 2566

ผลประกอบการ(ล้านบาท) /ปี	แบรนด์	คาเฟ่ อเมซอน			อินทนิล			พันธุ์ไทย		
		2564	2565	2566	2564	2565	2566	2564	2565	2566
รายได้รวม		16,965	21,082	22,130	831	1,068	1,089	502	905	1,411
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ		11,474	10,370	11,094	23	57	26	-31	78	212

ที่มา: บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน), กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, (2567)

จากตารางที่ 1 และตารางที่ 2 จะเห็นได้ว่าแม้ธุรกิจร้านกาแฟแฟรนไชส์ดังกล่าว จะมีการขยายสาขาและเติบโตด้านรายได้อย่างต่อเนื่อง แต่ด้านผลประกอบการของแต่ละแบรนด์ยังคงมีความผันผวนอยู่มาก จะเห็นได้จากแบรนด์คาเฟ่ อเมซอนที่มีกำไรสุทธิที่สูงและมั่นคงที่สุด แบรนด์อินทนิลแม้มีการขยายสาขาแต่กำไรสุทธิกลับลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่แบรนด์พันธุ์ไทยในฐานะแบรนด์ใหม่สามารถพลิกจากภาวะขาดทุนสู่การทำกำไรได้อย่างรวดเร็วภายในเวลาไม่กี่ปี สถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนถึงความท้าทายในการรักษาลูกค้าในตลาดที่มีการแข่งขันสูง ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ การบอกต่อและความตั้งใจซื้อซ้ำ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญของความภักดีของลูกค้า โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์ประสบการณ์ของลูกค้า เพื่อศึกษาว่ามีประสบการณ์ด้านใดบ้างที่ส่งผลต่อการตัดสินใจดังกล่าว โดยกำหนดพื้นที่ศึกษาในเขตเทศบาลนครอุดรธานี ซึ่งมีความหนาแน่นของประชากรและมีร้านกาแฟแฟรนไชส์ทั้งสามแบรนด์กระจายอยู่เป็นจำนวนมาก ผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการร้านกาแฟแฟรนไชส์ในการนำข้อมูลไปพัฒนาและวางแผนการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ หรือผู้ประกอบการที่กำลังสนใจที่จะดำเนินธุรกิจร้านกาแฟประเภทแฟรนไชส์ สามารถเข้าใจความคาดหวังของผู้บริโภค สร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า นำไปสู่ความพึงพอใจที่จะบอกต่อและซื้อซ้ำอย่างต่อเนื่อง และสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

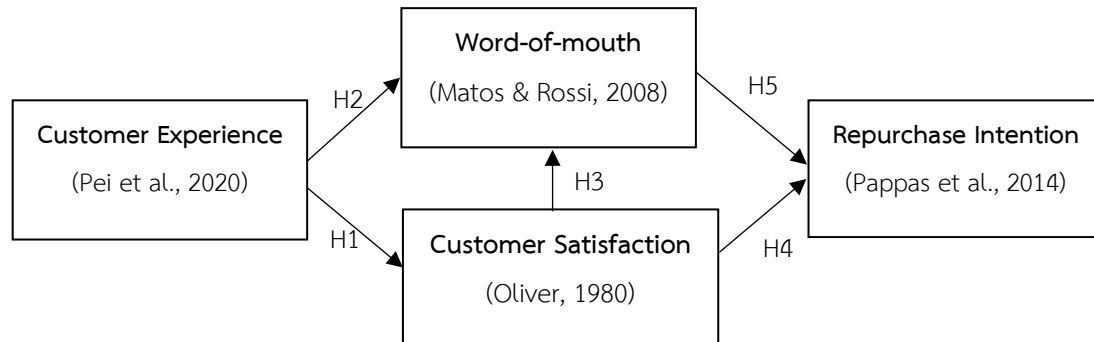
1. เพื่อศึกษาระดับของประสบการณ์ลูกค้า ความพึงพอใจ ความตั้งใจซื้อซ้ำ และการบอกต่อของธุรกิจร้านกาแฟประเภทแฟรนไชส์ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของประสบการณ์ลูกค้า ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ โดยมีความพึงพอใจและการบอกต่อเป็นตัวแปรส่งผ่าน
3. เพื่อหาแนวทางปรับปรุงประสบการณ์ลูกค้าของธุรกิจร้านกาแฟประเภทแฟรนไชส์ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ สร้างการบอกต่อ และกลับมาซื้อซ้ำ

สมมติฐานการวิจัย

- สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ประสบการณ์ลูกค้าส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า
- สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ประสบการณ์ลูกค้าส่งผลทางบวกต่อการบอกต่อ
- สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าส่งผลทางบวกต่อการบอกต่อ
- สมมติฐานการวิจัยที่ 4 ความพึงพอใจของลูกค้าส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ
- สมมติฐานการวิจัยที่ 5 การบอกต่อส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ลูกค้า ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ผลกระทบของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบอกต่อ และความตั้งใจซื้อซ้ำ ได้กรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยรูปแบบผสม แบบขั้นตอนเชิงอธิบาย (Exploratory Sequential Design) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยเชิงปริมาณ คือ ผู้บริโภคชาวไทยที่เคยมีประสบการณ์ใช้บริการร้านกาแฟแฟรนไชส์ได้แก่ คาเฟ่ อเมซอน อินทนิล และพันธุ์ไทยในเขตเทศบาลนครอุดรธานี โดยอ้างอิงจากยอดจำหน่าย ปี 2566 ใช้วิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ Yamane (1970 อ้างถึงใน อโณทัย งามวิชัยกิจ, 2564) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคาดเคลื่อนร้อยละ 5 จำนวน 400 ตัวอย่าง การสุ่มตัวอย่างแบบร้านกาแฟแฟรนไชส์ ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย และสุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการใช้การสุ่มแบบโควตา จะได้จำนวนตัวอย่าง คือ คาเฟ่ อเมซอน จำนวน 360 ตัวอย่าง อินทนิลจำนวน 27 ตัวอย่าง และพันธุ์ไทยจำนวน 13 ตัวอย่าง ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการร้านกาแฟประเภทแฟรนไชส์

แบรนด์	จำนวนสาขาทั้งประเทศ (สาขา)	จำนวนสาขาในเขตเทศบาลนครอุดรธานี (สาขา)	จำนวนลูกค้าทั้งประเทศ(คน/ปี)	จำนวนลูกค้าในสาขาเขตเทศบาลนครอุดรธานี (คน/ปี)	กลุ่มตัวอย่าง (ตัวอย่าง)
คาเฟ่ อเมซอน	4,227	37	371,000,000	3,247,457	360
อินทนิล	1,005	8	30,000,000	238,806	27
พันธุ์ไทย	1,028	3	41,000,000	119,650	13
			รวม	3,605,913	400

หมายเหตุ: การประมาณจำนวนลูกค้า โดยอ้างอิงจากยอดจำหน่าย ปี 2566

ที่มา: Ayosiri, (2566); บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน), (2567); บริษัทบางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน), (2567); บริษัท พีทีจี เอ็นเนอยี จำกัด (มหาชน), (2567)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยเชิงคุณภาพ คือ ผู้บริโภคชาวไทยที่เคยมีประสบการณ์ใช้บริการร้านกาแฟแฟรนไชส์ได้แก่ คาเฟ่ อเมซอน อินทนิล และพันธุ์ไทยในเขตเทศบาลนครอุดรธานี ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก แบ่งเป็นจำนวนร้านละ 2 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 6 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย

1. แบบสอบถาม สำหรับการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ โดยผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พิจารณาด้านทฤษฎีและการวัด เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (Index of Consistency: IOC) พร้อมปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามที่ได้พิจารณาให้ความเห็นชอบและนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ตัวอย่าง และทำการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของข้อคำถามรายข้อ โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient; α) ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.939 ซึ่งแสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ

2. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) สำหรับการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยมีแนวทางคำถามครอบคลุมในเรื่องประสบการณ์ลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้า การบอกต่อ และความตั้งใจซื้อซ้ำ ของธุรกิจร้านกาแฟประเภทแฟรนไชส์

วิธีรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยประสานผู้เกี่ยวข้องเพื่อขออนุญาตและขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามทั้งในรูปแบบ Google Form และแบบกระดาษเพื่อเก็บข้อมูลทั้งหน้าร้านและออนไลน์ จำนวน 400 ชุด

2. การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ประสานผู้เกี่ยวข้อง เพื่อความอนุเคราะห์ในการให้ข้อมูลและกำหนดการนัดหมายผู้ที่ให้ข้อมูล และรวบรวมข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักตามที่กำหนด โดยการจดบันทึก บันทึกเสียง และถอดเทปการสัมภาษณ์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ จะใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) จะใช้การวิเคราะห์สมการโมเดลเชิงโครงสร้างแบบกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (Partial Least Squares Structural Equation Modeling หรือ PLS-SEM) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ซึ่งการประเมินโมเดลการวัด ค่าสถิติจะประกอบไปด้วย ค่า SRMR ต้องน้อยกว่า 0.08 (Hu and Bentler, 1999) ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายนอกต้องมากกว่า 0.7 ค่าความเที่ยงประกอบ (Composite Reliability หรือ CR) ต้องมากกว่า 0.7 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ต้องมากกว่า 0.7 ค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (Average Variance Extract หรือ AVE) ต้องมากกว่า 0.5 ค่าความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) จากเกณฑ์ HTMT ต้องน้อยกว่า 0.90 (Hair et al., 2022) และค่าน้ำหนักไขว้ (Cross loading) ต้องมากกว่า 0.7 (Lee et al., 2011)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ จะใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อจำแนก ทัศนคติ และสรุปประเด็นที่สำคัญ

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป และผลการศึกษาพฤติกรรมทั่วไปในการซื้อสินค้าหรือใช้บริการร้านกาแฟประเภทแฟรนไชส์ในเขตเทศบาลนครอุดรธานีของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 65.50 อายุระหว่าง 26-33 ปี ร้อยละ 30.75 มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานราชการ/ลูกจ้างของรัฐ ร้อยละ 40.25 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท ร้อยละ 34.00 ปัจจัยหลักที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการคือความสะดวกในการเข้าใช้บริการมากที่สุด ร้อยละ 69.00 ปัจจัยรองลงมาคือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 47.75 ความถี่ในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ที่ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 43.75 ค่าใช้จ่ายต่อครั้งส่วนใหญ่ไม่เกิน 80 บาท ร้อยละ 43.00 ช่วงเวลาที่ใช้บริการบ่อยที่สุดคือ 12.01-15.00 น. ร้อยละ 35.25 และรูปแบบการให้บริการส่วนใหญ่คือซื้อกลับบ้าน ร้อยละ 55.00

2. ผลการศึกษาระดับประสบการณ์ลูกค้า ระดับความพึงพอใจของลูกค้า ระดับการบอกต่อ และระดับความตั้งใจซื้อซ้ำของผู้ใช้บริการร้านกาแฟประเภทแฟรนไชส์ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี

ตารางที่ 4 ระดับประสบการณ์ลูกค้า ระดับความพึงพอใจของลูกค้า ระดับการบอกต่อ และระดับความตั้งใจซื้อซ้ำ

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ประสบการณ์ลูกค้า	4.12	0.69	มาก
ความพึงพอใจของลูกค้า	4.05	0.85	มาก
การบอกต่อ	3.95	0.91	มาก
ความตั้งใจซื้อซ้ำ	3.86	0.97	มาก
รวม	4.06	0.86	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับประสบการณ์ลูกค้า ระดับความพึงพอใจของลูกค้า ระดับการบอกต่อ และระดับความตั้งใจซื้อซ้ำ อยู่ในระดับมากทุกด้าน

3. ผลการศึกษاثิพพลของประสบการณ์ลูกค้า ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ โดยมีความพึงพอใจของลูกค้าและการบอกต่อเป็นตัวแปรส่งผ่าน ผ่านผลการวิเคราะห์ PLS - SEM

โมเดลนี้ประยุกต์ใช้โมเดลการวัดแบบสะท้อน มีตัวแปรแฝงทั้งหมด 4 ตัวแปร และมีตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด 15 ตัวแปร ประกอบไปด้วยการประเมินโมเดลการวัด และการประเมินโมเดลเชิงโครงสร้าง ดังนี้

3.1 การประเมินโมเดลการวัด (Measurement Model Evaluation) จะพิจารณาจากเกณฑ์และค่าสถิติ ได้แก่ SRMR, CR, Cronbach's Alpha, AVE, HTMT และ Cross Loading ดังตารางที่ 5

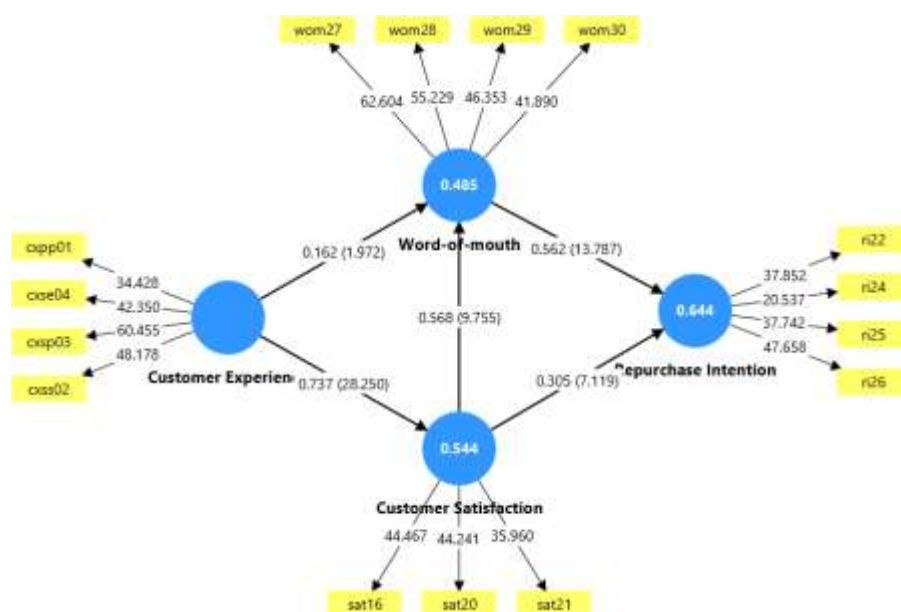
ตารางที่ 5 ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา

ค่าสถิติ	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา	ค่าที่วัดได้	ผลการพิจารณา
SRMR	<0.08	0.064	ผ่านเกณฑ์
CR	>0.7 ทุกตัว	>0.7 ทุกตัว	ผ่านเกณฑ์
Cronbach's Alpha	>0.7 ทุกตัว	>0.7 ทุกตัว	ผ่านเกณฑ์
AVE	>0.5 ทุกตัว	>0.5 ทุกตัว	ผ่านเกณฑ์
HTMT	<0.90 ทุกตัว	<0.90 ทุกตัว	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 5 พบว่า โมเดลการวัดประสบการณ์ลูกค้า ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ โดยมีความพึงพอใจ และการบอกต่อเป็นตัวแปรส่งผ่าน ผ่านเกณฑ์การพิจารณาตามที่กำหนดไว้ทุกค่า แสดงว่า เครื่องมือมีความน่าเชื่อถือ มีความเที่ยงตรง และสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

3.2 การประเมินโมเดลเชิงโครงสร้าง (Structural Model Assessment)

การประเมินโมเดลเชิงโครงสร้าง เพื่อทดสอบสมมติฐานทางการวิจัย และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โมเดลเชิงโครงสร้าง ดังนี้



ภาพที่ 2 ผลการทดสอบการมีนัยสำคัญทางสถิติด้วยกระบวนการ Bootstrapping

หมายเหตุ : ค่าที่ปรากฏภายในตัวแปรแฝงคือ ค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) ค่าที่ปรากฏบนเส้นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงคือ ค่า Coefficient และค่า t-value และค่าที่ปรากฏบนเส้นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรชี้วัดและตัวแปรแฝงคือ ค่า t-values

ตารางที่ 6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน		ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1	ประสบการณ์ลูกค้าส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2	ประสบการณ์ลูกค้าส่งผลทางบวกต่อการบอกต่อ	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 3	ความพึงพอใจของลูกค้าส่งผลทางบวกต่อการบอกต่อ	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 4	ความพึงพอใจของลูกค้าส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 5	การบอกต่อส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ	ยอมรับ

ตารางที่ 7 ผลการตรวจสอบอิทธิพลทางตรง (Direct Effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และอิทธิพลรวม (Total Effect) ความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม

ตัวแปร	CS			WOM			RI			R^2
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	
CX	0.738*		0.738*	0.164*	0.420*	0.584*		0.544*	0.544*	
CS				0.569*		0.569*	0.305*	0.319*	0.626*	0.544
WOM							0.563*		0.563*	0.492
RI										0.644

หมายเหตุ: * = $p < 0.05$

จากภาพที่ 2 ตารางที่ 6 และตารางที่ 7 เป็นการทดสอบสมมติฐานทางการวิจัย ด้วยกระบวนการ Bootstrapping พบว่า ยอมรับสมมติฐานทั้งหมด และประสบการณ์ลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าสูงที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (Coefficient determinant, R^2) ของความตั้งใจในการซื้อซ้ำเท่ากับ 0.644 มีค่าสูงที่สุดและอยู่ในระดับปานกลาง แสดงว่าตัวแปรอิสระในโมเดลสามารถอธิบายความผันแปรของความตั้งใจซื้อซ้ำได้ประมาณ ร้อยละ 64.4

4. ผลการศึกษาการวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าและใช้บริการร้านกาแฟประเภทแฟรนไชส์แบรนด์ละ 2 คน รวมทั้งสิ้น 6 คน เพื่อดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกและวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อสรุปสาระสำคัญตามประเด็นที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ตารางที่ 8 ประเด็นที่ค้นพบจากการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง

หัวข้อ/แบรนด์	จุดเด่น/ข้อเสนอแนะ		
	แบรนด์ A	แบรนด์ B	แบรนด์ C
ประสบการณ์จากผลิตภัณฑ์	จุดเด่น : รสชาติและคุณภาพ คัมค้ำกับราคา ข้อเสนอแนะ : ควรปรับปรุง ความเป็นมาตรฐานในแต่ละสาขาให้เหมือนกัน	จุดเด่น : เครื่องดื่มรสชาติเข้มข้น และคุณภาพคัมค้ำกับราคา ข้อเสนอแนะ : ควรเพิ่มเมนูเบเกอรี่ที่เหมาะสมกับการดื่มกาแฟ	จุดเด่น : มีเอกลักษณ์ โดยการผสมผสานขนมไทย เข้ากับเมนูเครื่องดื่ม ข้อเสนอแนะ : ควรเปิดโอกาสให้ลูกค้าเลือกเมล็ดกาแฟระดับการคั่ว

ตารางที่ 8 (ต่อ)

หัวข้อ/แบรนด์	จุดเด่น/ข้อเสนอแนะ		
	แบรนด์ A	แบรนด์ B	แบรนด์ C
ประสบการณ์จากขั้นตอนการให้บริการ	จุดเด่น : ขั้นตอนการซื้อสะดวก	จุดเด่น : ขั้นตอนการซื้อสะดวก	จุดเด่น : ขั้นตอนการซื้อสะดวก
ประสบการณ์จากการให้บริการของพนักงาน	ข้อเสนอแนะ : ควรอบรมพนักงานให้สื่อสารกับลูกค้าได้อย่างเหมาะสม	ข้อเสนอแนะ : ควรพัฒนามาตรฐานการบริการของพนักงาน	จุดเด่น : พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ
ประสบการณ์จากสภาพแวดล้อมในการซื้อสินค้า	จุดเด่น : การตกแต่งร้านมีความสวยงาม มีสิ่งอำนวยความสะดวก	จุดเด่น : บรรยากาศร้านปลอดโปร่ง สะอาด มีสิ่งอำนวยความสะดวก	จุดเด่น : ร้านมีความสะอาด มีสิ่งอำนวยความสะดวก
ความพึงพอใจโดยรวม	จุดเด่น : มีสาขาให้บริการจำนวนมาก หาซื้อง่าย ข้อเสนอแนะ : ปรับปรุงการสื่อสารของพนักงาน	จุดเด่น : ราคาเครื่องดื่มเข้มข้น ข้อเสนอแนะ : มีเมนูเบเกอรี่น้อย จำนวนสาขายังไม่เพียงพอ	จุดเด่น : คุณภาพการบริการของพนักงานดี ข้อเสนอแนะ : ควรปรับปรุงห้องน้ำในสถานบริการน้ำมัน
ปัจจัยที่อยากแนะนำ (การบอกต่อ)	คุณภาพของเครื่องดื่ม	ความอร่อย ความเข้มข้นของเครื่องดื่ม	คุณภาพสินค้าและการบริการที่สุภาพ
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อซ้ำ	เป็นร้านกาแฟที่หาซื้อง่าย สะดวก ราคาดี	รสชาติ บรรยากาศ และความสะดวกสบายของร้าน	คุณภาพของผลิตภัณฑ์และการบริการ

จากตารางที่ 8 พบว่าร้านกาแฟแฟรนไชส์มีขั้นตอนการซื้อสินค้าและบริการที่มีประสิทธิภาพรวมถึงสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการใช้บริการทุกแบรนด์ ส่งผลให้ภาพรวมของประสบการณ์ลูกค้าอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณ คือ ประสบการณ์จากขั้นตอนการให้บริการ ประสบการณ์จากสภาพแวดล้อมในการซื้อสินค้าเป็นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด อย่างไรก็ตาม ยังมีประเด็นที่ควรได้รับการปรับปรุง ได้แก่ ความไม่สม่ำเสมอของรสชาติ การให้บริการของพนักงาน ความสะอาดของห้องน้ำในสถานบริการน้ำมัน แม้จะเป็นบางสาขาแต่ก็ส่งผลต่อประสบการณ์ลูกค้าในภาพรวม

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้ามีอิทธิพลต่อการเกิดความพึงพอใจและเมื่อเกิดความพึงพอใจแล้ว จะส่งผลต่อการบอกต่อและความตั้งใจซื้อซ้ำ ซึ่งนำไปสู่การสร้างความภักดีของลูกค้า นอกจากนี้ ความพึงพอใจยังมีบทบาทสำคัญในฐานะตัวแปรส่งผ่านระหว่างประสบการณ์ลูกค้ากับการบอกต่อและการซื้อซ้ำ ซึ่งทำหน้าที่เสริมสร้างอิทธิพลของประสบการณ์ลูกค้าต่อพฤติกรรมผู้บริโภคทั้งในการตัดสินใจใช้บริการซ้ำและการสร้างความภักดีในระยะยาวอีกด้วย จึงสามารถสรุปผลตามสมมติฐานได้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ประสบการณ์ลูกค้าส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า พบว่าประสบการณ์ลูกค้ามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และอยู่ในระดับที่สูง ($DE = 0.738$) และมีอิทธิพลที่สูงสุดเมื่อเทียบกับตัวแปรอื่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Pei et al. (2020);

ลักชีกา มุกดากุล (2564) ที่พบว่ายิ่งลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีในมิติต่าง ๆ ก็ยิ่งเกิดความพึงพอใจต่อแบรนด์มากขึ้น สะท้อนถึงลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับสูง

สมมติฐานที่ 2 ประสบการณ์ลูกค้าส่งผลทางบวกต่อการบอกต่อ พบว่า ประสบการณ์ลูกค้ามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการบอกต่อในระดับปานกลาง ($DE = 0.164$) และมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อการบอกต่อในระดับสูง ($IE = 0.420$) แสดงว่าความพึงพอใจทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านจากประสบการณ์ลูกค้าที่ดีไปสู่ การบอกต่ออย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Liana et al. (2024) ที่พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้า เป็นตัวแปรส่งผ่านที่สำคัญที่จะช่วยเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ลูกค้ากับการบอกต่อ

สมมติฐานที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าส่งผลทางบวกต่อการบอกต่อ พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการบอกต่อในระดับสูง ($DE = 0.569$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สลิลทิพย์ ทิพย์ไกรสร (2564) ที่กล่าวว่า การบอกต่อต้องได้รับอิทธิพลเชิงบวกจากความพึงพอใจในระดับสูง สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในระดับที่เหนือกว่าความคาดหวัง นอกจากนี้ การบอกต่อมีความน่าเชื่อถือมากกว่าการสื่อสารทางการตลาดรูปแบบอื่น ๆ จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดลูกค้าใหม่ การบอกต่อเชิงบวกจากผู้ใช้งานจริงถือเป็นช่องทางสื่อสารที่มีอิทธิพลสูง

สมมติฐานที่ 4 ความพึงพอใจของลูกค้าส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อซ้ำในระดับสูง ($DE = 0.305$) และมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อซ้ำในระดับสูง ($IE = 0.319$) สะท้อนให้เห็นว่าความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Liana et al. (2024) ที่ระบุว่า หากลูกค้าได้รับประสบการณ์การใช้บริการที่ดีและตรงตามความคาดหวัง จะทำให้ลูกค้ามีการประเมินคุณภาพบริการในเชิงบวก ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจ และนำไปสู่การตัดสินใจใช้บริการซ้ำในอนาคต

สมมติฐานที่ 5 การบอกต่อส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ การบอกต่อมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อซ้ำในระดับสูง ($DE = 0.563$) สะท้อนให้เห็นว่า หากลูกค้ามีแนวโน้มในการแนะนำร้านหรือบริการให้แก่ผู้อื่นในเชิงบวก ก็มีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำด้วยตนเองในอนาคตเช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Putra and Suprpti (2020) ที่กล่าวว่า การบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลเชิงบวกและมีนัยสำคัญต่อการซื้อซ้ำ เนื่องจากการบอกต่อในเชิงบวกไม่เพียงแต่มีผลในการดึงดูดลูกค้าใหม่ แต่ยังสะท้อนถึงระดับความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าเดิม ซึ่งมักมีแนวโน้มกลับมาใช้บริการซ้ำอย่างสม่ำเสมอ

จากผลการวิจัยเชิงคุณภาพ สามารถนำมาสรุปเป็นแนวทางปรับปรุงประสบการณ์ลูกค้าของธุรกิจร้านกาแฟพรีเมียมในเขตเทศบาลนครอุดรธานี เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ สร้างการบอกต่อ และกลับมาซื้อซ้ำ คือ ลูกค้าให้ความสำคัญกับรสชาติและคุณภาพของเครื่องดื่มโดยเฉพาะความสม่ำเสมอระหว่างสาขาการบริการของพนักงานเป็นอีกปัจจัยสำคัญ แม้ว่าผลิตภัณฑ์จะมีคุณภาพสูงแต่หากการให้บริการของพนักงานยังขาดความเอาใจใส่ย่อมส่งผลให้ประสบการณ์โดยรวมของลูกค้าลดลงจากที่ควรจะเป็น และอาจนำไปสู่การบอกต่อในเชิงลบได้ สิ่งที่ร้านควรปรับปรุงคือการพัฒนาคุณภาพบริการของพนักงานควบคู่ไปกับการรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐาน นอกจากนี้ ขั้นตอนการให้บริการและสภาพแวดล้อมในการซื้อสินค้าอาจเพิ่มพื้นที่นั่งส่วนตัวสำหรับลูกค้า รวมถึง

การประสานดูแลความสะอาดของห้องน้ำที่อยู่ในสถานบริการน้ำมัน ถึงแม้จะไม่ได้อยู่ในความรับผิดชอบโดยตรงของร้าน แต่ก็ส่งผลต่อประสบการณ์โดยรวมของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลักชิกา มุกดากุล (2564) ที่กล่าวว่า การสร้างประสบการณ์ลูกค้าที่ดีให้ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง จะสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้ จนนำไปสู่การกลับมาซื้อซ้ำ และการบอกต่อในที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

สำหรับผู้ประกอบการร้านกาแฟแฟรนไชส์ข้อมูล จากงานวิจัยสามารถนำมาใช้ประเมินจุดแข็งและจุดอ่อนของสาขาได้ เพื่อนำไปวางแผนบริหารจัดการวัตถุดิบและเตรียมพนักงานให้พร้อม นอกจากนี้ ยังสามารถใช้ข้อมูลดังกล่าวในการออกแบบกิจกรรมส่งเสริมการขาย อย่างไรก็ตาม การนำข้อมูลไปใช้ควรพิจารณาพร้อมกับปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องอย่างรอบด้าน ทั้งนี้สำหรับผู้ที่มีความสนใจจะลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ สามารถใช้ข้อมูลจากงานวิจัยประกอบการตัดสินใจลงทุนสามารถเข้าใจความคาดหวังของผู้บริโภค และนำแนวทางนี้ไปวางระบบการดำเนินงานตั้งแต่ต้น

2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 แม้ว่าประสบการณ์ลูกค้าจะส่งผลต่อความพึงพอใจในระดับสูงถึงร้อยละ 73.80 อย่างไรก็ตาม ควรมีศึกษาปัจจัยอื่นเพิ่มเติมที่อาจมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าเช่น ภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เป็นต้น

2.2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบแฟรนไชส์ในระดับต่าง ๆ เช่น ระดับโลก ระดับประเทศ และระดับท้องถิ่น เพื่อสามารถระบุจุดแข็งและจุดอ่อนของแต่ละแบรนด์ได้อย่างชัดเจน

2.3 ศึกษาผลกระทบจากนวัตกรรมและเทคโนโลยี โดยพิจารณาบทบาทของเทคโนโลยี เช่น แอปพลิเคชันสั่งซื้อ การชำระเงินดิจิทัล หรือการใช้ AI ในการบริการลูกค้าเพื่อรักษามาตรฐานผลิตภัณฑ์และการให้บริการ

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2566, 3 ธันวาคม). (ม.ป.ป.). *DBD DataWarehouse*.

<https://datawarehouse.dbd.go.th>

ฐานเศรษฐกิจ. (2567, 3 ธันวาคม). 'เด็ดตรา แพ็ค' เผยพฤติกรรมผู้บริโภคที่มาแฟคนไทย ชี้ Packaging คือ ภัยสำคัญ. *ฐานเศรษฐกิจ*. <https://www.thansettakij.com/business/marketing/613566>

บริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน). (2567). *แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี 2566 (แบบ 56-1 One Report)*. บริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน). <https://investor.bangchak.co.th/th/document/viewer/stream/98191/form-56-1-one-report-2023>

- บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน). (2567). แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี 2566 (แบบ 56-1 One Report). บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน). <https://investor.pttor.com/th/document/viewer/97209/56-1-one-report-2023-publish-date-march-8-2024>
- บริษัท พีทีจี เอ็นเนอยี จำกัด (มหาชน). (2567). แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี และรายงานประจำปี 2566 (แบบ 56-1 One Report). บริษัท พีทีจี เอ็นเนอยี จำกัด (มหาชน). <https://ptg.listedcompany.com/misc/one-report/20240322-ptg-one-report-2023-th.pdf>
- ลักขิกา มุกดากุล. (2564). ประสบการณ์ลูกค้า และการรับรู้คุณค่าในแบรนด์ ที่ส่งผลความตั้งใจซื้อซ้ำ และการบอกต่อ ในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านอาหารเครื่องดื่ม และขนมหวานแบรนด์สากลนำเข้าจากต่างประเทศ. [สารนิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการตลาด]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. Thammasat University Library. https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2021/TU_2021_6302115107_15278_19359.pdf
- สลิลาทิพย์ ทิพย์ไกรสร. (2564). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการบริหารประสบการณ์ลูกค้า ความพึงพอใจลูกค้า ความจงรักภักดี และการบอกต่อในธุรกิจค้าปลีกออนไลน์. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ, 10(1), 198-213.
- สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์. (2567). กาแฟไทยร้อนแรง! ตลาดโตต่อเนื่อง ดันส่งออกพุ่ง. สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์. <https://tpso.go.th/news/2405-0000000010>
- สุรินทร์ เจนพิทยา. (2567). เทียบกลยุทธ์ 3 แบรนด์ร้านกาแฟในปั๊ม ‘คาเฟ่ อเมซอน-อินทนิล-พันธุ์ไทย’ ใครแมสกว่ากัน? กรุงเทพธุรกิจ. <https://www.bangkokbiznews.com/business/1107800>
- อโณทัย งามวิชัยกิจ. (2564). วิจัยการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 2). บริษัท แอคทีฟ พรินท์ จำกัด.
- Ayosiri. (2566). ทะลุ 30 ล้านแก้ว 2 พันล้านบาท ‘อินทนิล’ จะเพิ่มสาขาอีกเกินเท่าตัว รุกเจาะคนรุ่นใหม่-วัยทำงาน. workpointTODAY. <https://workpointtoday.com/bcr-inthanincoffee/>
- Hair, J. F., et al. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage Publications, Inc.
- Hu, L., and Bentler, P. M. (1999). Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria versus New Alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1–55. <https://doi.org/10.1080/10705519909540118>
- Lee, L., et al. (2011). *A Practical Guide to PLS-SEM: Theory and Applications*. University of Houston.

- Liana, P., et al. (2024). The Mediating Effect of Customer Experience on Word of Mouth and Repurchase Behaviours in Mobile Payment Services in Tanzania. *Cogent Business & Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2365426>
- Money Buffalo. (2565). มูลค่าตลาดกาแฟโลกเป็นยังไง กาแฟไทยสู้ได้หรือเปล่า ? Money Buffalo. <https://www.moneybuffalo.in.th/business/what-is-the-value-of-the-coffee-market>
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469. <https://doi.org/10.2307/3150499>
- Pei, X. L., et al. (2020). Does the Effect of Customer Experience on Customer Satisfaction Create a Sustainable Competitive Advantage? A Comparative Study of Different Shopping Situations. *Sustainability*, 12(18), 7436. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v13i2.2125>
- Putra, M. P., and Suprpti, N. W. S. (2020). The Application of the Elaboration Likelihood Model in Explaining E-WOM Adoption and Repurchase Intention. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 4(8), 259-267.

แนวทางการพัฒนาทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่
การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม

Guidelines for Future Skills Development of School Administrators under
Maha Sarakham Secondary Educational Service Area Office

วิสิฐศักดิ์ จันทะคุณ^{1*} กุหลาบ ปุริสาร² และ อาทิตย์ ฉัตรชัยพลรัตน์³

Wisitsak Jantakun^{1*} Kularb Purisarn² and Artit Chutchaipolrut³

^{1,2,3}หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา วิทยาลัยบัณฑิตเอเซีย

^{1,2,3}Master of Education Program, In Educational Administration, College of Asian Scholars

*Corresponding author's email: satangg1225@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

18 มีนาคม 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

29 พฤษภาคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

20 มิถุนายน 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของแนวทางการพัฒนาทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม 2) เพื่อศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม 3) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยทั้งหมดจำนวน 201 คน จำแนกเป็นผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 50 คน ครูหัวหน้าฝ่ายงาน จำนวน 151 คน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบตอบสนองคู่ (Dual Response Format) ชนิด 5 ระดับ เครื่องมือแบบสัมภาษณ์มีโครงสร้าง และแบบประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้

ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพปัจจุบันของทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษาอยู่ในระดับมาก สภาพที่พึงประสงค์ของทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษาอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนความต้องการจำเป็นของการพัฒนาทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม โดยภาพรวม มีค่าดัชนีความต้องการจำเป็น $PNI_{Modified} = 0.198$ เมื่อพิจารณารายด้าน เรียงลำดับ ความต้องการจำเป็นจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ หรือ AI รองลงมา ด้านการสร้างสรรค์นวัตกรรม ทักษะด้านการสื่อสาร และด้านการคิดวิเคราะห์ แก้ปัญหา ตามลำดับ และ 2) แนวทางการพัฒนาทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม มีทั้งหมด 4 ด้าน 12 แนวทาง มีความเหมาะสม และความเป็นไปได้ เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด และความเป็นไปได้อยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ : ทักษะในอนาคต, ผู้บริหารสถานศึกษา, แนวทางการพัฒนา

ABSTRACT

The objectives of this research were: 1) to study the current conditions and desirable conditions of guidelines for future skill development of school administrators under Maha Sarakham Secondary Educational Service Area Office; 2) to study the needs for future skill development of school administrators under Maha Sarakham Secondary Educational Service Area Office; and 3) to study guidelines for future skill development of school administrators under Maha Sarakham Secondary Educational Service Area Office. The sample group consisted of 201 participants, including 50 school administrators and 151 department head teachers under Maha Sarakham Secondary Educational Service Area Office. The research instrument was a 5-level dual-response format questionnaire. Additional instruments included structured interviews and an assessment of appropriateness and feasibility.

The results of this research showed that: 1) The current level of future skills among school administrators was at a high level, while the desirable level was at the highest level. The needs for future skill development of school administrators under Maha Sarakham Secondary Educational Service Area Office, based on the $PNI_{Modified}$ index, in overall, were = 0.198. When considering each aspects, the aspects arranged from the most to the least were as follows: the use of information technology, or artificial intelligence (AI), followed by the ability to create innovation, communication skills, and analytical thinking and problem-solving skills, respectively. 2) Guidelines for future skills development of school administrators under Maha Sarakham Secondary Educational Service Area Office consisted of four key aspects and twelve guidelines. The evaluation results indicated that all proposed guidelines for future skills development of school administrators under Maha Sarakham Secondary Educational Service Area Office were appropriate and highly feasible at the highest level.

Keywords: Future Skills, School Administrators, Development Guidelines

บทนำ

ผู้นำนองค์กรคือผู้นำที่กำหนดทิศทาง และกลยุทธ์เพื่อนำพองค์กรก้าวข้ามอุปสรรคความท้าทายต่าง ๆ ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก ขณะเดียวกันยังเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาบุคลากร สร้างแรงบันดาลใจ และสนับสนุนความร่วมมือของทีมงาน สร้างสัมพันธภาพกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและเครือข่ายพันธมิตรในการดำเนินงานและสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อบ่มงู่ความสำเร็จตามเป้าหมายและยกระดับ

ขีดความสามารถขององค์กร นอกจากนั้นยังต้องคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อความยั่งยืนของสังคม สิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจโดยสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นกับชุมชน และมนุษยชาติ

การพัฒนาการศึกษาในช่วงปี 2566 ที่ผ่านมาแม้ว่าประเทศไทยประสบความสำเร็จในหลายด้านแต่ยังมีปัญหาที่ต้องได้รับการพัฒนาอย่างเร่งด่วนโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านคุณภาพการศึกษา ในยุคที่โลกมีการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ผู้ที่สามารถปรับตัวและเตรียมความพร้อมเพื่อให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับโลกอนาคตได้เร็วเท่าไร ย่อมมีความได้เปรียบมากเท่านั้น การมีพื้นฐานการศึกษาและนวัตกรรมการศึกษาที่ดีถือเป็นกุญแจสำคัญในการเตรียมความพร้อมให้กับเด็กและบุคลากรของประเทศในยุคดิจิทัลนี้ ดังนั้น ศูนย์กลางของผู้บริหารทุกคน คือต้องเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เปิดกว้างต่อการเรียนรู้ และเตรียมพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนและเปลี่ยนแปลง สัญญาณการเปลี่ยนแปลงอนาคตการศึกษา ถูกรวบรวมไว้ในรายงานเรื่อง “อนาคตของการเรียนรู้” (Future of Learning) จัดทำโดยสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เพื่อให้เราใช้สัญญาณนี้เตรียมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและออกแบบการศึกษาในอนาคตอันใกล้ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่ออนาคตการศึกษาในอีก 10 ปีข้างหน้า ดังนั้น ผู้บริหารในฐานะผู้นำองค์กรจำเป็นต้องปฏิรูปตนเอง และการเปลี่ยนแปลงองค์กรครั้งใหญ่เพื่อนำพาไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่ต้องการโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริหารมีบทบาทสำคัญที่จะต้องบริหารจัดการทรัพยากรทางการศึกษาให้เกิดประสิทธิภาพ และ ความสมดุลเพื่อให้บริหารจัดการศึกษาบรรลุผลสำเร็จ (พัชรภรณ์ ดวงชื่น, 2566)

ผู้บริหารสถานศึกษายุคใหม่ในอนาคตมีอิทธิพลต่อการกำหนดทิศทาง นโยบาย และนำพาสถานศึกษาไปสู่ความสำเร็จ ต้องมีความพร้อมในด้านคุณลักษณะที่โดดเด่น มีทักษะทางปัญญาสูงเป็นนักบริหารมืออาชีพ มีจิตเชิง สร้างสรรค์มีเจตคติที่ดีและเป็นบุคคลที่มีวิสัยทัศน์ มีความคาดหวังสูงที่มุ่งสร้างความสำเร็จของงานตลอดจนพัฒนาสถานศึกษาให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้และสร้างสถานศึกษาให้เป็นองค์กรนวัตกรรมยุคใหม่ต้องมีบทบาทที่สำคัญต้องปรับเปลี่ยนบทบาทจากการเป็นผู้ควบคุมมาเป็นผู้นำที่วางแนวทางการปฏิบัติงานของบุคลากร มีความเข้าใจในความหลากหลายทางวัฒนธรรมและการบริหารจัดการเชิงรุกยึดหลักการมีส่วนร่วมปรับองค์กรให้ เป็นองค์กรขนาดเล็กและมีโครงสร้างแนวราบ และเสริมสร้างการมีส่วนร่วมทางการศึกษา ดังนั้นผู้นำองค์กรยุคใหม่ในอนาคต จึงต้องมีการแสวงหาความรู้ทั้งเชิงทฤษฎีการปฏิบัติ และประสบการณ์ (วิโรจน์ สารรัตน์, 2560)

จากการเปลี่ยนแปลงของสังคมในศตวรรษที่ 21 อย่างรวดเร็วดังกล่าว ผู้บริหารสถานศึกษา จึงเป็นกลไกสำคัญและเป็นตัวแปรสำคัญในด้านจัดการศึกษา ให้มีคุณภาพและมีอิทธิพลสูงสุดต่อคุณภาพของผลลัพธ์ที่เกิดจากการบริหาร ดังนั้น ผู้บริหารในยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21 จึงต้องมีคุณลักษณะโดดเด่น มีความรู้เชิงทฤษฎี ทักษะ บทบาทหน้าที่คุณธรรมและประสบการณ์ทางการบริหารการศึกษายุคใหม่ เพื่อนำพาสถานศึกษาให้ประสบผลสำเร็จ สามารถตอบสนองต่อการแข่งขัน และทันสมัยเหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของโลก (ชัยยนต์ เพาพาน, 2559) ทั้งนี้ต้องอาศัยทักษะหลากหลายด้านในการบริหารจัดการ จึงจำเป็น อย่างยิ่งที่การบริหารจะต้องศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ นำมาประยุกต์ใช้กับการบริหารการศึกษา ดังนั้น ภารกิจใหม่ของนักบริหารการศึกษาในยุคนวัตกรรมการศึกษาจึงต้องเพิ่มภารกิจทางด้านการจัดการ

นวัตกรรม หรือการบริหารนวัตกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าของแวดวงการศึกษาและจากการศึกษาของ Yang (2011) ได้ศึกษาเรื่องทักษะที่จำเป็นสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ในอเมริกาเหนือ (A Literature Review of the Skill Required by 21st Century School Administrators) ผลของการศึกษาพบว่า เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือสำคัญในการจัดการการศึกษาปัจจุบันผู้บริหารจะต้องมีทักษะและใช้เทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งเสริม สนับสนุนและใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการจัดการเรียนการสอน หากผู้บริหารสถานศึกษาขาดทักษะในการบริหารแล้วย่อมทำให้องค์กรไม่ประสบความสำเร็จ การไม่ประสบความสำเร็จในการประสานงานกับผู้ปกครองและครู ซึ่งสาเหตุมาจากที่ผู้บริหารไม่มีทักษะทางการบริหารทั้ง 3 คือ ทักษะด้านคตินิยม ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ และทักษะด้านเทคนิค ทำให้เกิดปัญหาต่อไปนี้ ความมีอคติ ขาดเป้าหมายที่แน่นอน ขาดคุณสมบัติการเป็นผู้นำที่ดี ขาดการวางแผนที่ดี เกิดบรรยากาศความขัดแย้ง ถ้าหากผู้บริหารมีทักษะทางการบริหารทั้ง 3 ด้าน ก็จะทำให้ไม่เกิดปัญหาในการบริหารงานด้านต่าง ๆ ในโรงเรียน (อภิชัย สุรเดชเดชากุล, 2567)

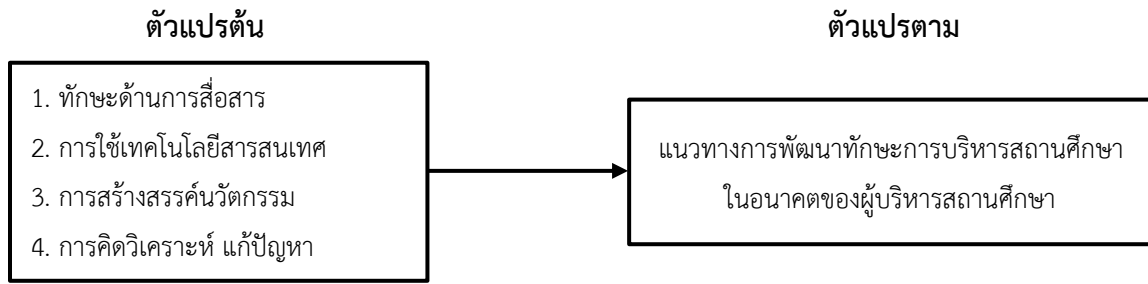
จากข้อมูลและปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาแนวทางในการพัฒนาทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม เพื่อทักษะ การบริหารสถานศึกษาในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษาว่าควรเป็นอย่างไร ซึ่งผลการวิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาทักษะการบริหารสถานศึกษาในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคามต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของแนวทางการพัฒนาทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ แนวทางการพัฒนาทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ทั้งหมด 4 ทักษะ คือ 1) ทักษะด้านการสื่อสาร 2) การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ หรือปัญญาประดิษฐ์ 3) การสร้างสรรค์นวัตกรรม 4) การคิดวิเคราะห์ แก้ปัญหาสามารถนำไปเขียนเป็นแผนภาพได้ ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ข้อมูลที่ได้เป็นข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์และความต้องการจำเป็นของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม มีวิธีดำเนินการวิจัยแบบออกเป็น 2 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์และความต้องการจำเป็นของการพัฒนาทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ข้าราชการครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม ประกอบด้วย ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 85 คน และครูหัวหน้าฝ่ายงาน จำนวน 335 คน รวมทั้งสิ้น จำนวน 420 คน จาก 35 โรงเรียน

กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและครูหัวหน้าฝ่ายงานในสถานศึกษา โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการเปิดตารางจี้และมอร์แกน (Krejcie and Morgan) ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย ผู้บริหารสถานศึกษา ครูหัวหน้าฝ่ายงาน รวมทั้งสิ้น จำนวน 201 คน จำแนกเป็นผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 50 คน ครูหัวหน้าฝ่ายงาน จำนวน 151 คน โดยใช้การสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ตามขนาดของโรงเรียน

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพปัจจุบัน และสภาพที่พึงประสงค์และความต้องการจำเป็นของการพัฒนาทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม ที่มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบตอบสนองคู่ (Dual – Response Format) โดยกำหนดเกณฑ์ระดับสภาพปัจจุบัน และสภาพที่พึงประสงค์ของทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม เป็น 5 ระดับ ตามแนวคิดของ Likert (บุญชม ศรีสะอาด, 2560)

การตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่นำไปทดลองใช้ (Try Out) ได้รับกลับคืน นำมาวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Discrimination) โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน โดยการหาค่าความสัมพันธ์

ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม (Item Total Correlation) และเลือกข้อคำถามที่มีค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ 0.40 ขึ้นไป โดยพบว่าข้อคำถามผ่านเกณฑ์ทุกข้อ โดยสภาพปัจจุบันมีค่าอำนาจจำแนกรายข้อ ตั้งแต่ 0.456 - 0.901 และสภาพที่พึงประสงค์ มีค่าอำนาจจำแนกรายข้อ ตั้งแต่ 0.411- 0.900 และหาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient) ของครอนบาค (Cronbach, 1990) โดยการหาค่าความเชื่อมั่นสภาพปัจจุบัน เท่ากับ 0.975 และค่าความเชื่อมั่นสภาพที่พึงประสงค์ เท่ากับ 0.975

วิธีรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยดำเนินการขอหนังสือจากคณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์ วิทยาลัยบัณฑิตเอเซีย ถึงผู้อำนวยการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม เพื่อขออนุญาตและอำนวยความสะดวกในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหารสถานศึกษา ครู และบุคลากรทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม

2. นำแบบสอบถามที่ได้ส่งไปยังผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทุกคนโดยผู้วิจัยดำเนินการจัดส่งด้วยตนเอง ในรูปแบบออนไลน์พร้อมหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลไปทำสำนักงาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม โดยผู้วิจัยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามใน Google Form ผ่านระบบ QR Code

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การศึกษาสภาพภาพของกลุ่มตัวอย่างวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ นำเสนอข้อมูลเป็นตารางแสดงจำนวนร้อยละ

2. การศึกษาเกี่ยวกับสภาพปัจจุบัน และสภาพที่พึงประสงค์ของทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม โดยการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วนำค่าเฉลี่ยไปเทียบกับเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยของบุญชม ศรีสะอาด (2560)

3. วิเคราะห์จัดลำดับความสำคัญความต้องการจำเป็นโดยใช้สูตร PNI_modified ของนงลักษณ์ วิรัชชัย และสุวิมล ว่องวาณิช (สุวิมล ว่องวาณิช, 2558)

ระยะที่ 2 แนวทางการพัฒนาทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

แบบสัมภาษณ์มีโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม มีลักษณะเป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง ในแบบสัมภาษณ์นี้ ผู้วิจัยได้นำผลที่ได้จากการศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม มาจัดทำแบบสัมภาษณ์

การตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยนำเสนอร่างแบบสัมภาษณ์ให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน เพื่อให้ได้คำถามที่ตรงตามแนวทางการพัฒนาทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม ตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา และความตรงตามวัตถุประสงค์ หรือค่า IOC โดยใช้วิธีของโรวินELLI และแฮมเบิลตัน Rovinelli & R.K. Hambleton (สมนึก ภัททิยธนี, 2551)

วิธีรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยดำเนินการขอหนังสือจากคณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์ วิทยาลัยบัณฑิตเอเซีย เพื่อแนะนำตัวผู้วิจัยในการติดต่อหน่วยงานที่เก็บข้อมูล
2. ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยการจดบันทึก เครื่องบันทึกเสียงและกล้องถ่ายภาพดิจิทัลแล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์
2. การประเมินความเหมาะสม ความเป็นไปได้ของทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม โดยการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วนำค่าเฉลี่ยไปเทียบกับเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยของบุญชม ศรีสะอาด (2560)

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ระยะที่ 1 ศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นของทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นของทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา การจัดลำดับความต้องการจำเป็นโดยรวม และรายด้าน

องค์ประกอบ ทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา	สภาพปัจจุบัน			สภาพที่พึงประสงค์			ความต้องการจำเป็น	
	$\bar{X}$	S.D.	แปลความ	$\bar{X}$	S.D.	แปลความ	PNI modified	ลำดับที่
1) ทักษะด้านการสื่อสาร	3.76	0.23	มาก	4.82	0.21	มากที่สุด	0.219	3
2) การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ หรือ ปัญญาประดิษฐ์	3.55	0.23	มาก	4.85	0.25	มากที่สุด	0.268	1
3) การสร้างสรรค์นวัตกรรม	3.79	0.23	มาก	4.86	0.24	มากที่สุด	0.221	2
4) การคิดวิเคราะห์ แก้ปัญหา	3.87	0.24	มาก	4.83	0.20	มากที่สุด	0.198	4
รวม	3.74	0.22	มาก	4.84	0.23	มากที่สุด	0.227	-

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นของทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคามและการจัดลำดับความต้องการจำเป็นโดยรวม และรายด้านพบว่า ทักษะใน

อนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม สภาพปัจจุบัน โดยภาพรวมและรายด้าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ ($\bar{X} = 3.74$, S.D. = 0.22) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การคิดวิเคราะห์ แก้ปัญหา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.24) การสร้างสรรค์นวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.81$, S.D. = 0.23) ด้านการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.23) ทักษะด้านการสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.23) และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ หรือ AI มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 3.55$, S.D. = 0.23) ตามลำดับ สภาพที่พึงประสงค์ โดยภาพรวมและรายด้าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ ($\bar{X} = 4.84$, S.D. = 0.23) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการสร้างสรรค์นวัตกรรมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.86$, S.D. = 0.24) ด้านการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ หรือ AI มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.85$, S.D. = 0.25) ด้านการคิดวิเคราะห์แก้ปัญหา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.20) และทักษะด้านการสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.82$, S.D. = 0.21) ตามลำดับ และการประเมินความต้องการจำเป็นทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม โดยภาพรวม มีค่าดัชนีความต้องการจำเป็น $PNI_{Modified} = 0.367$ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ หรือ AI มีค่าดัชนีความต้องการจำเป็นมากที่สุด ($PNI_{Modified} = 0.628$) รองลงมาด้านการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีค่าดัชนีความต้องการจำเป็น ($PNI_{Modified} = 0.421$), ทักษะด้านการสื่อสาร มีค่าดัชนีความต้องการจำเป็น ($PNI_{Modified} = 0.219$), และด้านการคิดวิเคราะห์ แก้ปัญหา มีค่าดัชนีความต้องการจำเป็น ($PNI_{Modified} = 0.198$) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงความเหมาะสม และความเป็นไปได้ของแนวทางพัฒนาทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา โดยรวมและรายด้าน

ข้อ	แนวทางในการพัฒนาทักษะการบริหารสถานศึกษาในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม	ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้		
		$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านที่ 1 ทักษะด้านการสื่อสาร							
1	การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพของผู้บริหาร	4.77	0.79	มากที่สุด	4.87	0.79	มากที่สุด
2	ในสถานการณ์วิกฤต เช่น ปัญหาความขัดแย้งในโรงเรียน ผู้บริหารใช้การสื่อสารให้เกิดความร่วมมือ	4.74	0.90	มากที่สุด	4.77	0.95	มากที่สุด
3	ผู้บริหารใช้วิธีการสื่อสาร เพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกันในโรงเรียน	4.62	0.54	มากที่สุด	4.65	0.54	มากที่สุด
ด้านที่ 2 ทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ หรือ AI							
4	ผู้บริหารใช้เทคโนโลยีช่วยลดความซับซ้อนของกระบวนการบริหารงานในโรงเรียน	3.86	0.90	มาก	4.27	0.86	มาก

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ข้อ	แนวทางในการพัฒนาทักษะการบริหารสถานศึกษาใน อนาคตของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขต พื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม	ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้		
		$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
5	ผู้บริหารมีแนวทางในการส่งเสริมให้ครูและบุคลากรใช้ เทคโนโลยีในการทำงาน	4.69	0.76	มากที่สุด	4.70	0.76	มากที่สุด
6	ผู้บริหารใช้เครื่องมือดิจิทัล เช่น ระบบ LMS หรือ AI Chatbots ในการสื่อสารและสนับสนุนการเรียนการสอน	4.34	0.90	มาก	4.40	0.90	มาก
ด้านที่ 3 ด้านจินตนาการ							
7	ผู้บริหารวางแผนและดำเนินการโครงการที่เกี่ยวข้องกับ นวัตกรรมของโรงเรียน	4.63	0.79	มากที่สุด	4.65	0.79	มากที่สุด
8	ผู้บริหารสร้างโครงการหรือแนวคิดที่สนับสนุนการเรียนรู้ ในศตวรรษที่ 21 ของนักเรียน	4.87	0.79	มากที่สุด	4.77	0.79	มากที่สุด
9	ผู้บริหารคิดเชิงนวัตกรรมช่วยให้แก้ไขปัญหาในการ บริหารงาน	4.49	0.95	มาก	4.60	0.95	มากที่สุด
ด้านที่ 4 การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล							
10	ผู้บริหารมีเทคนิคในการระบุสาเหตุที่แท้จริงของปัญหา	4.73	0.79	มากที่สุด	4.78	0.79	มากที่สุด
11	ผู้บริหารสามารถคาดการณ์แนวโน้มในอนาคตโดยใช้ ข้อมูลและสถานการณ์ปัจจุบัน	4.48	0.82	มาก	4.67	0.82	มากที่สุด
12	ผู้บริหารประเมินสถานการณ์หรือปัญหาด้วยเหตุผลและ หลักฐาน	4.37	0.79	มากที่สุด	4.77	0.79	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมด		4.55	0.75	มากที่สุด	4.66	0.75	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า แนวทางการพัฒนาทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม มีทั้งหมด 4 ด้าน 12 แนวทาง มีความเหมาะสม และความเป็นไปได้ เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขต พื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม โดยรวม ความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ ($\bar{X} = 4.55$, S.D.= 0.75) อยู่ในระดับมากที่สุด และความเป็นไปได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.66$, S.D.= 0.75) อยู่ในระดับมากที่สุด

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางพัฒนาแนวทางการพัฒนาทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม ซึ่งสามารถอภิปรายได้ดังนี้

1. จากการศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นของทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้บริหารสถานศึกษามีทักษะในระดับสูงทุกด้าน โดยเฉพาะด้านการสื่อสารที่โดดเด่นที่สุด สะท้อนถึงความสำคัญของการสื่อสารในชีวิตและการทำงาน ทักษะด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมก็อยู่ในระดับสูง ซึ่งอาจเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงของโลกดิจิทัลและแนวโน้มสังคมที่เน้นการพัฒนาใหม่ ๆ ด้านการคิดวิเคราะห์และแก้ปัญหา มีค่าต่ำสุด แต่ยังอยู่ในระดับสูงมาก แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการรับมือกับปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ

ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมีความคล้ายคลึงกัน บ่งบอกถึงบริบททางสังคม การศึกษาหรือการทำงานที่เอื้อต่อการพัฒนาทักษะเหล่านี้อย่างทั่วถึง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อีรพงษ์ กาญจนสกุล (2564) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณลักษณะผู้บริหารยุคใหม่ที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 32 พบว่าผู้บริหารยุคใหม่ควรมีคุณลักษณะสำคัญหลายด้าน ได้แก่ ความสามารถในการสร้างชุมชน ความมุ่งมั่นและความพากเพียร การสร้างความร่วมมือและการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการสร้างแรงบันดาลใจให้กับบุคลากร ซึ่งคุณลักษณะเหล่านี้มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้โดยสามารถพยากรณ์ผลการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ได้ร้อยละ 61.90

ส่วนสภาพที่พึงประสงค์ของทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้มาจากผู้บริหารสถานศึกษาและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม มีความคาดหวังสูงต่อทักษะที่จำเป็นในยุคปัจจุบัน โดยให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์นวัตกรรมมากที่สุด สะท้อนถึงแนวโน้มของโลกที่เน้นการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขัน ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และ AI เป็นลำดับถัดมา แสดงถึงความจำเป็นของเทคโนโลยีในชีวิตและการทำงาน ทักษะการคิดวิเคราะห์และแก้ปัญหาที่มีความสำคัญสูงเพื่อรับมือกับปัญหาที่ซับซ้อน ส่วนทักษะการสื่อสาร แม้จะมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด แต่ยังอยู่ในระดับสูง แสดงถึงความสำคัญในการทำงานร่วมกัน โดยรวม ความคาดหวังต่อทักษะเหล่านี้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน อาจเป็นผลจากสภาพแวดล้อมที่ มุ่งสู่ ยุคดิจิทัลและนวัตกรรมเป็นหลัก สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนันทา พันธรักษ์พงษ์ (2564) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาทักษะผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ของโรงเรียนเอกชน จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่าผู้บริหารสถานศึกษาในยุคปัจจุบันมีทักษะสำคัญหลายด้านที่ส่งผลต่อการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะทักษะด้านการสื่อสาร การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และการคิดวิเคราะห์ ซึ่งเป็นทักษะที่จำเป็นต่อการบริหารและพัฒนาสถานศึกษาให้สอดคล้องกับความต้องการของศตวรรษที่ 21

ความต้องการจำเป็นทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้บริหารสถานศึกษามีความต้องการพัฒนาทักษะในระดับหนึ่ง ผู้บริหารสถานศึกษามีความต้องการพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยี สารสนเทศ และ AI สูงที่สุด สะท้อนถึงบทบาทสำคัญของเทคโนโลยีในการบริหารและจัดการศึกษา รองลงมาคือ ทักษะการสร้างสรรค์นวัตกรรม ซึ่งจำเป็นต่อการพัฒนาระบบการศึกษาให้ทันสมัย ทักษะการสื่อสารยังคงมีความสำคัญต่อการประสานงานและบริหารองค์กร ส่วนทักษะการคิดวิเคราะห์และแก้ปัญหา แม้จะมีค่าดัชนีต่ำสุด แต่ก็ยังเป็นทักษะสำคัญในการตัดสินใจเชิงระบบ โดยรวม ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าแนวโน้มของโลกการศึกษายุคใหม่มุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อพัฒนาสถานศึกษาให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของโลก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ไกรสร เจียมทอง (2561) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 32 พบว่าผู้บริหารสถานศึกษาในยุคศตวรรษที่ 21 จำเป็นต้องมีทักษะหลากหลายด้าน โดยเฉพาะทักษะการสื่อสาร ทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และทักษะการคิดวิเคราะห์ ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยให้ผู้บริหารสามารถบริหารจัดการและพัฒนาสถานศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. แนวทางการพัฒนาทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษามหาสารคาม

แนวทางการพัฒนาทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา มหาสารคาม ประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ด้าน มีจำนวน 12 แนวทาง และผลการประเมินความเหมาะสม และมีความเป็นไปได้ในการนำไปใช้เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของธีรพงษ์ กาญจนสกุล (2564) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณลักษณะผู้บริหารยุคใหม่ที่ส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาฉะเชิงเทรา พบว่า 1) คุณลักษณะผู้บริหารยุคใหม่ 2) การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา 3) คุณลักษณะของผู้บริหารยุคใหม่กับการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ในสถานศึกษามีความสัมพันธ์ทางบวก ในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 4) คุณลักษณะผู้บริหารยุคใหม่ ด้านการสร้างชุมชน ด้านความมุ่งมั่น และความพากเพียร ด้านการติดต่อสื่อสาร และด้านการสร้างแรงบันดาลใจ สามารถร่วมกันพยากรณ์การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ในสถานศึกษาได้ร้อยละ 62.90

ด้านที่ 1 ทักษะด้านการสื่อสาร จากการศึกษาพบว่า ผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม สถานศึกษาได้จัดอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสารของผู้บริหาร โดยมุ่งเน้นความชัดเจน ในการสื่อสาร ทักษะการฟังเชิงลึก การปรับรูปแบบการสื่อสารให้เหมาะสม และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับการสื่อสารเชิงบวกและการสื่อสารวิสัยทัศน์ขององค์กร ผู้บริหารสถานศึกษากำหนดนโยบายด้านดิจิทัล ส่งเสริมให้บุคลากรใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ มีบุคลากรดูแลงานดิจิทัล และจัดเวที แสดงความสามารถ ในสถานการณ์วิกฤต ผู้บริหารใช้หลักการสื่อสารเชิงสันติ เปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายมีส่วนร่วม ในการแก้ปัญหาอย่างโปร่งใส สร้างความไว้วางใจผ่านการสื่อสารสองทาง เพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกันในโรงเรียน ผู้บริหารกำหนดช่องทางสื่อสารที่ชัดเจน เช่น การประชุม สื่อดิจิทัล และกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ พร้อมทั้งเน้น การสื่อสารที่เข้าใจง่ายและเปิดกว้าง เพื่อลดความขัดแย้งและส่งเสริมความร่วมมือในการพัฒนาโรงเรียน ซึ่งสอดคล้อง กับคำกล่าวของบุญส่ง กรุงขาลี (2561) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ทักษะการบริหารในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารกับการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนสมุทรสาครวิทยาลัย สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา สมุทรสาคร สมุทรสงคราม ผลการวิจัยพบว่า (1) ระดับความคิดเห็นของครูโรงเรียนสมุทรสาครวิทยาลัยเกี่ยวกับทักษะการบริหาร ในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารของโรงเรียนสมุทรสาครวิทยาลัย สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสมุทรสาคร สมุทรสงครามโดยรวมและรายด้านอยู่ใน ระดับมาก (2) ระดับความคิดเห็นของครูโรงเรียนสมุทรสาครวิทยาลัยเกี่ยวกับการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารของโรงเรียนสมุทรสาครวิทยาลัย สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา สมุทรสาคร สมุทรสงครามโดยรวมและรายด้านอยู่ใน ระดับมาก และ(3) ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะการบริหารใน ศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารกับการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนสมุทรสาครวิทยาลัยวิทยาลัยสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษาสมุทรสาคร สมุทรสงคราม ในภาพรวมที่ความสัมพันธ์ทางบวกระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ .01 ($r_{\text{XtotYtot}} = .75$)

ด้านที่ 2 ทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ หรือ AI จากการศึกษาพบว่า ผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม สถานศึกษาได้จัดอบรมเพื่อพัฒนาทักษะของผู้บริหารในการใช้เทคโนโลยีเพื่อลดความซับซ้อนของการบริหาร โดยเน้นการอบรมเกี่ยวกับระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงาน (School Management Information System) ซึ่งครอบคลุมงานด้านวิชาการ บุคลากร งบประมาณ และบริหารทั่วไป พร้อมทั้งส่งเสริมการใช้เครื่องมือดิจิทัล เช่น โปรแกรมบริหารโครงการ แดชบอร์ด KPI ระบบจัดการเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ และเครื่องมือสื่อสารออนไลน์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ผู้บริหารยังได้รับการพัฒนาให้สามารถส่งเสริมให้ครูใช้เทคโนโลยีผ่านการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดรับนวัตกรรม การวางแผนพัฒนาบุคลากรด้านเทคโนโลยีอย่างเป็นระบบ การจัดระบบพี่เลี้ยงและชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) รวมถึงการจัดสรรทรัพยากรและงบประมาณที่เพียงพอ พร้อมทั้งสร้างแรงจูงใจให้ครูที่ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการสอนในด้านการสนับสนุนการเรียนการสอน ผู้บริหารได้รับการอบรมเกี่ยวกับการใช้ระบบบริหารจัดการการเรียนรู้ (LMS) และเทคโนโลยี AI รวมถึงการเรียนรู้กลยุทธ์ การบริหารระบบดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้บริหารที่ประสบความสำเร็จ และจัดตั้งทีมงานด้านเทคโนโลยีของโรงเรียนเพื่อช่วยวางแผนและประเมินผลการใช้เทคโนโลยี ทั้งนี้ ยังมีการจัดทำแผนพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลระยะยาวเพื่อให้เกิดความยั่งยืนและสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อคุณภาพการศึกษา สอดคล้องกับคำกล่าวของบุญส่ง กรุงเทพฯ (2561) และสอดคล้องกับงานวิจัยของธีรวัฒน์ ชัดมะโน (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ที่ส่งผลต่อประสิทธิผล ของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรสาคร ซึ่งได้ผลการวิจัยดังนี้ 1. องค์ประกอบทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรสาครในภาพรวม พบว่ามี 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ทักษะการสื่อสาร 2) ทักษะทางเทคโนโลยีดิจิทัล 3) ทักษะการทำงานเป็นทีม 4) ทักษะการคิดสร้างสรรค์ และ 5) ทักษะการแก้ปัญหา โดยทุกองค์ประกอบมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด 2. ทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก 3. ประสิทธิภาพของโรงเรียน โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก 4. ทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 กับประสิทธิผลของ โรงเรียนมีความสัมพันธ์ทางบวก ในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 5. ทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ด้านทักษะการสื่อสาร (X1) ทักษะทางเทคโนโลยีดิจิทัล (X2) และทักษะการทำงานเป็นทีม (X3) มีอำนาจพยากรณ์ ประสิทธิภาพของโรงเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .01 โดยมีอำนาจพยากรณ์ร้อยละ 78.00 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ ดังนี้ สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ $Y' = 1.09 + .37X1 + .48X2 + .26X3$ สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน $Z'y = .39Z1 + .56Z2 + .26Z3$ 6. แนวทางในการพัฒนาทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียนมีจำนวน 3 ด้าน คือ ด้านทักษะการสื่อสาร ด้านทักษะ ทางเทคโนโลยีดิจิทัล และด้านทักษะการทำงานเป็นทีม

ด้านที่ 3 ทักษะด้านการสร้างสรรค์นวัตกรรม จากการศึกษาพบว่า ผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม สถานศึกษาได้จัดอบรมเพื่อพัฒนาทักษะของผู้บริหารในการวางแผนและดำเนินโครงการนวัตกรรม โดยเน้นการอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) และการบริหารโครงการเชิงนวัตกรรม ครอบคลุมกระบวนการพัฒนานวัตกรรมตั้งแต่การระบุปัญหา การระดมความคิด การสร้างต้นแบบ

การทดสอบ และการประเมินผล ยังส่งเสริมให้ผู้บริหารสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก ศึกษาดูงาน โรงเรียนต้นแบบ และพัฒนาทักษะในการระดมทุนเพื่อสนับสนุนโครงการนวัตกรรม ในการสนับสนุนการเรียนรู้ ในศตวรรษที่ 21 ผู้บริหารได้รับการอบรมเกี่ยวกับแนวคิดและทักษะสำคัญ เช่น ทักษะการเรียนรู้ นวัตกรรม เทคโนโลยี และทักษะชีวิต พร้อมทั้งร่วมมือกับครูและนักเรียนในการออกแบบโครงการที่ตอบโจทย์บริบทของโรงเรียน ส่งเสริม เครือข่ายความร่วมมือกับภาคธุรกิจและองค์กรไม่แสวงหากำไร และพัฒนาทักษะการออกแบบโครงการที่เน้น การประเมินผลตามสภาพจริง (Authentic Assessment) ยังมีการอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการคิดเชิงนวัตกรรม ของผู้บริหารในการแก้ไขปัญหาด้านการบริหาร โดยใช้เทคนิค เช่น การคิดแบบหมวกหกใบ (Six Thinking Hats) หรือ TRIZ เพื่อช่วยให้ผู้บริหารมองปัญหาหลายมุมมองและคิดนอกกรอบ อีกทั้งยังส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดกว้าง ต่อความคิดสร้างสรรค์ การใช้กระบวนการวิจัยและพัฒนา (R&D) ในการบริหารงาน และการนำแนวคิดการบริหารจัดการ สมัยใหม่จากภาคธุรกิจมาประยุกต์ใช้ในสถานศึกษา เพื่อให้การบริหารมีความสร้างสรรค์และทันสมัย สอดคล้องกับวิจัย ของไกรสร เจริมทอง (2561) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาทักษะของผู้บริหารสถานศึกษา ในศตวรรษที่ 21 สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 32 มี ซึ่งมีความมุ่งหมาย ดังนี้ 1) ด้านการสื่อสารและเทคโนโลยี ผู้บริหารควรใช้เทคโนโลยีช่วยในการสื่อสารและการนำเสนอข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ 2) ด้านการคิดสร้างสรรค์ ผู้บริหารต้องบริหารแบบมีส่วนร่วมเปิดใจรู้จักแสวงหาความรู้ใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ 3) ด้านมนุษยสัมพันธ์ ผู้บริหาร ต้องเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารและต้องทำให้องค์กรเป็นองค์กรเชิงบวกต้องเอาใจเขามาใส่ใจเรา มีการสร้างขวัญกำลังใจ 4) ด้านเทคนิค ผู้บริหารจะมีเทคนิคด้านการบริหารได้เกิดจากการมีเครือข่าย RAJABI ความร่วมมือให้ทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารโดยใช้หลักการของวงจรเดมมิง (Deming Cycle) 5) ด้านคุณธรรม จริยธรรม ผู้บริหารต้องมีความจริงใจ มีความโปร่งใสเป็นแบบอย่างที่ดี มีหลักธรรมาภิบาล

ด้านที่ 4 ทักษะด้านการคิดวิเคราะห์ จากการศึกษาพบว่า ผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษามหาสารคาม สถานศึกษาได้จัดอบรมเพื่อพัฒนาทักษะของผู้บริหารในการระบุนสาเหตุที่แท้จริง ของปัญหา โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์รากเหง้าของปัญหา (Root Cause Analysis) เช่น แผนภูมิแก๊งปลา (Fishbone Diagram) และเทคนิค 5 Whys ควบคู่กับการสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) เพื่อแลกเปลี่ยนแนวทาง แก้ปัญหา อีกทั้งยังส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการวิเคราะห์ข้อมูลและจัดทำกรณีศึกษาจากสถานการณ์จริง ในการพัฒนาทักษะการคาดการณ์แนวโน้มในอนาคต ผู้บริหารได้รับการอบรมด้านการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติและ การพยากรณ์ (Forecasting) พร้อมทั้งใช้เครื่องมือแนวโน้ม เช่น Trend Analysis และ Scenario Planning ยังมีการสร้าง เครือข่ายผู้เชี่ยวชาญด้านการศึกษา ติดตามข่าวสารและงานวิจัยเกี่ยวกับนวัตกรรม ตลอดจนจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เพื่อฝึกวิเคราะห์แนวโน้มและวางแผนเชิงกลยุทธ์ ในการพัฒนาทักษะการประเมินสถานการณ์ด้วยเหตุผลและหลักฐาน มีการฝึกอบรมด้านการคิดเชิงวิพากษ์ (Critical Thinking) และการตัดสินใจบนฐานข้อมูล (Data-Driven Decision Making) ส่งเสริมการใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารสถานศึกษา (School Management Information System) รวมถึงศึกษาดูงานในสถานศึกษาที่มีแนวปฏิบัติที่ดีด้านการใช้ข้อมูล ทั้งนี้ ยังมีการฝึกอบรมด้านการวิจัยเพื่อพัฒนา โรงเรียน (School-Based Research) เพื่อให้ผู้บริหารสามารถใช้ข้อมูลและหลักฐานประกอบการตัดสินใจได้ อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของวาริน แซ่ตู (2562) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณลักษณะของผู้บริหาร

สถานศึกษายุคใหม่ส่งผลต่อสมรรถนะการปฏิบัติงานของครูในศตวรรษที่ 21 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
มัธยมศึกษาเขต 6 จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ผลการวิจัย พบว่า 1) คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษา
ยุคใหม่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) สมรรถนะการปฏิบัติงานของครูในศตวรรษที่ 21 มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับ
มากที่สุด 3) คุณลักษณะผู้บริหารสถานศึกษายุคใหม่กับสมรรถนะการปฏิบัติงานของครูในศตวรรษที่ 21 สังกัดสำนักงาน
เขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 6 จังหวัดสมุทรปราการมีความสัมพันธ์ในทางบวกระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ .05 4) คุณลักษณะผู้บริหารสถานศึกษายุคใหม่ส่งผลต่อสมรรถนะการปฏิบัติงานของครูในศตวรรษ
ที่ 21 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 6 จังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาพัฒนาทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา เป็นรายด้านโดยเฉพาะด้านการใช้
เทคโนโลยี สารสนเทศ หรือ AI มีระดับความต้องการจำเป็นมาก เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาได้ตรงกับความ
ต้องการอย่างแท้จริง
2. ควรมีการวิจัยติดตามผลการนำสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ของแนวทางการพัฒนาทักษะใน
อนาคตของผู้บริหารสถานศึกษาอย่างต่อเนื่อง เพื่อติดตามผลการนำความรู้ ความเข้าใจและทักษะปฏิบัติการไปใช้
อย่างคงทนและพัฒนาต่อไป
3. ควรมีการวิจัยเพื่อพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างพัฒนาทักษะในอนาคตของผู้บริหารสถานศึกษา
เพื่อวางแผนหรือกำหนดช่วงเวลาในการพัฒนาระยะสั้น

เอกสารอ้างอิง

- ไกรสร เจริมทอง. (2561). *ทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
มัธยมศึกษา เขต 32*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา].
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- ชัยยนต์ เพาพาน. (2559). *ผู้บริหารสถานศึกษาในยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ
ครูศาสตร์ ครั้งที่ 1 การจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่นสู่ประชาคมอาเซียน: ทิศทางใหม่ในศตวรรษ
ที่ 21*, 28 กรกฎาคม 2559, (หน้า 301-313). มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์.
- ธีรพงษ์ กาญจนสกุล. (2564). *คุณลักษณะผู้บริหารยุคใหม่ส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ใน
สถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต ๖ เชียงใหม่*. [วิทยานิพนธ์ปริญญา
ศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา]. มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์.
- ธีรวัฒน์ ชัดมะโน. (2563). *ทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 กับการจัดการอาชีวศึกษาระบบ
ทวิภาคี สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาในจังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด*.
[วิทยานิพนธ์ปริญญาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา].
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.

- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 10). สุริยาสาน.
- บุญส่ง กรุงชาลี. (2561). *ทักษะการบริหารในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุรินทร์ เขต 3*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- พัชรภรณ์ ดวงชื่น. (2563). การบริหารจัดการศึกษา รับความปกติใหม่หลังวิกฤตโควิด-19. *วารสารศิลปการจัดการ*, 4(3), 783-795.
- วาริน แซ่ตู. (2562). *คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษายุคใหม่ที่ส่งผลต่อสมรรถนะการปฏิบัติงานของครูในศตวรรษที่ 21 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 6 จังหวัดสมุทรปราการ*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา]. มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนรินทร์.
- วิโรจน์ สารรัตน์. (2560). *ภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 29*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา]. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- สมนึก ภัททิยธนี. (2551). *การวัดผลการศึกษา*. ประสานการพิมพ์.
- สุนันทา พันธรักษ์พงษ์. (2564). *สภาพและแนวทางพัฒนาทักษะผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ของโรงเรียนเอกชน จังหวัดบุรีรัมย์*. มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- สุวิมล ว่องวานิช. (2558). *การวิจัยประเมินความต้องการจำเป็น*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อภิชัย สุรเดชเดชกุล. (2567). *แนวทางการพัฒนาทักษะการบริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21*. มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย.
- Cronbach, Lee. J. (1990). *Essentials of Psychological Testing* (5th ed). Harper & Row.
- Krejcie, R. V. and Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Yang, P. (2011). *A Literature Review of the Skills Pequired by 21st Century School Administrators*. Athbasca University.

Inclusive Teaching for Children with Disabilities in Early Childhood Education Settings

Pitak Jongnantawat¹ and Yupharat Phumikari^{2*}

¹Master of Teacher Early Childhood, Charles Darwin University, Australia

²Bachelor of Arts, Program in English for Communication, Northeastern University, Thailand

*Corresponding author's email: Yupharat.phu@neu.ac.th

Received
November 9, 2024

Revised
September 10, 2025

Accepted
September 28, 2025

ABSTRACT

Inclusive education is essential for all children, including those with disabilities, providing equal opportunities for learning in age-appropriate, mainstream settings. Despite legal frameworks and pedagogical advancements promoting inclusivity, challenges persist in early childhood education settings regarding the effective integration of children with disabilities. This article reviews current literature and recent surveys to evaluate the effectiveness of inclusive teaching practices. It critically analyzes the barriers to implementing these practices within early childhood educational environments and examines the role of various stakeholders, including educators, families, and policymakers, in fostering inclusivity. Research highlights the importance of early intervention and tailored educational strategies to support the cognitive and social development of children with disabilities. However, issues such as learning segregation, insufficient educator support, and systemic barriers continue to hinder the full integration of these children into mainstream classrooms. Surveys conducted by the Children and Young People with Disability Australia (CYDA, 2023) reveal significant gaps in inclusive educational settings. To overcome these challenges, the article suggests enhancing educator training, improving curriculum designs to accommodate diverse learning needs, and increasing collaboration with families to create personalized learning plans. Moreover, it emphasizes the need for more vigorous legal enforcement of existing standards and more robust advocacy to ensure that all children receive equitable educational opportunities regardless of their abilities. This paper calls for a multidimensional approach that includes policy reform, community engagement, and

pedagogical innovation to create more inclusive early childhood education settings that accommodate and celebrate diversity in learning abilities and styles.

Keywords: Inclusive education, disabilities, early childhood, educational strategies, advocacy, curriculum development, legal standards, community engagement

Introduction

Inclusive education is crucial in ensuring that children, regardless of their abilities or disabilities, should have ample opportunity to learn together in age-appropriate classrooms. According to Ferfolja et al. (2018), understanding the social dimensions of equity, diversity, and inclusion in educational settings is essential. This understanding helps explore how socioeconomic and cultural factors, diverse learners with different learning abilities, and children with special needs or disabilities influence educational outcomes and guide educators in addressing these disparities. Research by the Department of Education (2005) underscores that inclusive and accessible early childhood learning experiences lay a good foundation for more inclusive adult lives. The Children and Young People with Disability Australia [CYDA] (CYDA, 2023) states that every child should have access to health, learning equality, housing, and a secure social environment. However, according to the National Disability Insurance Scheme [NDIS] (NDIA, 2019), many young children with disabilities in Australia seem to lack this access still. Therefore, this article aims to advocate for effective inclusive teaching practices that accommodate children with disabilities in early childhood education settings who will become adults in society in the future.

Early intervention and appropriate teaching strategies tailored to individual learner's needs are crucial for their overall development, particularly for those with learning disabilities. Also, every child, regardless of disabilities, should have access to high-quality and inclusive early childhood education for their own cognitive and social development (CYDA, 2023). A survey conducted by CYDA in 2023 reveals notable challenges in integrating students with disabilities into standard school settings in Australia. The survey, comprising feedback from 505 young individuals with disabilities and their families and caregivers, emphasizes persistent issues such as learning segregation, continuous exclusions from school activities, and insufficient support from educators within schools. Additionally, nearly half of the students reported that they experienced bullying, and a significant portion faced restraint or exclusion.

The survey results point to a need for substantial reforms to ensure true inclusivity and support for students with disabilities, emphasizing the development of inclusive school cultures. Duncan et al. (2021) also note a rising trend in such discrimination alongside an increase in the decentralization and autonomy of schools. As schools become more autonomous, there could be less oversight from central authorities such as the Department of Education, potentially leading to increased discriminatory practices. Furthermore, Dickinson et al. (2023) reported that the exclusion of students with disabilities in education is still ongoing, emphasizing the critical need for early childhood education and care settings to be better equipped and supported to ensure these children are included early and benefit from the provided educational and support services.

Literature Review

Research has consistently shown that inclusive educational practices not only enhance the social skills and learning outcomes of children with disabilities but also cultivate a sense of belonging and acceptance among all students (Geens and Vandenbroeck, 2013). Inclusive education involves several components: physical inclusion, where students share the same learning environments; social inclusion, which ensures all students feel welcomed; curriculum inclusion, providing accessible learning materials; and systemic inclusion, which addresses educational disparities (Department of Education, 2005). These practices are designed to create an educational space that accommodates all differences, promoting equality and reducing the educational gaps often experienced by students with disabilities. Schools can foster an inclusive atmosphere that benefits all by integrating students in the same learning environments and providing necessary support. Despite these established frameworks for inclusion, numerous barriers still exist that obstruct its successful implementation. These include cultural biases and the overwhelming nature of specialized resources, which often segregate rather than integrate (Chainey, 2023). Furthermore, advocacy for inclusive practices frequently falls on the shoulders of families and caregivers, emphasizing the need for systemic changes to support these efforts more robustly (Churchill, 2021).

Recent technological advancements and social media have played a transformative role in advocacy and inclusion. Platforms such as Twitter, YouTube, and Facebook have become vital in raising awareness and pushing for changes across educational sectors (Churchill, 2021). As mentioned earlier, a survey by CYDA (2023) showed the ongoing

challenges within Australian educational settings, where a significant percentage of students with disabilities remain in segregated environments or face exclusion from school activities. This data implies that practical implementation tends to fall short despite the theoretical frameworks in place. It, therefore, calls for a need to enhance school culture towards genuine inclusivity, improve teacher training, and develop personalized and effective learning plans for students with disabilities.

Under the Disability Discrimination Act 1992 and the Disability Standards for Education [DSE] 2005, discrimination against students with disabilities in Australian schools is illegal (Department of Education, 2005). These standards aim to provide equal education opportunities for students with disabilities. Despite the protective intent of these standards, recent research by De Bruin et al. (2023) indicates that they fall short in effectively safeguarding the human rights of students with disabilities to inclusive education and combating discrimination within schools. According to De Bruin et al. (2023), Krithika's son, who had ADHD and autism, illustrates this. Krithika successfully pushed for equitable treatment under the DSE, which increased his son's kindergarten attendance to match his classmates. This example highlights the critical role of educational institutions in interacting with students with disabilities to understand their unique needs and make appropriate and fair adjustments.

McLachlan et al. (2018) emphasize the need for curriculum designs that respond effectively to children's needs, interests, and developmental stages within educational frameworks. They refer to the Early Years Learning Framework (EYLF) in Australia, which promotes the development of inclusive programs. This framework ensures that all learners, particularly those with disabilities, receive personalized learning experiences crucial for enhancing engagement and development. The EYLF encourages educators to make informed curriculum decisions that facilitate participation and learning for all children through everyday activities, routines, and experiences. It supports adapting learning methods to accommodate various learning capacities and styles and promotes collaboration by inviting contributions from children and their families regarding ideas, interests, and questions (DEEWR, 2009). These curriculum adjustments align with the National Quality Framework (NQF) articulated by ACECQA (2020), which stresses a national strategy for regulating and enhancing the quality of early childhood education. Although the NQF does not explicitly mention children with disabilities, it emphasizes inclusivity and the adaptation of educational and care practices to meet the unique needs of each child. This approach helps ensure that inclusion is about

engaging all children in daily experiences rather than segregating or differentiating them based on ability (DEEWR, 2009).

Hedges et al. (2011) discuss applying the "funds of knowledge" approach in early childhood curriculum development. This approach integrates children's personal and family backgrounds into the educational setting, recognizing the culturally and socially accumulated knowledge—termed "funds of knowledge"—that children bring. Educators can better adapt the curriculum to align with children's interests and real-world experiences by incorporating this diverse knowledge into classroom activities. The theoretical framework provided by Hedges et al. (2011) suggests that recognizing and utilizing these "funds of knowledge" can create a more personalized and practical educational experience, supporting a more inclusive educational environment for all learners.

Hoffnung (2022) stresses the necessity of recognizing and addressing the needs of children with disabilities early in their development. During these formative stages, appropriate interventions can profoundly affect cognitive, social, and physical growth, optimizing developmental trajectories for these children. Theories like Vygotsky's Social Development Theory assert that social interactions are pivotal in learning processes, implying that inclusive environments could substantially benefit children with disabilities by fostering better developmental outcomes (Robinson et al., 2018; Hoffnung, 2022). These insights reinforce the value of inclusive educational settings accommodating diverse learning needs and backgrounds (Linda, 2020). Linda (2020) explores the foundational theories of inclusive education and their practical application to improve student learning. She argues that integrating contemporary educational theories into everyday teaching practices can inclusively enhance learning outcomes. This approach is critical in ensuring that all students, including those with disabilities, receive equitable educational opportunities, a principle supported by legal and ethical standards (McLachlan et al., 2018). McLachlan et al. (2018) state that legal frameworks are crucial in facilitating inclusive education. They emphasize adherence to laws and guidelines that protect children with disabilities, ensuring their right to equal educational opportunities. By complying with these legal mandates, educational institutions can sustain ethical standards and foster an environment where all children can thrive.

Articulating Future Improvements and Innovations

Educators must be provided with professional development for inclusive education strategies (Waniganayake et al., 2017). Nelson (2013) supports this notion by suggesting a practical guide for educators to implement Universal Design for Learning (UDL) principles aimed at designing lessons that accommodate the needs of all students, especially those with learning difficulties. The guide explains the core concepts of UDL, which are critical in providing means of representation, expression, and engagement to support diverse learning styles. Nelson describes flexible curriculum adaptations catering to various student information processing and demonstration methods. This approach not only supports students with disabilities but also enriches the educational experience for all, promoting a more inclusive classroom environment.

The improvement of classroom resources, including adaptive technology, is crucial. Linda (2020) discusses effective strategies that span classroom to system-level inclusivity, such as differentiated instruction and collaborative teaching models, focusing on cultural and inclusive practices in early childhood settings. These strategies are essential for creating environments that support the participation of all children, enhancing their educational experiences.

Strengthening collaboration with families is crucial for creating customized educational plans (Cologon, 2022). Quinn (2016) emphasizes the vital role of parental involvement in personalized learning, which can address educational disparities effectively. He suggests that engaging parents more directly in the educational process allows schools to utilize parents' unique insights and resources regarding their children's learning preferences. This collaborative approach could significantly enhance the effectiveness of educational interventions and narrow achievement gaps.

The Early Years Learning Framework (EYLF) highlights the importance of partnerships among educators, families, and support professionals (DEEWR, 2009). The framework focuses on integrating daily routines and play into inclusive learning experiences that engage all children. Stakeholders develop individual inclusion plans using adaptive equipment and specialist skills. Such collaboration ensures optimal developmental outcomes and supports children with disabilities fully participating and achieving in all life areas, fostering belonging and achievement (Dahlberg et al., 2013; Dickinson et al., 2023).

Increasing awareness and understanding of disabilities within the community promotes a culture of inclusivity. Geens and Vandenbroeck (2013) demonstrate the multifaceted role of early childhood education and care centers as community hubs in urban settings, providing social support and promoting community integration. These centers are pivotal in fostering social cohesion and supporting the broader well-being of families from diverse backgrounds. Emphasizing community integration through educational settings can lead to a more inclusive society where the needs and potentials of all individuals are recognized and nurtured (Graham, 2019; Hoffnung, 2022).

The purpose of this article is to:

1. To examine barriers to inclusive education in early childhood settings.
2. To evaluate existing frameworks and pedagogical practices supporting inclusive education.
3. To propose strategies for advancing inclusivity through teacher training, curriculum innovation, family collaboration, and policy reform.

Research Methodology

This paper employs a narrative literature review and policy analysis approach. Sources include: National and international policy frameworks (e.g., DSE 2005, EYLF, NQF). Peer-reviewed studies on inclusive pedagogy (2011–2023). Survey data from Children and Young People with Disability Australia (CYDA, 2023).

Conclusion

Inclusive education in early childhood settings is a noble ideal and a critical necessity that requires effective and persistent action. The literature reviewed underscores the profound impact of inclusivity on the development of children with disabilities, enhancing their educational outcomes and fostering essential social integration. It is evident that while the theoretical frameworks and legal protections such as the Disability Discrimination Act 1992 and the Disability Standards for Education 2005 exist to support inclusion, the practical application within schools often remains lacking (Department of Education, 2005; De Bruin et al., 2023). These findings highlight the urgent need for ongoing teacher training,

curriculum development, and school culture reforms to ensure that all children, regardless of their abilities, are genuinely welcomed and supported.

Furthermore, the necessity for active and sustained advocacy by educators, families, and communities cannot be overstated. Advocacy is essential to drive the systemic changes needed to overcome persistent barriers such as cultural biases, insufficient resources, and a lack of comprehensive support from educational institutions (Churchill, 2021; Chainey, 2023). Strengthening partnerships between educators, families, and community resources, as emphasized by the Early Years Learning Framework, is vital in creating environments that nurture the potential of every child through personalized and respectful inclusion (DEEWR, 2009).

To advance towards a genuinely inclusive educational landscape, it is essential to prioritize integrating innovative teaching methods, such as those proposed by Universal Design for Learning, and to enhance the availability of adaptive technologies that cater to diverse learning needs (Nelson, 2013; Linda, 2020). These efforts should be complemented by a stronger focus on early interventions and the recognition of the unique contributions that children with disabilities bring to the learning environment. Additionally, the path to inclusive education is a continuous journey that demands commitment, innovation, and a deep understanding of the diverse needs of all learners. Through such dedicated efforts, it is hoped to see a future where every child can thrive in an educational setting that respects and enhances their unique abilities and potential. By embracing these challenges and opportunities, early childhood education settings can lead the way in building a more equitable and inclusive society.

References

- ACECQA. (2020). *National Quality Framework*. www.acecqa.gov.au.
<https://www.acecqa.gov.au/national-quality-framework>
- Chainey, N. (2023, August 30). *Time for Change: The State of Play for Inclusion of Students with Disability*. CYDA. <https://cyda.org.au/time-for-change-the-state-of-play-for-inclusion-of-students-with-disability/>
- Churchill, R. (2021). *Teaching: Making a Difference* (5th edition). John Wiley & Sons, Incorporated.

- Cologon, K. (2022). Is Inclusive Education Really for Everyone? Family Stories of Children and Young People Labelled with ‘Severe and Multiple’ Or ‘Profound’ ‘Disabilities.’ *Research Papers in Education*, 37(3), 395–417.
<https://doi.org/10.1080/02671522.2020.1849372>
- CYDA. (2023, December 5). *Early Childhood*. CYDA. <https://cyda.org.au/advocacy/early-childhood/>
- Dahlberg, G., Moss, P., and Pence, A. (2013). *Beyond Quality in Early Childhood Education and Care: Languages of Evaluation*. Taylor & Francis Group.
- De Bruin, K., et al. (2023, June 8). Performance of Australia’s Disability Standards for Education 2005: A Policy Analysis and Evaluation. *International Journal of Inclusive Education*, 1–21. <https://doi.org/10.1080/13603116.2023.2221260>
- DEEWR, 2009. *Belonging, Being & Becoming (The Early Years Learning Framework for Australia)*, Department of Education, Employment and Workplace Relations (DEEWR), Canberra.
- Department of Education. (2005). *Disability Standards for Education*. Department of Education. <https://www.education.gov.au/disability-standards-education-2005>
- Dickinson, H., et al. (2023). *Taking the First Step in an Inclusive Life: Experiences of Australian Early Childhood Education and Care*.
- Duncan, J., et al. (2021, September 29). School Autonomy and Discrimination Against Students with Disability in Australian Primary and Secondary Education Settings: A Scoping Review. *International Journal of Inclusive Education*, 1–13.
<https://doi.org/10.1080/13603116.2021.1978004>
- Ferfolja, T., et al. (2018). *Understanding Sociological Theory for Educational Practices* (2nd ed.). Cambridge University Press.
- Geens, N., and Vandenbroeck, M. (2013). Early Childhood Education and Care as a Space for Social Support in Urban Contexts of Diversity. *European Early Childhood Education Research Journal*, 21(3), 407–419. <https://doi.org/10.1080/1350293X.2013.814361>
- Graham, A. (2019). Giving Parents a Voice: Strategies to Enhance Parent Capacity to Support Transition to School. *Australian Educational Leader*, 41(3), 52–55.

- Hedges, H., et al. (2011). Early Years Curriculum: Funds of Knowledge as a Conceptual Framework for Children's Interests. *Journal of Curriculum Studies*, 43(2), 185–205. <https://doi.org/10.1080/00220272.2010.511275>
- Hoffnung, M. (2022). *Lifespan Development* (5th Australian edition). John Wiley & Sons, Incorporated.
- McLachlan, C., et al. (2018). *Early Childhood Curriculum: Planning, Assessment and Implementation* (3rd ed.). Cambridge University Press.
- NDIA. (2019). *Understanding the NDIS*. Ndis.gov.au. <https://www.ndis.gov.au/understanding>
- Nelson, L. L. (2013). *Design and Deliver: Planning and Teaching Using Universal Design for Learning*. Brookes Publishing.
- Quinn, C. (2016). Personalized Learning for All - are Parents the Missing Key to Closing the Gaps?. *Australian Educational Leader*, 38(1), 29–33.
- Robinson, D. C., et al. (2018). *Learning through Play: Creating a Play Based Approach within Early Childhood Contexts*. Oxford University Press.
- Waniganayake, M., et al. (2017). *Leadership: Contexts and Complexities in Early Childhood Education*. Oxford University Press.

The Impact of Social Media Influencers' Attributes on Generation Z's Online Fast-Fashion Purchase Decisions in Ho Chi Minh City, Vietnam: The Mediating Roles of Brand Awareness and Electronic Word-of-Mouth

Nguyen Ai Nhat Trinh^{1*} and Subchat Untachai²

¹Graduate Student, Master of Business Administration Program, Faculty of Management Science,
Udon Thani Rajabhat University

²Faculty of Management Science, Udon Thani Rajabhat University

*Corresponding author's email: Gwyn.albert@gmail.com

Received

July 5, 2025

Revised

September 23, 2025

Accepted

September 28, 2025

ABSTRACT

In the era of digital commerce, social media influencers (SMIs) play a pivotal role in shaping consumer behavior, particularly among Generation Z—an audience known for their digital fluency and affinity for fast-fashion consumption. The main objective of this study was to examine the impact of social media influencers' attributes on Gen Z's online fast-fashion purchase decisions, with brand awareness and electronic word-of-mouth serving as mediating variables. Although prior research has underscored the direct impact of SMIs on online fast-fashion purchase decisions, there remained a paucity of studies that systematically examined the underlying mechanisms that drove this influence. Specifically, little was known about the mediating roles played by brand awareness (BAW) and electronic word-of-mouth (eWOM) in this relationship. This study adopted a quantitative research approach, collecting primary data from 522 Gen Z consumers residing in Ho Chi Minh City, Vietnam, all of whom had made at least one online fast-fashion purchase within the past three months. The data were collected using an online questionnaire designed on Google Forms. The research framework integrated structural equation modeling (PLS-SEM) to assess the causal relationships among the key constructs: SMIs' attributes (trustworthiness, expertise, attractiveness), brand awareness, eWOM, and Online Fast-Fashion Purchase Decisions (OPD). Confirmatory factor analysis (CFA) was used to validate the measurement model, followed by path analysis to test direct

and indirect effects. The empirical findings demonstrated that SMIs exert a statistically significant influence on Online Fast-Fashion Purchase Decisions both directly and indirectly. Notably, the total effect of SMIA on OPD ($\beta = 0.762$, $p < 0.001$) was predominantly driven by two indirect paths via brand awareness (SMIA $\rightarrow$ BAW $\rightarrow$ OPD: $\beta = 0.204$) and electronic word-of-mouth (SMIA $\rightarrow$ eWOM $\rightarrow$ OPD: $\beta = 0.278$). Among the influencer attributes, trustworthiness and expertise emerged as the most influential dimensions. Furthermore, both BAW and eWOM were validated as significant mediating variables, enhancing the explanatory power of the overall model (R^2 for OPD = 0.682). This study provided robust evidence that the impact of SMIs on Gen Z's online purchase behavior was multifaceted and significantly mediated by brand-related perceptions and peer-driven digital communication.

Keyword: Social Media Influencers, Brand Awareness, Electronic Word-of-Mouth, Online Fast-Fashion Purchase Decisions, Gen Z

Introduction

The global fashion industry has experienced significant and sustained growth, with its value projected to rise from USD 1.33 trillion in 2023 to USD 1.67 trillion by 2028—an increase of over 25% and a CAGR of 4.63%. The e-commerce apparel segment alone was valued at over USD 600 billion in 2022 and is forecasted to reach USD 1.427 trillion by 2032, growing at 9.1% annually (Mordor Intelligence, 2020). In Vietnam, the fashion market is expanding rapidly. Statista (2022) projects revenue to increase from USD 2.88 billion in 2024 to USD 4.84 billion by 2029, with an annual growth rate of 10.94%. Nielsen further reports that 61% of Vietnamese consumers are familiar with purchasing fashion online, where fashion accounts for 26% of total e-commerce sales—roughly USD 1 billion in 2024 (Dreamincubator, 2020).

In parallel, the fast-fashion sector has become a dominant force globally. The global fast-fashion market was valued at USD 106 billion in 2022 and is expected to reach nearly USD 179.5 billion by 2030, growing at 14.56% annually (Statista, 2023). International brands such as Zara, H&M, Uniqlo, and Shein drive this expansion through rapid production cycles and broad international distribution networks (Statista, 2020). Generation Z, born between 1997 and 2012, has emerged as a key consumer segment in this landscape. With more than 2 billion individuals worldwide, Gen Z represents approximately 30% of the global population and is projected to

make up 27% of the global workforce by 2025 (GSO, 2020). In Vietnam, Gen Z is estimated to reach 15 million by 2025, accounting for 43% of online shoppers, with fashion comprising over 60% of their online purchases (GSO, 2020).

The growing influence of social media influencers (SMIs) has reshaped consumer behavior, especially among Gen Z, who are highly active on platforms such as TikTok, Instagram, and YouTube. Prior research shows that 67% of Gen Z prefer influencer-driven advertising (Forbes, 2021), and up to 70% have purchased products based on influencer recommendations (Brown, 2023). Fashion-related products constitute the majority of these purchases (Wpromote, 2021). The authenticity, trustworthiness, and relatability of influencers make them critical in fast-fashion marketing strategies (Creative For Knowledge, 2022; SurveyMonkey, 2022).

From a theoretical perspective, three constructs are central to understanding this phenomenon. Brand awareness (BAW) reflects the extent to which consumers recognize and recall brands, influencing their consideration and purchase decisions (Sokolova, 2020). Electronic word-of-mouth (eWOM), defined as peer-to-peer communication through digital platforms, enhances credibility and purchasing likelihood by reinforcing trust and social proof (Yaqub, 2024). Online Fast-Fashion Purchase Decisions (OPD) represent the behavioral outcomes of these processes, capturing how consumers make actual purchasing choices in online contexts. These constructs are interrelated, as influencers shape BAW, stimulate eWOM, and ultimately affect OPD.

Despite extensive research on influencer marketing, most studies have concentrated on Western or Chinese markets, leaving a research gap in Southeast Asia, particularly Vietnam. Moreover, few studies have simultaneously examined the mediating roles of BAW and eWOM in explaining how influencers impact fast-fashion purchasing (Pace, 2023). This study addresses this gap by focusing on Ho Chi Minh City (HCMC), Vietnam's largest and most dynamic urban economy, which contributes nearly one-quarter of national GDP and represents the country's most advanced digital commerce ecosystem (Virac, 2021). With approximately 1.2 million Gen Z residents—over 10% of Vietnam's Gen Z population—HCMC serves as a strategic setting to investigate influencer-driven consumption (Clickinsights, 2020).

To respond to this gap, the present study develops an integrated framework grounded in Source Credibility Theory (SCT), Consumer Behavior Theory (CBT), and the Theory

of Planned Behavior (TPB). These theories emphasize how credibility, brand perceptions, and social norms shape consumer decision-making. Accordingly, this study not only examines the direct effect of SMIs on OPD but also incorporates BAW and eWOM as mediators to explain the underlying mechanisms. By doing so, this research contributes theoretical insights and practical implications for understanding how influencer marketing strategies can effectively shape Gen Z's fast-fashion purchase behavior in HCMC.

Research Objectives

The main objective of this study is to investigate the impact of social media influencers (SMIs) on Online Fast-Fashion Purchase Decisions among Generation Z consumers in Ho Chi Minh City, Vietnam. Specifically, this study aims to:

1. To examine the relationships between Social Media Influencers' attributes and Generation Z's Online Fast-Fashion Purchase Decisions for fast-fashion products.
2. To investigate the mediating effects of brand awareness and electronic Word-of-mouth (eWOM) on the relationship between Social Media Influencers' attributes and Generation Z's Online Fast-Fashion Purchase Decisions.

Research Model and Hypotheses

Based on the literature review and theoretical framework, this study proposes the following hypotheses to examine the relationships among social media influencers' attributes, brand awareness, electronic word-of-mouth (eWOM), and Online Fast-Fashion Purchase Decisions of Generation Z consumers in Ho Chi Minh City

1. H1: Social Media Influencers (SMIs) positively impact Brand Awareness (BAW).
2. H2: Social Media Influencers (SMIs) positively impact Electronic Word-of-Mouth (eWOM).
3. H3: Social Media Influencers (SMIs) directly impact Online Fast-Fashion Purchase Decisions (OPD).
4. H4: Brand Awareness (BAW) positively impacts Online Fast-Fashion Purchase Decisions (OPD).
5. H5: Electronic Word-of-Mouth (eWOM) positively impacts Online Fast-Fashion Purchase Decisions (OPD).

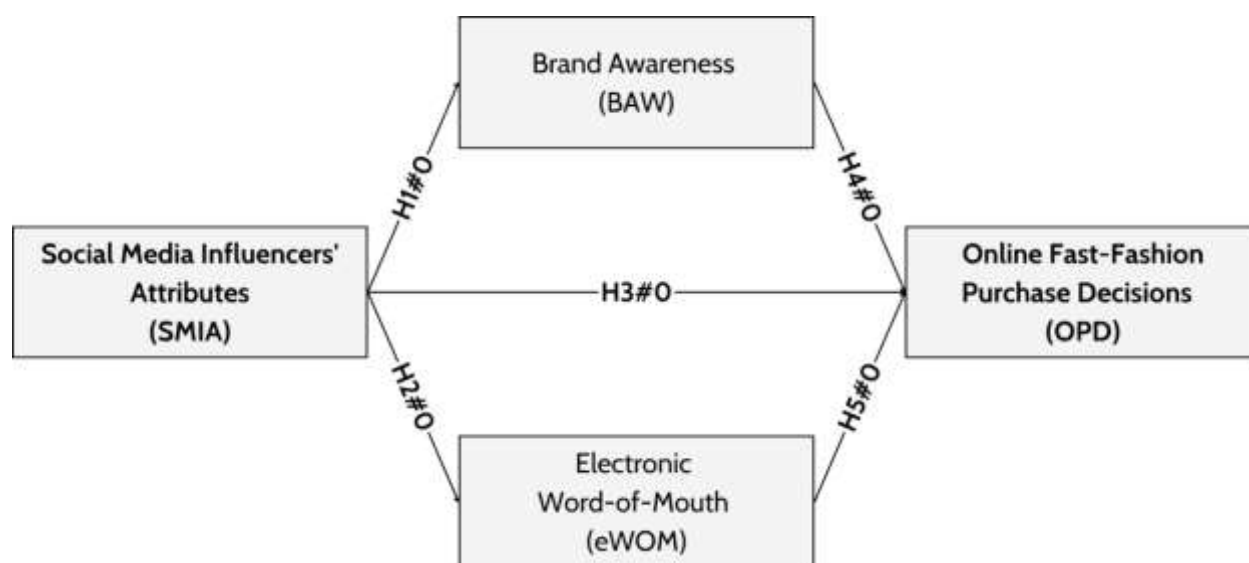


Figure 1 Research model and relationship of research variables

Study Scope

This study focuses on Generation Z individuals aged 18 to 27 residing in Ho Chi Minh City, a key demographic influencing online shopping trends in Vietnam. A random sample of approximately 522 participants was selected based on the Taro Yamane formula to represent the city's population of nearly 10 million. The research was conducted in Ho Chi Minh City, which accounts for over 9.44% of the national population, with about 70% internet usage and more than 40% engaging in regular online shopping (Statista, 2024). As Vietnam's most dynamic and developed city, Ho Chi Minh City contributes significantly to the country's economy, representing over 22% of GDP and 27% of national budget revenue (Statista, 2024). The study targets popular fast-fashion brands available locally, including international names like H&M, Zara, Uniqlo, Mango, and local brands such as Canifa and Yody. Data collection spans the first half of 2025 (January to June), coinciding with peak shopping seasons and major sales events in the online fashion sector.

Definition of Research Variables

Social Media Influencers (SMIs) are individuals who utilize social media platforms to enhance their credibility and influence within specific sectors. These influencers typically have a large following and maintain active engagement with their target audience. They may include

celebrities, bloggers, vloggers, or professionals in various fields such as fashion, beauty, sports, technology, or lifestyle. SMIs play a crucial role in shaping consumer attitudes, behaviors, and decision-making processes through their online presence and content.

Brand Awareness refers to the extent to which consumers recognize or recall a brand, its products, or services. It indicates the brand's market presence and consumer familiarity. Higher brand awareness suggests that a brand is well-known and easily identifiable, which can positively impact consumer purchase decisions and brand loyalty. Brand awareness is often developed through consistent marketing campaigns, advertising efforts, and positive customer experiences.

Electronic Word-of-Mouth (eWOM) is a form of communication that occurs via digital platforms, including social media, blogs, online forums, and review websites. Consumers exchange information, opinions, and reviews about products or services through these channels, influencing the awareness and purchasing decisions of other consumers. eWOM is characterized by its rapid spread, accessibility, and broad reach across various online platforms.

Online Fast-Fashion Purchase Decisions (OPD) refer to the process by which consumers evaluate, select, and make actual purchasing choices in online fast-fashion contexts. OPD encompasses both the intention and the final act of purchasing fashion items such as clothing, shoes, and accessories via digital platforms. It reflects the outcome of brand awareness and eWOM influences and has been widely examined in consumer behavior literature.

Theoretical Framework

Source Credibility Theory (SCT): The SCT theory emphasizes that the credibility of a source of information depends on three main factors: Trustworthiness: The degree to which a source is considered genuine, honest, and trustworthy. Expertise: The knowledge or skills that a source has in a particular field, helping to build trust and prestige. Attractiveness: The attractiveness of the image, style, or personality of the source, thereby attracting and influencing consumers. In the context of influencer marketing, this theory explains how the characteristics of Social Media Influencers (SMIs) impact the perception and shopping behavior of consumers, especially Generation Z, a group of audiences who are sensitive to social media influence.

Consumer Behavior Theory (CBT): CBT describes the process that an individual goes through to make a purchasing decision, including: Demand awareness: Identify a problem or desire to shop. Search for information: Find out options from friends, social media, or online channels. Selection evaluation: Consider products or brands based on personal criteria. Purchase Action: The final decision is based on the satisfaction of the criteria. For Gen Z, this process is greatly impacted by SMEs through constant exposure on social media platforms, changing the way they evaluate and choose fast fashion products.

Theory of Planned Behavior (TPB): TPB considers that an individual's behavioral intent is shaped by three factors: Attitude: Positive or negative perception of behavior. Subjective Norms: Social pressure or the views of those around you. Perceived Behavioral Control: The ability to perform behavior based on available resources and opportunities. In this study, TPB is applied to explain Gen Z's online shopping intentions, with the role of SMEs in forming a positive attitude towards fast fashion brands through trust, expertise, and appeal.

Comprehensive evaluation of theories with research topics

Suitability to the topic: SCT is the main theoretical basis for determining the role of SMIs (Trustworthiness, Expertise, Attractiveness) traits in influencing Gen Z's perceptions and shopping intentions. CBT assists in explaining how Gen Z makes shopping decisions, from need perception to final action, and emphasizes the role of information from SMEs in this process. TPB provides a systems approach to understanding Gen Z's shopping intentions, especially in an online environment where SMIs shape social attitudes and norms.

Relationship between theories and research theoretical frameworks: SCT lays the foundation for the development of independent variables of research (Trustworthiness, Expertise, Attractiveness). CBT clarifies the connection between Brand Awareness, eWOM, and Gen Z's shopping decisions. TPB provides a theoretical framework to test how intermediary factors (Brand Awareness, eWOM) impact online shopping intent.

Application to research: The combination of SCT, CBT, and TPB not only helps explain how SMEs influence Gen Z's shopping behavior, but also helps build a comprehensive theoretical model, with clear relationships between independent variables (Trustworthiness, Expertise, Attractiveness), intermediary variables (Brand Awareness, eWOM), etc. and the dependent variable (Online Fast-Fashion Purchase Decisions).

Research Methodology

This study adopts a quantitative research design to investigate the relationship between Social Media Influencers' Attributes (SMIA) and Gen Z's Online Purchase Decisions (OPD) in the fast-fashion sector within Ho Chi Minh City. The city was chosen as the research site because it is Vietnam's largest and most dynamic metropolitan economy, contributing nearly one-quarter of the national GDP and serving as the country's most advanced hub for digital commerce. Moreover, Ho Chi Minh City has one of the highest concentrations of Gen Z consumers, making it an ideal context for examining influencer-driven purchase behavior in the fast-fashion industry (Virac, 2021; ClickInsights, 2020). The conceptual model includes SMIA—operationalized through trustworthiness, expertise, and attractiveness—alongside Brand Awareness (BAW) and Electronic Word-of-Mouth (eWOM) as mediating variables influencing OPD. Primary data were collected via Google Forms from 522 Gen Z respondents aged 18–27, all of whom had purchased fast-fashion products online within the previous three months and reported interaction with social media influencers. A convenience sampling approach was employed through digital platforms. The achieved sample size exceeds Cochran's minimum requirement of 385 respondents (95% confidence level, 5% margin of error), thereby enhancing the reliability and generalizability of the findings.

The study integrates SPSS (descriptive, Chi-square) and SmartPLS (PLS-SEM) for analysis. Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) was applied for data analysis using SmartPLS 4. This method was chosen because it is well-suited for predictive models with complex relationships, including multiple mediators, and does not require normally distributed data (Hair et al., 2019). Given the study's sample size of 522, PLS-SEM provides robust estimation for path coefficients and mediation effects. Bootstrapping with 5,000 resamples was performed to test the statistical significance of the path coefficients and indirect effects, following recommended practices in SEM research (Oberlo, 2023). Measurement model results indicate strong internal consistency: Cronbach's Alpha (0.902–0.926) and Composite Reliability (0.930–0.948) exceed 0.7. Convergent validity is confirmed with AVE values > 0.7 (eWOM = 0.821), and discriminant validity is supported by HTMT (< 0.85) and Fornell-Larcker criteria.

Structural model evaluation shows strong explanatory power with R^2 values: OPD = 0.682, eWOM = 0.621, and BAW = 0.604. All path coefficients are statistically significant ($p < 0.001$), with T-values > 5.5 . The total effect of SMIA on OPD reaches 0.762, indicating both

theoretical and practical relevance. Multicollinearity is not an issue ($VIF < 5$), and model fit is acceptable ($SRMR = 0.062 < 0.08$).

Results

Data were collected from 522 Gen Z individuals (aged 18–27) in Ho Chi Minh City who had purchased fast fashion online in the past three months. Demographic analysis revealed that nearly 80% were under 23, 56.5% were female, most had a monthly income between 8–15 million VND, and 86.2% used social media daily—mainly TikTok and Instagram. Descriptive statistics indicated high agreement across all variables (mean > 4.0 on a 5-point scale), with SMIA scoring highest ($M = 4.21$), followed by eWOM (4.19), Brand Awareness (4.15), and Online Purchase Decision (4.11). Chi-square tests confirmed statistically significant relationships ($p < 0.001$) between qualitative variables and shopping behaviors. Women and LGBTQ+ individuals shopped more frequently than men; TikTok and Instagram users showed stronger purchasing activity than Facebook or YouTube users; and those with higher incomes or frequent influencer engagement also demonstrated higher purchasing behavior. The measurement model in PLS-SEM showed excellent reliability (Cronbach's Alpha > 0.90 ; Composite Reliability > 0.93), strong convergent validity ($AVE > 0.7$), and fulfilled discriminant validity criteria via HTMT and Fornell-Larcker, confirming sound construct measurement.

Table 1 Scale reliability in the PLS-SEM model evaluation stage

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)	Conclusion Evaluation
BAW	0.917	0.940	0.939	0.756	Good
OPD	0.902	0.931	0.930	0.729	Good
SMIA	0.926	0.940	0.942	0.700	Good
eWOM	0.925	0.947	0.948	0.821	Good

In terms of the structural model, all hypotheses are confirmed with high statistical significance ($p < 0.001$). SMIA has a significant direct effect on OPD ($\beta = 0.280$, $T = 6.056$), and also has a strong indirect impact through Brand Awareness ($\beta = 0.204$) and eWOM ($\beta = 0.278$). The total influence from SMIA on purchasing behavior reached $\beta = 0.762$ ($T = 36.982$), indicating the central role of influencers in Gen Z's fast-fashion consumption decisions. In addition, both

Brand Awareness and eWOM significantly influenced OPDs ($\beta = 0.262$ and $\beta = 0.353$, respectively).

Next, the results of the PLS-SEM measurement model evaluation confirm the reliability and value of the scales. Cronbach's Alpha indices range from 0.902 to 0.926, Composite Reliability (ρ_c) from 0.930 to 0.948, and AVE all exceed the 0.7 threshold, demonstrating good reliability and convergence. Differentiation testing through Fornell-Larcker and HTMT criteria also showed standard results.

Regarding the structural model, the hypothesis test results show that all 5 hypotheses are accepted with high statistical significance ($p < 0.001$). Concrete:

H1: SMIA $\rightarrow$ BAW ($\beta = 0.777$, $T = 39.874$, $p < 0.001$) $\rightarrow$ Accept

H2: SMIA $\rightarrow$ eWOM ($\beta = 0.788$, $T = 43.681$, $p < 0.001$) $\rightarrow$ Accept

H3: SMIA $\rightarrow$ OPD ($\beta = 0.280$, $T = 6.056$, $p < 0.001$) $\rightarrow$ Accept

H4: BAW $\rightarrow$ OPD ($\beta = 0.262$, $T = 5.573$, $p < 0.001$) $\rightarrow$ Accept

H5: eWOM $\rightarrow$ OPD ($\beta = 0.353$, $T = 7.737$, $p < 0.001$) $\rightarrow$ Accept

In particular, SMIA not only has a direct influence on purchasing behavior (OPD) but also has a strong indirect impact through two intermediate variables: Brand Awareness and eWOM. The total indirect effect from SMIA to OPD was 0.482 ($T = 12.987$, $p < 0.001$), including:

SMIA $\rightarrow$ BAW $\rightarrow$ OPD: $\beta = 0.204$

SMIA $\rightarrow$ eWOM $\rightarrow$ OPD: $\beta = 0.278$

Taken together, the total influence from SMIA to OPD reached $\beta = 0.762$, showing that influencers are the central factor driving Gen Z's consumption decisions in the online fast fashion market.

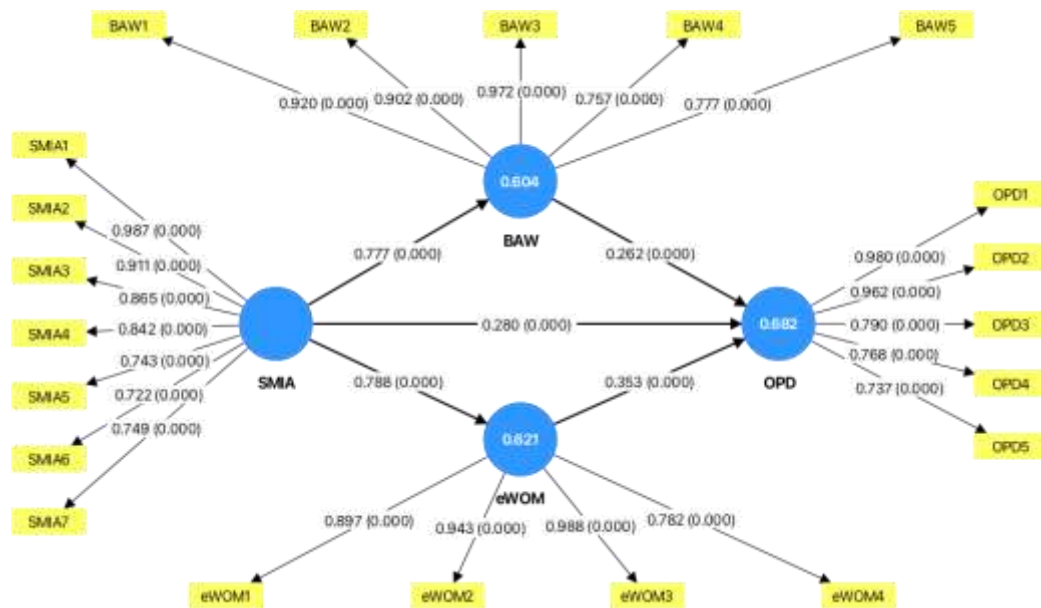


Figure 2 PLS-SEM Model Evaluation

Discussion

The results of this study provide strong empirical support for the integrated model linking social media influencers' attributes (SMIA), brand awareness (BAW), electronic word-of-mouth (eWOM), and online purchase decisions (OPD) among Gen Z in Ho Chi Minh City. All hypotheses were supported at $p < 0.001$, with SMIA exerting both direct effects on OPD ($\beta = 0.280$, $t = 6.056$) and stronger indirect effects through BAW and eWOM ($\beta = 0.482$). These findings are consistent with, who demonstrated that influencer attributes function through both direct persuasion and mediated processes.

Compared to studies in Western contexts, which emphasized influencer trustworthiness and attractiveness as primary drivers of purchase behavior, and research in China, which highlighted the role of social commerce ecosystems in reinforcing influencer credibility (Liu et al., 2020), this study contributes new evidence from an emerging Southeast Asian market. The Vietnamese context reveals that influencer impact is particularly amplified by peer-driven mechanisms such as eWOM, aligning with recent findings in other emerging economies where community-oriented digital engagement plays a crucial role in consumption (Casaló et al., 2020). By confirming the significance of both BAW and eWOM as mediators, this

research advances the understanding of how influencer marketing functions differently across cultural and market settings.

The mediating role of eWOM is especially noteworthy. The path $SMIA \rightarrow eWOM \rightarrow OPD$ ($\beta = 0.278$) shows that influencers not only deliver persuasive messages but also stimulate digital conversations that spread organically among peers. This mechanism resonates with Gen Z's socially connected values, where consumer decisions are often validated through peer interaction and online communities. In this way, eWOM amplifies influencer credibility by creating a multiplier effect: once content is shared, liked, or commented upon, it extends the influencer's reach far beyond their immediate audience. For Gen Z, who exhibit high levels of daily social media use (86.2%) and passive engagement such as liking (66.3%) and following (12.6%), this amplification effect is a critical driver of purchase behavior.

Table 2 Effect Size – f-square

	f-square	Conclusion Evaluation
BAW -> OPD	0.073	Small
eWOM -> OPD	0.127	Near Medium
SMIA -> BAW	1.526	Very large
SMIA -> eWOM	1.640	Very large
SMIA -> OPD	0.075	Small

From a perspective of marketing governance, the findings highlight the need for businesses to establish systematic criteria for influencer selection and campaign management. It is essential to evaluate influencers not only based on reach but also on the alignment of their personal values and brand image with those of Gen Z consumers. In addition, recognizing the diversity of influencer types is crucial. Micro-influencers are often perceived as more authentic and generate higher engagement rates, whereas macro-influencers and celebrities provide broader exposure. Niche influencers, on the other hand, offer targeted expertise that can be leveraged for specific product categories. Differentiating among these influencer types allows businesses to optimize resource allocation and tailor strategies to campaign objectives.

Finally, this study contributes new knowledge by contextualizing influencer marketing within Vietnam's largest urban economy, where rapid digitalization and Gen Z's active participation create fertile ground for fast-fashion consumption. The evidence demonstrates that influencer marketing is no longer a peripheral communication tool but has become

a strategic component of brand management in digital commerce. These findings not only enrich the theoretical literature but also provide practical guidance for businesses seeking to design influencer marketing campaigns that effectively strengthen BAW, stimulate eWOM, and ultimately drive online purchase decisions among Gen Z consumers.

Conclusion and New Knowledge

This study provides empirical evidence to validate the integrated model linking social media influencers' attributes (SMIA), brand awareness (BAW), electronic word-of-mouth (eWOM), and online purchase decisions (OPD) within the context of Vietnam, representing the broader Southeast Asian market. The theoretical contribution lies not only in reaffirming the direct relationship between influencers and consumer behavior but also in clarifying the mechanisms of influence transmission through cognitive brand-related factors and peer-driven digital communication. Furthermore, the study extends the understanding of Gen Z consumer behavior, a generation deeply shaped by social media engagement and the prioritization of digital experiences in shopping decisions. From an academic standpoint, the findings highlight the suitability of PLS-SEM for analyzing complex consumer behavior models in digital contexts, thereby establishing a theoretical foundation for future research in Vietnam and the region.

In addition to its theoretical contributions, the study generates practical implications for fashion businesses. The results demonstrate that influencers' trustworthiness, expertise, and attractiveness significantly enhance brand awareness and stimulate eWOM, both of which strongly mediate purchase behavior. Therefore, marketers should collaborate with influencers who possess these attributes, design campaigns that encourage eWOM to amplify brand credibility, and prioritize digital platforms such as TikTok and Instagram, which dominate Gen Z's fashion-related purchasing behavior. By integrating these insights, fashion businesses can more effectively leverage influencer marketing strategies to engage Gen Z consumers and strengthen their competitive advantage in the fast-fashion sector.

Recommendations

From a perspective of marketing governance, fashion businesses should prioritize collaborations with influencers who demonstrate high levels of credibility, expertise, and authenticity that align with Gen Z's lifestyle and values. Platforms such as TikTok and

Instagram should be positioned as central channels for influencer marketing campaigns, as they are the most impactful in shaping Gen Z's purchasing behavior. Communication strategies should be designed to strengthen brand recognition and proactively stimulate eWOM, given their strong mediating effects identified in the study.

Moreover, brands should actively promote two-way interaction between influencers and consumers by leveraging comments, livestreams, and content co-creation initiatives. Such engagement not only enhances perceived authenticity but also amplifies digital word-of-mouth, which plays a critical role in driving online purchase decisions. By integrating these measures, fashion businesses can optimize the effectiveness of influencer marketing, thereby increasing their ability to influence Gen Z's online fashion purchase decisions and secure competitive advantage in the fast-fashion sector.

References

- Brown, K. (2023). *Gen Z Shopping Habits and Influencer Marketing*. Onbe Research Insights. <https://www.onbe.com>
- Casaló, L. V., Flavián, C., and Ibáñez-Sánchez, S. (2020). Influencers on Instagram: Antecedents and Consequences of Opinion Leadership. *Journal of Business Research*, 117, 510–519. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.005>
- Creative For Knowledge. (2022). *Vietnam Gen Z Report: Digital Behavior and Media Consumption*. <https://www.Cfk.vn/report/genz>
- ClickInsights. (2020). *Vietnam's Fast Fashion Boom: Social Media Insights*. <https://www.clickinsights.asia>
- Dreamincubator. (2020). *Vietnam Fast Fashion E-commerce Market Trends. Dream Incubator Vietnam*. <https://www.dreamincubator.co.jp/vn>
- Forbes. (2021). *Gen Z and Influencer Preferences: What Brands Need to Know*. Forbes Insights. <https://www.forbes.com>
- GSO. (2020). *Vietnam Population and Housing Census 2020. General Statistics Office of Vietnam*. <https://www.gso.gov.vn>
- Hair, J. F., et al. (2019). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (2nd ed.)*. SAGE Publications.

- Liu, X., et al. (2020). Consumer Responses to Online Word-of-Mouth on Social Media: The Moderating Role of Involvement. *Internet Research*, 30(3), 839–857. <https://doi.org/10.1108/INTR-03-2019-0119>
- Mordor Intelligence. (2020). *Global Fast Fashion Market – Growth, Trends, COVID-19 Impact, and Forecasts (2023–2028)*. <https://www.mordorintelligence.com>
- Oberlo. (2023). *How Many People Shop Online? eCommerce Statistics 2023*. <https://www.oberlo.com/statistics>
- Pace, L. (2023). *Marketing to Gen Z: How Brands Engage a Mobile-First Generation*. Nielsen Research. <https://www.nielsen.com>
- Sokolova, K., and Kefi, H. (2020). Instagram and YouTube Bloggers Promote It, Why Should I Buy? How Credibility and Parasocial Interaction Influence Online Fast-Fashion Purchase Decisions. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53, 101742. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.01.011>
- Statista. (2024). *Internet Usage and E-commerce Statistics in Ho Chi Minh City, Vietnam*. <https://www.statista.com>
- Statista. (2023). *Fast Fashion Market Value Worldwide 2018–2030*. <https://www.statista.com>
- Statista Market Insights. (2022). *Vietnam Fashion Market – Revenue, User Data & ARPU*. <https://www.statista.com>
- Statista. (2020). *Vietnam Fashion Market: Revenue and Forecasts 2020–2025*. <https://www.statista.com>
- SurveyMonkey. (2022). *Social Media Habits of Gen Z and Millennial Shoppers*. SurveyMonkey Research. <https://www.surveymonkey.com>
- Virac. (2021). *Ho Chi Minh City Fashion and eCommerce Trends. Vietnam Industry Research and Consultancy (VIRAC)*. <https://www.viracresearch.com>
- Wpromote. (2021). *Gen Z Marketing: Authenticity, Trust, and Digital Engagement*. Wpromote Digital Agency. <https://www.wpromote.com>
- Yaqub, M. (2024). How Gen Z Shapes the Future of Online Retail. *Journal of Youth Consumer Culture*, 12(1), 45–59.

คำแนะนำในการเตรียมบทความเพื่อลงตีพิมพ์ใน วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

นโยบายการพิจารณากลั่นกรองบทความ (Editorial Policy)

วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ออกปีละ 4 ฉบับ เริ่ม ฉบับที่ 1 ปีที่ 13 พ.ศ. 2566 เป็นต้นไป (ฉบับที่ 1 ประจำเดือน มกราคม - มีนาคม ฉบับที่ 2 ประจำเดือน เมษายน - มิถุนายน ฉบับที่ 3 ประจำเดือน กรกฎาคม - กันยายน และฉบับที่ 4 ประจำเดือน ตุลาคม - ธันวาคม) รับพิจารณาบทความครอบคลุมในด้านบริหารธุรกิจ ศึกษาศาสตร์ การท่องเที่ยว ภาษาศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ นิเทศศาสตร์ และนิติศาสตร์

บทความที่จะได้รับการพิจารณาตีพิมพ์จะต้องผ่านการพิจารณาจากกองบรรณาธิการ และผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องเพื่อประเมินคุณภาพของบทความว่าอยู่ในระดับที่เหมาะสมที่จะลงตีพิมพ์หรือไม่ บทความแต่ละเรื่องจะได้รับการประเมินคุณภาพทางวิชาการโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง อย่างน้อย 3 ท่าน โดยกระบวนการพิจารณากลั่นกรองนี้ ผู้ทรงคุณวุฒิจะไม่สามารถทราบข้อมูลของผู้ส่งบทความ (Double-Blind Process) และบทความที่จะลงตีพิมพ์ในวารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จะต้องเป็นบทความที่ไม่เคยได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่น ๆ การละเมิดลิขสิทธิ์เป็นความรับผิดชอบของผู้ส่งบทความโดยตรง

ข้อตกลงของวารสาร

ผู้เขียนจะต้องชำระเงินค่าดำเนินการพิจารณาบทความเพื่อลงตีพิมพ์วารสาร เมื่อบทความของท่านผ่านการอนุมัติจากคณะกรรมการตรวจประเมินเบื้องต้นในขั้นตอน submission แล้วเท่านั้น (ห้ามโอนก่อน) โดยวารสารฯ จะแจ้งไปยังอีเมลให้ผู้เขียนชำระเงินค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์ บทความภาษาไทย จำนวน 4,000 บาท บทความภาษาอังกฤษ จำนวน 5,000 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 มีเนื้อหาความยาว 8-15 หน้ากระดาษ A4 รวมบทคัดย่อ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และเอกสารอ้างอิง ประกอบด้วย

1) **ชื่อเรื่อง (Title)** ไม่ควรใช้ชื่อเรื่องที่ยาวเกินไป ควรมีความกระชับ ชัดเจน และครอบคลุมเนื้อหาสำคัญ (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)

2) **ชื่อผู้ประพันธ์ (Author (s))** ระบุชื่อ และนามสกุลของผู้เขียนทุกคน (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) (ไม่ต้องใส่ชื่อตำแหน่งหน้าชื่อ) พร้อมระบุหลักสูตร สาขาวิชา (ถ้ามี) คณะ และมหาวิทยาลัยที่สังกัด กรณีที่ไม่ใช่สถาบันอุดมศึกษาให้ระบุหน่วยงานที่สังกัด รวมทั้งอีเมลและหมายเลขโทรศัพท์ของผู้ประพันธ์อันดับแรก (First Author) หรือ ผู้ประพันธ์บรรณกิจ (Corresponding Author) ที่สามารถติดต่อได้

3) **บทคัดย่อ (Abstract)** บทคัดย่อต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยบทคัดย่อควรจะระบุจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์โดยย่อของงานวิจัย ขอบเขตของงานวิจัยและผลวิจัยหลักและมีจำนวนคำ ไม่เกิน 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) เป็นการนำเสนอเรื่องราวทางวิชาการที่อยู่ในความสนใจของบุคคลทั่วไปในปัจจุบัน หัวข้อและเนื้อหาควรชี้ประเด็นที่ต้องการนำเสนออย่างสมบูรณ์ และมีลำดับเนื้อหาที่เหมาะสมเพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจได้ชัดเจน รวมถึงมีการใช้ทฤษฎีวิเคราะห์ประเด็นต่าง ๆ ตามหลักวิชาการ โดยมี การสรุปประเด็นอาจเป็นการนำความรู้ กรอบแนวคิดและทฤษฎีจากแหล่งต่าง ๆ มาสังเคราะห์ โดยที่ผู้เขียนสามารถให้ทัศนะทางวิชาการผ่านมุมมองของตนเองได้อย่างเด่นชัด และเกิดประโยชน์แก่ผู้อ่าน มีเนื้อหาความยาวไม่เกิน 8-15 หน้ากระดาษ A4 ประกอบด้วย

1. ชื่อเรื่อง
2. บทคัดย่อ/Abstract
3. คำสำคัญ/Keywords
4. บทนำ/ส่วนนำ
5. เนื้อหาสาระ
6. บทสรุป
7. เอกสารอ้างอิง

รายละเอียดการเตรียมบทความเพื่อส่งตีพิมพ์

1. การพิมพ์ จัดพิมพ์ด้วยโปรแกรม Microsoft Word กระดาษขนาด A4 พิมพ์แบบแนวตั้ง (Portrait) คอลัมน์เดียว ใส่หมายเลขหน้าทุกหน้าที่ด้านขวาล่างของกระดาษ
2. คำโครงหน้ากระดาษ กำหนดขอบกระดาษทั้ง 4 ด้าน เท่ากับ 2.54 เซนติเมตร หัวกระดาษและท้ายกระดาษขนาด 2.54 เซนติเมตร
3. ตัวอักษร (Font) ให้ใช้ตัวอักษร Th Sarabun New ประกอบด้วย
 - ชื่อเรื่อง (Title)
 - ขนาด 18 point แบบหนาและกึ่งกลางหน้ากระดาษ ภาษาอังกฤษใช้ตัวอักษรพิมพ์ใหญ่ตัวแรกของทุกคำ ยกเว้นคำบุพบทใช้ตัวอักษรพิมพ์เล็ก
 - ชื่อผู้เขียน (ทุกคน)
 - ชื่อผู้เขียน ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ขนาด 14 point, กำหนดตรงกลาง, ตัวธรรมดา
 - ชื่อหน่วยงานของผู้เขียน ภาษาไทย ขนาด 14 point, กำหนดตรงกลาง, ตัวธรรมดา
 - อีเมลสำหรับผู้ประพันธ์บรรณกิจ ขนาด 14 point, กำหนดตรงกลาง, ตัวธรรมดา

- บทคัดย่อ
 - ชื่อ บทคัดย่อ และ ABSTRACT ขนาด 16 point, กำหนดขีดซ้าย, ตัวหนา
 - ข้อความบทคัดย่อภาษาไทย ขนาด 16 point, กำหนดขีดขอบซ้ายและขวา (Thai Distributed), ตัวธรรมดา ไม่พิมพ์แยกคำ การเว้นวรรคให้เว้นระยะ 1 ตัวอักษร
 - ข้อความบทคัดย่อภาษาอังกฤษ ขนาด 16 point, กำหนดขีดขอบซ้ายและขวา (Thai Distributed), ตัวธรรมดา ไม่พิมพ์แยกคำ การเว้นวรรคให้เว้นระยะ 1 ตัวอักษร
 - ข้อความบทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ไม่เกิน 350 คำ
 - ย่อหน้าแรกให้เว้นระยะ 1.5 เซนติเมตร
 - คำสำคัญ
 - ให้พิมพ์ “คำสำคัญ” ต่อจากส่วนของบทคัดย่อ ขนาด 16 point, กำหนดขีดซ้าย, ตัวหนา ส่วนข้อความของคำสำคัญ ขนาด 16 point, ตัวธรรมดา ระหว่างคำให้คั่นด้วยเครื่องหมายจุลภาค “ , ”
 - Keywords
 - ให้พิมพ์ “Keywords” ต่อจากส่วนของบทคัดย่อ และ Abstract ขนาด 16 point, กำหนดขีดซ้าย, ตัวหนา ส่วนข้อความของคำสำคัญ ขนาด 16 point, ตัวธรรมดา อักษรตัวแรกเป็นตัวพิมพ์ใหญ่ ระหว่างคำให้คั่นด้วยเครื่องหมายจุลภาค “ , ”
 - รายละเอียดบทความ
 - หัวข้อใหญ่ (ไม่มีลำดับเลข) ขนาด 16 point, กำหนดขีดซ้าย, ตัวหนา
 - หัวข้อรอง ขนาด 16 point, กำหนดขีดซ้าย, ตัวหนา
 - เนื้อเรื่อง ขนาด 16 point, กำหนดขีดขอบซ้ายและขวา (Thai Distributed), ตัวธรรมดา ไม่พิมพ์แยกคำ การเว้นวรรคให้เว้นระยะ 1 ตัวอักษร
 - ย่อหน้าแรกให้เว้นระยะ 1.5 เซนติเมตร หากมีย่อหน้าที่ย่อยลงไปอีก ให้เว้นระยะเพิ่มออกไปอีก 0.5 เซนติเมตรไปเรื่อย ๆ และเพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการพิมพ์ให้ดำเนินการจัดระบบการพิมพ์
4. การเขียนตาราง ให้วางตารางใกล้ตำแหน่งที่อ้างถึงในเนื้อหา โดยลำดับเลขของตาราง (ตัวหนา) และชื่อตาราง (ตัวธรรมดา) ไว้เหนือตารางและขีดซ้าย เช่น ตารางที่ 1 และระบุแหล่งที่มา: ไว้ใต้ตาราง
5. ภาพประกอบ ให้วางภาพประกอบใกล้ตำแหน่งที่อ้างถึงในเนื้อหา โดยลำดับเลขของภาพ (ตัวหนา) และพิมพ์ชื่อภาพ (ตัวธรรมดา) เช่น ภาพที่ 1 ... ไว้ใต้ภาพและตรงกลาง 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, 7th edition

1.2 จำนวนบทความที่นำมาอ้างอิงต้องไม่เกิน 20 บทความ แต่ละบทความไม่ควรมีอายุเกิน 5 ปี (แต่หากเป็นบทความที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีซึ่งมีอายุมากกว่า 10 ปี อนุโลมให้นำมาใช้อ้างอิงได้)

2. วิธีการอ้างอิงในเนื้อหา (In-text Citation) และอ้างอิงท้ายเล่ม (Bibliography) โดยกำหนดและตัวอย่างดังนี้

ผู้เขียน/องค์กร/ แหล่ง/ประเภท	อ้างอิงท้ายเล่ม (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหน้าข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหลังข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)
1 คน	ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. (2564). อิทธิพลของการสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ และทัศนคติต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย. <i>วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์</i>, 5(1), 1-10. Eriksen, A. L. (2023). Enhancing mathematical reasoning in primary school with the strategic board game Othello. <i>European Conference on Games Based Learning</i>, 17(1), Article 1524. https://doi.org/10.34190/ecgbl.17.1.1524	ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2564) Eriksen (2023)	(ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์, 2564) (Eriksen, 2023)
2 คน	ฐิตารีย์ ศิริมงคล และ ณิชมนันท์ นิติวัดนะ. (2566). การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการบอกปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ของร้านกาแฟท้องถิ่น. <i>BU Academic Review</i>, 22(2), 95-116. Krejcie, R. V., and Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. <i>Educational and Psychological Measurement</i>, 30(3), 607-610. https://doi.org/10.1177/001316447003000308	ฐิตารีย์ ศิริมงคล และ ณิชมนันท์ นิติวัดนะ (2566) Krejcie and Morgan (1970)	(ฐิตารีย์ ศิริมงคล และ ณิชมนันท์ นิติวัดนะ, 2566) (Krejcie and Morgan, 1970)

ผู้เขียน/องค์กร/ แหล่ง/ประเภท	อ้างอิงท้ายเล่ม (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหน้าข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหลังข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)
3 คน ขึ้นไป	ชนกันันท์ ช่วยประครอง และคณะ. (2565). การพัฒนาทักษะในการแก้ปัญหาโดยใช้เกมเป็นฐาน เรื่องนโยบายการเงินและการคลังของระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนดงตาลวิทยา. วารสารการบริหารจัดการและนวัตกรรมท้องถิ่น, 4(6), 155-167. Raskurazhev, A. A., et al. (2020). Non-pharmacological Prevention and correction of cognitive disorders. <i>Annals of Clinical and Experimental Neurology</i> , 14(3), Article 8. https://doi.org/10.25692/ACEN.2020.3.8	ชนกันันท์ ช่วยประครอง และคณะ (2565) Raskurazhev et al. (2020)	(ชนกันันท์ ช่วยประครอง และคณะ, 2565) (Raskurazhev et al., 2020)
สถาบัน หรือ องค์กร - อ้างอิงครั้งที่ 1 (มีตัวย่อ) ใช้ตัวเต็มและตัวย่อ	สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2566). รายงานผลการประเมินการเรียนรู้ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ปีการศึกษา 2565. กรุงเทพมหานคร: สสวท. World Intellectual Property Organization. (2014). <i>World intellectual property indicators 2014</i> . Geneva, Switzerland: WIPO. https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/intproperty/941/wipo_pub_941_2014.pdf	สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (สสวท, 2566) World Intellectual Property Association (WIPO, 2014)	(สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี [สสวท], 2566) (World Intellectual Property Association [WIPO], 2014)

ผู้เขียน/องค์กร/ แหล่ง/ประเภท	อ้างอิงท้ายเล่ม (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหน้าข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหลังข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)
- อ้างอิงครั้งที่ 2 (มีตัวย่อ) ใช้ตัวย่อ		สสวท (2566) WIPO (2023)	(สสวท, 2566) (WIPO, 2023)
- อ้างอิงครั้งที่ 1 และ 2 (ไม่มีตัวย่อ)	กองทุนการเงินระหว่างประเทศ. (2566). รายงานเสถียรภาพทางการเงิน โลก: ความเสี่ยงความเปราะบาง และการฟื้นตัว. กองทุนการเงิน ระหว่างประเทศ. World Bank. (2022). <i>World development report 2022: Finance For an equitable recovery</i> . World Bank. https://www.worldbank.org/en/publication/wdr2022	กองทุนการเงินระหว่าง ประเทศ (2566) World Bank (2022)	(กองทุนการเงินระหว่าง ประเทศ, 2566) (World Bank, 2022)
2 แหล่งขึ้นไป	สมชาย วัฒนกิจ. (2564). การพัฒนาแนวคิดผู้ประกอบการในศตวรรษที่ 21. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. สุชาติ พงศ์เกษม. (2565). การเรียนรู้เชิงรุกเพื่อสร้างนวัตกรรม. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. วรรณถ ศิริวัฒน์. (2563). การวิเคราะห์ทักษะผู้ประกอบการยุคดิจิทัล. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.	สุชาติ พงศ์เกษม (2565), สมชาย วัฒนกิจ (2564) และวรรณถ ศิริวัฒน์ (2563)	(สุชาติ พงศ์เกษม, 2565; สมชาย วัฒนกิจ, 2564; วรรณถ ศิริวัฒน์, 2563)

ผู้เขียน/องค์กร/ แหล่ง/ประเภท	อ้างอิงท้ายเล่ม (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหน้าข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหลังข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)
	Jones, A. M. (2019). <i>Entrepreneurial mindset in the digital era</i>. Oxford University Press. Miller, L. B. (2018). <i>Active learning strategies for innovation</i>. Harvard Business Review Press. Smith, J. K. (2020). <i>21st century entrepreneurship</i>. Routledge.	Smith (2020), Jones (2019), Miller (2018)	(Smith, 2020; Jones, 2019; Miller, 2018)
กรณีไม่มีปีที่พิมพ์	กิตติพงษ์ สุวรรณราช. (ม.ป.ป.). <i>การบริหารองค์กรยุคใหม่</i>. วิชาการ. Johnson, M. A. (n.d.). <i>Managing workplace conflict</i>. Conflict Press.	กิตติพงษ์ สุวรรณราช (ม.ป.ป.) Johnson (n.d.)	(กิตติพงษ์ สุวรรณราช, ม.ป.ป.) (Johnson, n.d.)
ข้อมูลระดับทุติยภูมิ	ธีรยุทธ บุญมี. (2561). <i>การเปลี่ยนผ่านของสังคมไทยสู่อนาคต</i>. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. Brookhart, S. M. (2017). <i>How to give effective feedback to your Students</i> (2nd ed.). ASCD.	สมพงษ์ จิตระดับ (อ้างใน ธีรยุทธ บุญมี, 2561) Dewey (as cited in Susan M. Brookhart, 2017)	(สมพงษ์ จิตระดับ อ้างใน ธีรยุทธ บุญมี, 2561) (Dewey, as cited in Brookhart, 2017).

ผู้เขียน/องค์กร/ แหล่ง/ประเภท	อ้างอิงท้ายเล่ม (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหน้าข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหลังข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)
- บทสัมภาษณ์ ไม่เผยแพร่สาธารณะ	ไม่อ้างอิง ไม่อ้างอิง	ดร.สุชาติ เรืองฤทธิ์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 มกราคม 2566) Dr. Susan Green (personal communication, March 10, 2023)	(ดร.สุชาติ เรืองฤทธิ์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 มกราคม 2566) (Dr. Susan Green, personal communication, March 10, 2023)
- บทสัมภาษณ์เผยแพร่ ในโทรทัศน์หรือ เว็บไซต์หรือบทความ	ชื่อ✓นามสกุล✓(วัน✓เดือน✓ปีที่สัมภาษณ์)✓สัมภาษณ์โดย ✓✓✓✓✓ ชื่อผู้สัมภาษณ์.ชื่อแหล่งที่เผยแพร่✓URL (ถ้ามี) สุชาติ สุภาพ. (12 มิถุนายน 2565). สัมภาษณ์โดย กานต์รวี สัจจา. มติชนสุดสัปดาห์. https://www.matichonweekly.com Porter, M. (2021, March 15). Interview by Sarah Lee. <i>Harvard Business Review</i> . https://hbr.org	ศ.ดร.สุชาติ สุภาพ (2565) Prof. Michael Porter (2021)	(สุชาติ สุภาพ, 2565) (Porter, 2021)

ผู้เขียน/องค์กร/ แหล่ง/ประเภท	อ้างอิงท้ายเล่ม (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหน้าข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหลังข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)
ราชกิจจานุเบกษา	ชื่อกฎหมาย.✓(วัน✓เดือน✓ปี).✓ราชกิจจานุเบกษา✓เล่มที่✓ตอนที่ ✓✓✓✓✓ หน้า-หน้า.✓URL (ถ้ามี) พระราชบัญญัติการอุดมศึกษา พ.ศ. 2562. (4 พฤษภาคม 2562). ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 136 ตอนที่ 40 ก. หน้า 1-34. https://ratchakitcha.soc.go.th	พระราชบัญญัติ การอุดมศึกษา พ.ศ. 2562 (2562)	(พระราชบัญญัติ การอุดมศึกษา พ.ศ. 2562, 2562)
หนังสือแปล	ชื่อ✓นามสกุลผู้แต่ง.✓(ปีที่พิมพ์).✓ชื่อเรื่องหนังสือภาษาต้นฉบับ ✓✓✓✓✓ [ชื่อหนังสือภาษาไทย] ✓(พิมพ์ครั้งที่).✓สำนักพิมพ์. อัลเฟรด อาดเลอร์. (2564). <i>Understanding Human Nature</i> [การเข้าใจชีวิต]. โพสต์บุ๊กส์.	อัลเฟรด อาดเลอร์ (2564).	(อัลเฟรด อาดเลอร์, 2564)
หนังสือ	ชื่อ✓นามสกุลผู้แต่ง.✓(ปีที่พิมพ์).✓ชื่อเรื่อง✓(ครั้งที่พิมพ์).✓สำนักพิมพ์. สมชาย จงจิต. (2563). <i>การบริหารจัดการองค์กร</i> . วิชาการ. Smith, J. A. (2020). <i>Organizational management</i> . Academic Press.	สมชาย จงจิต (2563) Smith (2020)	(สมชาย จงจิต, 2563) (Smith, 2020)

ผู้เขียน/องค์กร/ แหล่ง/ประเภท	อ้างอิงท้ายเล่ม (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหน้าข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหลังข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)
หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book)	ชื่อ✓นามสกุลผู้แต่ง.✓(ปีที่พิมพ์). ✓ชื่อหนังสือ.✓(ครั้งที่พิมพ์).✓URL องอาจ มหานิยม. (2550). <i>ประวัติศาสตร์ไทยโดยสังเขป</i> . http://www.museum-press.com O’Keefe, E. (n.d.). <i>Egoism & the crisis in Western values</i> . http://www.onlineoriginals.com/showitem.asp	องอาจ มหานิยม (2550) O’Keefe (n.d.)	(องอาจ มหานิยม, 2550) (O’Keefe, n.d.)
บทความวารสาร (ฉบับพิมพ์) (Journal Article)	ชื่อ✓นามสกุล.✓ (ปีที่พิมพ์). ✓ชื่อบทความ.✓ชื่อวารสาร, ✓ปีที่(ฉบับที่), ✓////หน้า-หน้า. ศุภิกา ประเสริฐพร และคณะ. (2567). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จ ในการประกอบการธุรกิจจำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับในเขต อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. <i>วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ</i> , 14(4), 149-157. Reynolds, L. M., and Carter, J. P. (2023). Rethinking employee engagement in hybrid work environments. <i>Journal of Business and Management</i> , 29(1), 45–59.	ศุภิกา ประเสริฐพร และ คณะ (2567) Reynolds and Carter (2023)	(ศุภิกา ประเสริฐพร และ คณะ, 2567) (Reynolds and Carter, 2023)

ผู้เขียน/องค์กร/ แหล่ง/ประเภท	อ้างอิงท้ายเล่ม (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหน้าข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหลังข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)
บทความวารสาร อิเล็กทรอนิกส์ (มี DOI)	ชื่อ✓นามสกุล✓ (ปีที่พิมพ์). ✓ชื่อบทความ.✓ชื่อวารสาร, ✓ปีที่(ฉบับที่), ✓✓✓✓✓ หน้า-หน้า.✓https://doi.org/xxxxx Smith, J. A., and Lee, R. K. (2022). Leadership styles in digital- era organizations. <i>Journal of Organizational Behavior</i> , 43(3), 245–261. https://doi.org/10.1002/job.2567	Smith and Lee (2022)	(Smith and Lee, 2022)
(ไม่มี DOI แต่มี URL)	Lin, H. T. (2023). Sustainable supply chains: A review of recent progress. <i>Global Journal of Logistics and Transport</i> , 11(1), 22–38. https://gjlt.org/articles/2023/supply- chain-review	Lin (2023)	(Lin, 2023)
หนังสือพิมพ์	ชื่อ✓นามสกุล✓(ปี,✓วัน✓เดือนที่เผยแพร่).✓ชื่อบทความ. ✓✓✓✓✓ ชื่อหนังสือพิมพ์,✓หน้า. สมชาย ใจดี. (2566, 10 พฤษภาคม). การเลือกตั้งครั้งใหม่. <i>ไทยรัฐ</i> , น. 5. Brown, A. (2023, May 10). New election underway. <i>The Bangkok Post</i> , p. A3.	สมชาย ใจดี (2566) Brown (2023)	(สมชาย ใจดี, 2566) (Brown, 2023)

ผู้เขียน/องค์กร/ แหล่ง/ประเภท	อ้างอิงท้ายเล่ม (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหน้าข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหลังข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)
หนังสือพิมพ์ออนไลน์	ชื่อ✓นามสกุล.✓(ปี,✓วัน✓เดือนที่เผยแพร่).✓ชื่อบทความ. ✓✓✓✓✓ ชื่อหนังสือพิมพ์.✓URL ไทยรัฐออนไลน์. (2565, 1 มกราคม). เปิดตัวโครงการใหม่ของรัฐบาลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว. ไทยรัฐ. https://www.thairath.co.th/news/politic/1234567 Jones, M. (2023, March 5). Climate crisis intensifies. <i>The Guardian</i>. https://www.theguardian.com/environment/article	ไทยรัฐออนไลน์ (2565) Jones (2023)	(ไทยรัฐออนไลน์, 2565) (Jones, 2023)
วิทยานิพนธ์หรือ สารนิพนธ์หรือ การศึกษาค้นคว้าอิสระ	ชื่อ✓นามสกุล.✓(ปีที่เผยแพร่).✓ชื่อวิทยานิพนธ์✓[ระดับวิทยานิพนธ์ ✓✓✓✓✓ ปริญา]. ชื่อมหาวิทยาลัย.✓URL(ถ้ามี) สมศรี แสนสุข. (2561). การศึกษาผลกระทบของเทคโนโลยีสารสนเทศต่อการเรียนรู้ของนักเรียนมัธยมศึกษา [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. สุภาพร แสงจันทร์. (2564). รูปแบบภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษา กับความผูกพันต่อองค์กรของครูในโรงเรียนเอกชน จังหวัดนนทบุรี [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. http://repository.swu.ac.th/jspui/handle/123456789/12345	สมศรี แสนสุข (2561) สุภาพร แสงจันทร์ (2564)	(สมศรี แสนสุข, 2561) (สุภาพร แสงจันทร์, 2564)

ผู้เขียน/องค์กร/ แหล่ง/ประเภท	อ้างอิงท้ายเล่ม (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหน้าข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหลังข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)
รายงานการประชุม หรือการสัมมนา หรืออภิปราย	หน่วยงานที่จัด.✓(ปีที่พิมพ์).✓ชื่อรายงานการสัมมนา/อภิปราย/ ✓✓✓✓✓ การประชุม✓(วัน✓เดือน✓ปีที่จัด).✓สถานที่จัด.✓URL (ถ้ามี) สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2565). รายงานการสัมมนาวิชาการ เรื่อง “ทิศทางการศึกษาไทยในอนาคต” (5 พฤษภาคม 2565). โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชัน กรุงเทพฯ. https://www.onec.go.th/event/report2022.pdf United Nations. (2021). <i>Report of the Climate Action Summit 2021</i> (September 21–23, 2021). New York, NY. United Nations. https://www.un.org/en/climate- summit-2021/report.pdf	สำนักงานเลขาธิการสภา การศึกษา (2565) United Nations (2021)	(สำนักงานเลขาธิการสภา การศึกษา, 2565) (United Nations, 2021)
แผ่นพับ (Pamphlet)	ชื่อหน่วยงานที่จัดทำ.✓(ปีที่พิมพ์).✓ชื่อแผ่นพับ✓[แผ่นพับ]. ✓✓✓✓✓ สำนักพิมพ์. กรมอนามัย. (2564). <i>การล้างมืออย่างถูกวิธี</i> [แผ่นพับ]. กระทรวง สาธารณสุข. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2565). <i>กินผักผลไม้ ลดโรค</i> [แผ่นพับ]. https://resource.thaihealth.or.th/sites/default/ files/fruit_leaflet.pdf	กรมอนามัย (2564) สำนักงานกองทุนสนับสนุน การสร้างเสริมสุขภาพ (2565)	(กรมอนามัย, 2564) (สำนักงานกองทุน สนับสนุนการสร้างเสริม สุขภาพ, 2565)

ผู้เขียน/องค์กร/ แหล่ง/ประเภท	อ้างอิงท้ายเล่ม (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหน้าข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหลังข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)
จุลสาร (Newsletter)	ชื่อหน่วยงานที่จัดทำ.✓(ปีที่พิมพ์).✓ชื่อจุลสาร✓(ปีที่,✓ฉบับที่,✓เดือน), ✓✓✓✓✓ หน่วยงานที่จัดพิมพ์. กรมควบคุมโรค. (2566). จุลสารสุขภาพดี, (ปีที่ 15, ฉบับที่ 2, เมษายน– มิถุนายน). กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. (2565). จุลสารวัฒนธรรมไทย (ฉบับที่ 3, กรกฎาคม–กันยายน). https://www.culture.go.th/sites/default/files/newsletter3_2565.pdf	กรมควบคุมโรค (2566) กรมส่งเสริมวัฒนธรรม (2565)	(กรมควบคุมโรค, 2566) (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม, 2565)
รายงานการวิจัย	ชื่อ✓นามสกุลผู้แต่ง.✓(ปีที่พิมพ์).✓ชื่อรายงานการวิจัย✓(เลขที่รายงาน). ✓✓✓✓✓ หน่วยงาน. วิชัย รัตนเศรษฐ. (2565). การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริม การเรียนรู้สำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย (รายงานวิจัย เลขที่ วช.65/2565). สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.).	วิชัย รัตนเศรษฐ (2565)	(วิชัย รัตนเศรษฐ, 2565)

ผู้เขียน/องค์กร/ แหล่ง/ประเภท	อ้างอิงท้ายเล่ม (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหน้าข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหลังข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)
บทความหรือบทหนึ่งในหนังสือการประชุม (Conference Proceeding Chapter)	ชื่อ✓นามสกุล✓(ปี พ.ศ.).✓ชื่อบทความ✓ใน✓ชื่อบรรณาธิการ✓(บ.ก.), ✓✓✓✓✓ ชื่อหนังสือการประชุม✓(หน้า xx-xx).✓สำนักพิมพ์✓URL(ถ้ามี) ดารีกาญจน์ วิชาเดช และวัชรโรบล โกศลวิทยานันต์. (2566). แรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว วัดพระมหาธาตุ ถ้ำนาค อำเภอมะนัง จังหวัดยะลา. ใน กนกกร บุญมี (บ.ก.), การประชุมวิชาการและการนำเสนอ ผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 10 และระดับนานาชาติ ครั้งที่ 8: การพัฒนางานวิจัยและนวัตกรรมเพื่อพัฒนาชุมชนที่ยั่งยืน (หน้า 886–896). มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. https://idcneu.com/neunic2023/file_article/be/neunic2023-be-06.pdf	ดารีกาญจน์ วิชาเดช และ วัชรโรบล โกศลวิทยานันต์ (2566)	(ดารีกาญจน์ วิชาเดช และ วัชรโรบล โกศลวิทยานันต์, 2566)

ผู้เขียน/องค์กร/ แหล่ง/ประเภท	อ้างอิงท้ายเล่ม (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหน้าข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหลังข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)
เอกสารนำเสนอ ในที่ประชุม (Presentation Slides)	ชื่อ✓นามสกุลผู้แต่ง.✓(ปีที่นำเสนอ,✓วัน✓เดือน).✓ชื่อเรื่องสไลด์หรือ ✓✓✓✓ เอกสารนำเสนอ✓[สไลด์นำเสนอหรือเอกสารนำเสนอ].✓ชื่อการ ✓✓✓✓ ประชุม.✓URL(ถ้ามี) ชาญชัย สมบุญ. (2565, 20 มิถุนายน). การตลาดยุค AI [สไลด์นำเสนอ]. การประชุมการตลาดแห่งชาติ. https://www.marketingconf.ai/slide123 Chanachai, S. (2022, June 20). AI-era marketing [PowerPoint slides]. National Marketing Conference. https://www.marketingconf.ai/slide123	ชาญชัย สมบุญ (2565) Chanachai (2022)	(ชาญชัย สมบุญ, 2565) (Chanachai, 2022)
โปสเตอร์นำเสนอ ในที่ประชุม (Conference Poster)	ชื่อ✓นามสกุลผู้แต่ง.✓(ปีที่นำเสนอ,✓วัน✓เดือน).✓ชื่อโปสเตอร์ ✓✓✓✓ [โปสเตอร์นำเสนอในที่ประชุม].✓ชื่อการประชุม,✓สถานที่. ✓✓✓✓ URL(ถ้ามี) ณัฐวดี ศรีประเสริฐ. (2567, 5 กรกฎาคม). แนวทางการพัฒนาสื่อดิจิทัล เพื่อส่งเสริมการอ่านในเด็กปฐมวัย [โปสเตอร์นำเสนอใน การประชุม]. การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการศึกษา ครั้งที่ 10, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.	ณัฐวดี ศรีประเสริฐ (2567)	(ณัฐวดี ศรีประเสริฐ, 2567)

ผู้เขียน/องค์กร/ แหล่ง/ประเภท	อ้างอิงท้ายเล่ม (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหน้าข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหลังข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)
	Tanaka, M. (2024, August 12). <i>Strategies for Developing Critical Thinking Skills in First-year College Students</i> [Poster Presentation]. The 10th International Conference on Education Innovation, Kyoto University, Japan. สุรรัตน์ จันทนา. (2566, 15 สิงหาคม). <i>การพัฒนาความสามารถในการคิดแก้ปัญหาโดยใช้เกมดิจิทัล</i> [โปสเตอร์นำเสนอในการประชุมออนไลน์]. การประชุมวิชาการระดับชาติด้านนวัตกรรมการศึกษา ครั้งที่ 3, จัดผ่านระบบออนไลน์. https://conference.edu/poster/sureerat2023	Tanaka (2024) สุรรัตน์ จันทนา (2566)	(Tanaka, 2024) (สุรรัตน์ จันทนา, 2566)
เอกสารประกอบการสอน	ชื่อ✓นามสกุล.✓(ปีที่พิมพ์).✓ชื่อเอกสารประกอบการสอน✓(เอกสาร✓✓✓✓✓ประกอบการสอน).✓คณะ✓มหาวิทยาลัย. ศิริพัฒน์ ศรีจันทร์. (2567). <i>การเป็นผู้ประกอบการ</i> (เอกสารประกอบการสอน). คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.	ศิริพัฒน์ ศรีจันทร์ (2567)	(ศิริพัฒน์ ศรีจันทร์, 2567)

ผู้เขียน/องค์กร/ แหล่ง/ประเภท	อ้างอิงท้ายเล่ม (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหน้าข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหลังข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)
วิกิพีเดีย (Wikipedia)	ชื่อบทความ.✓(ปีที่พิมพ์,✓วัน✓เดือน).✓ใน✓วิกิพีเดีย.✓URL วิกิพีเดีย. (2567, 20 พฤษภาคม). <i>ปัญญาประดิษฐ์</i> . ใน วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. https://th.wikipedia.org/wiki/ปัญญา ประดิษฐ์ Wikipedia contributors. (2024, May 20). <i>Artificial Intelligence</i> . In Wikipedia, The Free Encyclopedia. https://en.wikipedia.org/wiki/Artificial_intelligence	วิกิพีเดีย (2567) Wikipedia contributors (2024)	(วิกิพีเดีย, 2567) (Wikipedia contributors, 2024)
เอกสารจากเว็บไซต์ (Webpage)	ชื่อ✓นามสกุลผู้แต่ง.✓(ปีที่แต่ง).✓ชื่อเรื่อง.✓URL กฤษฎ์ กาญจนบัตร. (2549). <i>คุณสมบัติแฟรนไชส์ซี</i> . https://www.dbd.go.th/download/consumer3.pdf . สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). <i>รายงานสถิติจังหวัด</i> . https://www.nso.go.th/sites/2014/Pages/report/ statistics.aspx	กฤษฎ์ กาญจนบัตร (2549) สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2564).	(กฤษฎ์ กาญจนบัตร, 2549) (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564)
Social Media Twitter ตัวอักษร	ชื่อผู้ใช้.✓[@ชื่อบัญชี].✓(ปีที่โพสต์,✓วัน✓เดือน).✓ข้อความบางส่วนของ ✓✓✓✓ โพสต์✓[โพสต์ Tweet].✓Twitter.✓URL ThaiHealth. [@ThaiHealth]. (2565, 5 มกราคม). <i>การออกกำลังกาย เป็นประจำช่วยเสริมสร้างสุขภาพที่ดี</i> [ทวีต]. Twitter. https://twitter.com/ThaiHealth/status/123456789	ThaiHealth (2565)	(ThaiHealth, 2565)

ผู้เขียน/องค์กร/ แหล่ง/ประเภท	อ้างอิงท้ายเล่ม (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหน้าข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหลังข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)
Social Media Facebook Post	ชื่อผู้โพสต์.✓(ปีที่โพสต์,✓วัน✓เดือน).✓ข้อความโพสต์✓[โพสต์ ✓✓✓✓ Facebook].✓Facebook.✓URL สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2565, 5 มกราคม). การออกกำลังกายเป็นประจำช่วยเสริมสร้างสุขภาพที่ดี [โพสต์ Facebook]. Facebook. https://www.facebook.com/ ThaiHealth/posts/123456789	สำนักงานกองทุนสนับสนุน การสร้างเสริมสุขภาพ (2565)	(สำนักงานกองทุน สนับสนุนการสร้างเสริม สุขภาพ, 2565)
Social Media Instagram	ชื่อผู้ใช้.✓[@ชื่อบัญชี].✓(ปีที่โพสต์,✓วัน✓เดือน).✓ข้อความบางส่วนของ ✓✓✓✓ โพสต์✓[โพสต์ Instagram].✓Instagram.✓URL ThaiHealth. [@ThaiHealth]. (2565, 5 มกราคม). การออกกำลังกาย เป็นประจำช่วยเสริมสร้างสุขภาพที่ดี [ภาพถ่าย]. Instagram. https://www.instagram.com/p/ABC123DEF/	ThaiHealth (2565)	(ThaiHealth, 2565)

ผู้เขียน/องค์กร/ แหล่ง/ประเภท	อ้างอิงท้ายเล่ม (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหน้าข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหลังข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)
Social Media YouTube หรือ Streaming Video	ชื่อผู้ใช้หรือชื่อช่อง.✓(ปีที่เผยแพร่,✓วัน✓เดือน).✓ชื่อวิดีโอ✓[วิดีโอ]. ✓✓✓✓✓ YouTube.✓URL ThaiHealth. (2564, 10 ธันวาคม). การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพที่ดี [วิดีโอ]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=ABC123DEF	ThaiHealth (2564)	(ThaiHealth, 2564)

หมายเหตุ: -การพิมพ์เอกสารอ้างอิง บรรทัดแรกของแต่ละรายการให้พิมพ์ชิดขอบซ้ายมือ บรรทัดต่อไปพิมพ์เยื้องเข้าไปประมาณ 7 เคาะ

-ผู้เขียนเป็นนิติบุคคล ได้แก่ หน่วยงาน องค์กร บริษัท และเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดพิมพ์ให้ใส่ชื่อย่อหรือข้อความสั้น ๆ ของสำนักพิมพ์ เนื่องจากเขียนชื่อเต็มไว้ในส่วนของผู้เขียนแล้ว เช่น มหาวิทยาลัย กรม สถาบัน โรงพยาบาล WHO The Association The Council The University The Foundation เป็นต้น

-หลังเครื่องหมายมหัพภาค (.) จุลภาค (,) และทวิภาค (:) ให้เว้น 1 ตัวอักษร

-การใช้ตัวเอียง ได้แก่ ชื่อนหนังสือ ชื่อบทหนึ่งในหนังสือ ชื่อวารสาร ปีที่ของวารสาร ชื่อการประชุม ชื่อแผ่นพับ ชื่อวิทยานิพนธ์ ชื่อรายงานการวิจัย ชื่อเอกสารเว็บไซต์

Download รายละเอียดการเตรียมบทความเพื่อส่งตีพิมพ์ ได้ที่นี่

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



มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
NORTHEASTERN UNIVERSITY

NEU
KHON KAEN

วารสารวิชาการและวิจัย

มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

NEUARJ

NEU ACADEMIC AND
RESEARCH JOURNAL

ปีที่ 15
ฉบับที่ 3

199/19 ถ.มิตรภาพ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40000