



มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
NORTHEASTERN UNIVERSITY

NEU
KHON KAEN

NEUARJ

NEU ACADEMIC AND
RESEARCH JOURNAL

ปีที่ 15
ฉบับที่ 4

วารสารวิชาการและวิจัย

มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตุลาคม - ธันวาคม 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 4 ตุลาคม – ธันวาคม 2568 นี้ ซึ่งศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย TCI จัดคุณภาพให้เป็นวารสารกลุ่มที่ 2 กองบรรณาธิการมีความมุ่งมั่นคัดสรรผลงานทางวิชาการที่เปี่ยมไปด้วยคุณภาพในด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ เพื่อเป็นการเผยแพร่องค์ความรู้ให้แก่ผู้อ่าน ทั้งในรูปแบบของบทความวิจัยและบทความทางวิชาการ ในด้านรัฐประศาสนศาสตร์ บริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ มนุษยศาสตร์ นิเทศศาสตร์ นิติศาสตร์ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ศึกษาศาสตร์ และที่เกี่ยวข้องกับด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

สำหรับวารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ฉบับนี้ นำเสนอผลงานที่ผ่านการประเมินคุณภาพอย่างเป็นระบบจากผู้ทรงคุณวุฒิทางวิชาการที่เชี่ยวชาญในแต่ละสาขา รวมทั้งหมด 23 เรื่อง เป็นบทความวิจัย จำนวน 22 เรื่อง และบทความวิชาการ จำนวน 1 เรื่อง การนำเสนอบทความจากผลงานวิจัยที่มีคุณภาพ เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ทางวิชาการที่เป็นประโยชน์แก่สาธารณะนั้น ทุกบทความที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารจึงต้องผ่านกระบวนการทั้งในส่วนของการกลั่นกรองบทความของวารสารและผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ จำนวน 3 ท่าน ที่ทางกองบรรณาธิการได้กำหนดเป็นกรอบที่จะรับบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ โดยกองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าบทความที่นำเสนอในวารสารนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านทั้งในแง่ของการนำไปประยุกต์ใช้เพื่อการพัฒนาองค์กรหรือท้องถิ่น หรือการวิจัยต่อยอด ดังนั้น จึงขอเชิญชวนนักวิชาการ นักวิจัยจากทุกสถาบัน ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศเสนอผลงานทางวิชาการของท่าน ทั้งที่เป็นบทความวิจัยหรือบทความวิชาการในด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ เพื่อเผยแพร่เป็นคุณค่าแก่สังคมต่อไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกอร บุญมี
บรรณาธิการ

สารบัญ

บทความวิจัย

Digital Transformation of Sports Testing: A Tablet-Based Assessment Platform.... for Young Tennis Players	1

Tronggun Musikaphan Thanarat Promthong Thanakorn Srichaphan and
Daranee Hormdee

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในธุรกิจบริการด้านกฎหมาย กรณีศึกษา: สำนักงานทนายความในพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น	14

Factors Affecting User Satisfaction in the Legal Service Business. Case Study:
Attorney's Office in the Area of Khon Kaen Municipality, Mueang District,
Khon Kaen Province

สุวนันท์ ฐานเจริญ
Suwanan Thancharoen

สมรรถนะการขนส่งสินค้าและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อสมรรถนะโลจิสติกส์..... ของผู้ให้บริการขนส่งทางถนนในประเทศไทย	26

Transportation Performance and Service Quality Affecting Logistics
Performance of Thailand Road Transportation Service Providers

พิมพ์พา ลาวัน ปรีชา วรารัตน์ไชย จันทิมา มณีนาคา
ภคพร ผงทอง และ ชัยพิสิทธิ์ ทิวสร้อย
Pimpa Lawan Preecha Wararatchai Jantima Maneenakha
Pakaporn Phongthong and Chaipisit Tewsoiy

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจนเนอเรชั่นซี..... ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น	41

Exploratory Factor Analysis of Work Motivation in Generation Z Employees in
Muang District, Khon Kaen Province

ธนา มังคละสินธุ์ อภิชาติ เชื้อเมืองพาน และ ประสงค์ ตั้งศิริวัฒนา
Thana Mangkhalasinthu Apichart Chuemuangphan and Prasong Tangsiriwattana

สารบัญ (ต่อ)

ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากับการบริหารงาน.....	56
ตามมาตรฐานการอาชีวศึกษา สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี	
The Relationship Between Digital Leadership of School Administrators and Vocational Education Administration Standards in Kanchanaburi	
นิทัศน์ บุญมา และ มิตรภาณี พุ่มกล่อม	
Nithad Boonma and Mitparnee Pumklom	
ความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา อำเภอทองผาภูมิ....	70
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา กาญจนบุรี เขต 3	
Teachers' Satisfaction with The Academic Administration of School Administrators in Thong Pha Phum District Under Kanchanaburi Primary Educational Service Area Office 3	
ณัฐชา คำคงอยู่ และ นิวัตต์ น้อยมณี	
Natcha Khumkongyoo and Nivat Noymanee	
การศึกษาองค์ประกอบสมรรถนะครูพลศึกษา.....	82
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ	
A Study of Components of Physical Education Teacher Competency Under Secondary Educational Service Area Office, Bueng Kan	
สพล สุภรณ์ วาโร เฟ่งสวัสดิ์ และ นวพร วรรณทอง	
Sapol Suporn Waro Phengsawat and Nawaphorn Wannathong	
การพัฒนาระบบบริหารคลังข้อสอบเพื่อการวัดและประเมินผล “RVC-TBank”	94
สำหรับเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการสถานศึกษา กรณีศึกษา วิทยาลัยอาชีวศึกษาร้อยเอ็ด	
The Development of 'RVC-TBank': A Test Bank Management System for Measurement and Evaluation to Enhance Educational Administration Efficiency: A Case Study of Roi Et Vocational College	
เชาวฤทธิ์ ลำพาย สุภาดา คำตา และ สุระชัย วิเศษโวหาร	
Chaowarit Lampai Suphada Khamta and Surachai Wisatvohan	

สารบัญ (ต่อ)

คุณลักษณะของร้านค้าที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภคร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม.....	108
เขตอำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น	
The Store Attributes Influencing Consumer Repeat Purchases at Traditional Retail Stores in Ban Haet District, Khon Kaen Province	
นุชนารถ สมนึก และ ฐิตารีย์ ศิริมงคล	
Nuchanart Somnuek and Thitaree Sirimongkol	
รูปแบบการพัฒนาการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ.....	123
แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	
The Development Model for Primary School Administration Toward Becoming Quality Schools in Savannakhe District, Lao People's Democratic Republic	
วันปะเลิด แก้วมะณีไซ ธวัชชัย ไพไธล และ ไชยา ภาวะบุตร	
Vanpaseut Keomanyxay Tawatchai Pailai and Chaiya Pawabutra	
การเสริมสร้างสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูลด้วยการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์.....	138
สำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษา	
Enhancing Data Literacy Competencies through the Application of Artificial Intelligence for Primary School Students	
สิทธิชัย ป้อมทอง อรณิชา ทศตา และ สิตา ทัพมงคล	
Sittichai Pomtong Onnitcha Thossata and Sita Tubmongkhon	
กลยุทธ์ทางการตลาดและปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ.....	153
ของผู้บริโภคในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น	
Marketing Strategies and Psychological Factors Affecting Consumers' Purchasing Decisions for Healthy Food in the Municipality, Mueang District, Khon Kaen Province	
ชมพูนุช จิตสabay และ อุมารวรรณ วาทกิจ	
Chompunuch Chitsabai and Umarwan Watakit	

สารบัญ (ต่อ)

รูปแบบการจัดอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการที่มีประสิทธิภาพ....	168
ของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3	

The Model for Efficient Vocational Education Management
of the Undergraduate Education Level in Technology or Practical Fields
of the Institutes of Vocational Educational: Northeastern Region 3, Thailand

อุดมภูเบศร์ สมบูรณ์เรศ และ อนิรุทธิ์ จันทมูล

Udomphubet Somboonret and Anirut Chantamool

English Oral Communication Needs of Kayaking and Rafting Service Providers.....	183
in Phang Nga Province, Thailand	

Rapassak Hetthong Thithat Munchu Sirilak Aransawai Jidapa Thonkham and
Pharadon Nudet

แนวทางพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล.....	194
สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น	

Guidelines for Developing Innovative Leadership for School Administrators in
Digital Era under the Office Affiliation of Vocational Education,
Khon Kaen Province

ผดุงศักดิ์ ธานี อาทิตย์ ฉัตรชัยพลรัตน์ และ กุหลาบ ปุริสาร

Padungsak Thani Artit Chutchaipolrut and Kularb Purisarn

การสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภค.....	222
ในประเทศไทย	

Marketing Communications Influencing the Purchasing Decisions of
Electric Vehicle Consumers in Thailand

ณัฐพงศ์ มีโพธิ์ และ วสุธิดา นุริตมนต์

Nattapong Meepo and Wasutida Nurittamont

สารบัญ (ต่อ)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชี.....	237
กรณีศึกษา: ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคเหนือตอนล่าง	
Factors Affecting the Performance of Accounting Staff: A Case Study: Small and Medium-sized Enterprises (SMEs) in the Lower Northern Region	
สุกัญญา พงยา และ ภัทรพร พงศาปรมัตต์	
Sukanya Phongya and Pattaraporn Pongsaporamat	
กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกาย.....	249
ในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น	
Marketing Strategies Affecting Customer Loyalty of Fitness Centers in the Municipality, Mueang District, Khon Kaen Province	
อุไรรัตน์ เหลลาแหลม และ อุมารวรรณ วาทกิจ	
Aurairat Laolaem and Umarwan Watakit	
การพัฒนาทักษะความคิดสร้างสรรค์โดยใช้การเรียนรู้รูปแบบชิปปา.....	264
ของนักศึกษาสาขาวิชาการศึกษาศาสนาปฐมวัย	
Development of Creative Thinking Skills through CIPPA Model Learning Management for Early Childhood Education Students	
สุจิตรา ศุภหัตถ์	
Sujittra Supahuttee	
กลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ.....	279
ธุรกิจแคมป์ปิ้งในจังหวัดขอนแก่น	
Content Marketing Strategies via Social Media Affecting the Decision to Use the Camping Business Service in Khon Kaen Province	
กัลยารัตน์ ทรงศิริ และ อุมารวรรณ วาทกิจ	
Kanyarat Songsiri and Umarwan Watakit	

สารบัญ (ต่อ)

การศึกษาคำสแลงภาษาจีนที่ปรากฏบนแอปพลิเคชันเสี่ยวหงซู (小红书).....	292

A Study of Chinese Slang on Xiaohongshu (Rednote)

ชุติกานจน์ ออกกระจ่าง ภูริพันธุ์ โพธิ์ชัยแก้ว และ ชุตินา ศิริลักษณ์

Chutikarn Okkrajang Phuripan Pochaikaew and Chutima Sirilaksana

แนวทางพัฒนาสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล.....	307

สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5

Guidelines for Developing the Competency of School Administrators towards Excellence in the Digital Age Under the Jurisdiction of the Educational Service Area Office Khon Kaen Primary Education Area 5

ณัฐกานต์ จวบสมบัติ อาทิตย์ ฉัตรชัยพลรัตน์ และ กุหลาบ ปุริสาร

Nattakan juabsombut Arthit Chatchaipholrat and Kulap Purisan

บทความวิชาการ

ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการกระทำความผิดฐานพยายามหมิ่นประมาทผู้ตาย.....	209

ตามประมวลกฎหมายอาญา

Legal Issues Regarding the Attempt to Defame a Deceased Person Under the Penal Code

วรรณวรงค์ ศุทธชัย ธรรมศักดิ์ เสนามิตร อัจฉรา เลิศพรประสพโชค และ
เกรียงไกร เจริญธนาวัฒน์

Wanvarang Sudtachai Thammasak Senamitr Achara Lertpronparsopchok and
Kriangkrai Charoenthanawat

คำแนะนำในการเตรียมบทความ.....	321

Digital Transformation of Sports Testing: A Tablet-Based Assessment Platform for Young Tennis Players

Tronggun Musikaphan¹ Thanarat Promthong² Thanakorn Srichaphan³ and Daranee Hormdee^{4*}

^{1,2} Srichaphan Tennis Academy

³ Physical Education, Faculty of Education, Khon Kaen University

⁴ Computer Engineering, Faculty of Engineering, Khon Kaen University

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

Received
August 23, 2025

Revised
October 20, 2025

Accepted
October 21, 2025

ABSTRACT

Background: Accurate and efficient management of testing data is essential in youth tennis training. Traditional paper forms and spreadsheet calculations are still widely used but remain time-consuming, error-prone, and difficult to integrate into systematic monitoring. Although digital tools are increasingly adopted in sports science, limited evidence exists on their operational advantages over manual methods in real coaching environments.

Objectives: This study evaluated three data-management workflows—(1) manual recording with later Excel entry, (2) direct Excel input, and (3) a web-based automatic platform—implemented at the Srichaphan Tennis Academy. The goal was to compare their accuracy, efficiency, error rate, and user satisfaction during physical-skill assessments of young tennis players.

Methods: Twenty players (14 boys, 6 girls; aged 8–12 years) were tested monthly, including before and during a three-month training period (four sessions in total). Three standardized tests were used: zigzag run (agility), push-up test (upper-body endurance), and forehand stroke test (technical skill). Data were entered and analyzed through each workflow by three trained coaches. Efficiency (time per player), transcription errors, and satisfaction (5-point Likert scale) were compared across systems.

Results: The web-based platform demonstrated the highest operational efficiency, reducing data-entry and computation time by 58 % compared with manual + Excel recording and by 37 % compared with Excel-only entry. Error rates decreased from 11.5 % (manual) to 4.3 % (Excel) and 0 % (web-based). Overall user satisfaction averaged 4.7 ± 0.5 , with

the highest ratings for ease of use and error-free reporting. All three coaches confirmed smoother workflow and faster feedback generation with the digital platform.

Conclusion: The results confirm that transitioning from paper-based and semi-manual Excel workflows to a fully web-based system markedly improves accuracy, efficiency, and usability in tennis performance assessment. Rather than altering test content, the digital transformation streamlined data handling and eliminated transcription errors. The findings highlight the practical value of digital platforms for modernizing athlete monitoring and supporting evidence-based coaching in youth sport contexts.

Keywords: Tennis, Digital assessment, Web-based platform, Data management

Introduction

Accurate and efficient assessment is essential for evidence-based coaching and systematic athlete monitoring. In tennis, agility, muscular endurance, and forehand accuracy are recognized as key performance indicators (Fernández-Fernández et al., 2014; Ulbricht et al., 2016). While standardized field tests such as the zigzag run, push-up, and forehand stroke assessments are well established, most academies continue to rely on manual paper recording—a process that is time-consuming, error-prone, and difficult to integrate into long term data systems (Baiget et al., 2015). These limitations hinder timely feedback and reduce the practical value of performance testing in daily coaching. Digital transformation in sports testing has emerged as a solution, replacing paper-based forms with computer and mobile applications that simplify data entry, automate calculations, and improve record management. Prior studies have shown that such systems can reduce transcription errors, save time, and enhance usability in various sport contexts (Martínez-García et al., 2020; Khan et al., 2021). More broadly, systematic reviews have shown that mobile-application use enhances efficiency and engagement in sport and health-related physical-activity monitoring. Pradal-Cano et al. (2020) reported that app-based systems facilitate data accuracy, feedback timeliness, and user adherence, supporting the wider adoption of digital platforms for assessment and performance tracking. In tennis, Zhang et al. (2023) validated the SwingVision application for serve analysis, demonstrating strong accuracy in tracking serve speed and placement. Complementary developments include mobile agility-testing tools for

tennis and badminton that achieved results comparable to motion-capture systems (Chiu, et al. 2020) and sensor-based devices capable of quantifying forehand (and other) stroke load and technical parameters with high reliability (Hadžić et al., 2021). Beyond technical monitoring, mobile and tablet-based applications have been successfully applied to evaluate strength and endurance. Silva et al. (2021) confirmed through a systematic review that app-based performance assessments produce results comparable to laboratory standards. Similarly, Moreno-Azze et al. (2025) validated an iOS application (Fitnessmeter) for change-of-direction measurement, showing high consistency with professional timing-gate systems. Collectively, these studies confirm that digital tools can replace manual data entry and computation in field-based sport testing, offering reliable, time-efficient, and user-friendly alternatives.

The present study builds upon this foundation by examining how the integration of a tablet- and web-based platform at the Srichaphan Tennis Academy improves workflow accuracy, efficiency, and usability compared with manual and Excel-based processes—focusing on operational advantages rather than athletic performance outcomes.

Objectives

1. To develop and implement a tablet- and web-based digital assessment platform at the Srichaphan Tennis Academy featuring a five-page interface for streamlined entry of player information, test results, and automatic data computation.
2. To evaluate young tennis players' physical fitness and technical skills using three standardized assessments: the zigzag run (agility), push-up test (upper-body strength and endurance), and forehand stroke test (technical skill).
3. To compare the operational performance of three data-management workflows—(a) manual recording with subsequent Excel entry, (b) direct Excel input via web-based entry, and (c) the proposed web-based digital platform—in terms of data-entry accuracy, efficiency, and error reduction, based on assessments conducted by the same evaluator.
4. To assess user satisfaction among coaches and evaluators who applied all workflows, determining whether the web-based platform offers a more convenient, reliable, and efficient alternative for recording and analyzing sports-testing data.

Hypothesis

H1: The integration of a web-based digital assessment platform at the Srichaphan Tennis Academy will significantly improve efficiency and reduce human and transcription errors in recording and processing test results compared with manual + Excel and web-based entry+Excel workflows.

H2: There will be no significant difference in players' measured performance values (agility, push-ups, and forehand accuracy) across the three workflows, indicating that the digital system preserves testing validity while improving data-management accuracy.

H3: Coaches and evaluators will report higher levels of satisfaction with the usability, convenience, and reliability of the web-based platform compared with traditional recording methods.

Research Scope

This study was conducted with a clearly defined scope, focusing on 20 young tennis players aged 8–12 years from the Srichaphan Tennis Academy. Player performance was evaluated using three standardized assessments: the zigzag run (agility), the push-up test (upper-body strength and endurance), and the forehand stroke test (technical skill). Data collection and computation were examined across three data-management workflows: (a) manual recording with subsequent Excel entry; (b) direct Excel input via web-based entry; and (3) a web-based automatic platform developed for this study. Each workflow was applied by three trained coaches across four testing sessions—one baseline and three monthly follow-ups during a three-month training period—to ensure consistent evaluation and comparison. The primary emphasis of this research was to analyze the accuracy, efficiency, and error reduction achieved by the web-based digital system relative to manual and Excel workflows. The study therefore focused on the technological and operational aspects of digital transformation in sports assessment, rather than on the effects of training program design or long-term athlete development.

Literature Review

Accurate assessment is fundamental to evidence-based coaching and athlete monitoring. In tennis, agility, muscular endurance, and stroke accuracy are essential for performance (Fernández-Fernández et al., 2014; Ulbricht et al., 2016). Although field tests

such as the zigzag run, push-up, and forehand stroke are widely used, most academies still rely on manual paper forms, which are time-consuming, error-prone, and inefficient for long term data management (Baiget et al., 2015). Digital transformation provides a practical solution. Mobile and web-based systems enable real-time data entry, automatic calculation, and instant feedback. Studies confirm their benefits: Martínez-García et al. (2020) and Khan et al. (2021) reported that digital tools improve accuracy and efficiency, while Zhang et al. (2023) validated the SwingVision app for serve analysis, demonstrating sport-specific feasibility. Likewise, Silva et al. (2021) found that mobile applications for strength assessment achieve reliability comparable to laboratory standards, and Moreno-Azze et al. (2025) confirmed the validity of an iOS agility app equivalent to timing-gate systems. These studies highlight the accuracy and practicality of digital approaches in sport testing. Beyond measurement precision, user experience and workflow design are critical for adoption. Peters et al. (2018) emphasized that intuitive and motivating digital interfaces enhance engagement and satisfaction—principles that underpin the usability evaluation in this study. Building on this evidence, the present work evaluates a web-based platform developed for the Srichaphan Tennis Academy to digitalize the zigzag run, push-up, and forehand-stroke tests for youth players. The study compares three data workflows from manual to semi web-based-application to a fully web-based automation system—to determine which method provides greater accuracy, efficiency, and user satisfaction in real-world sport-assessment practice.

Methodology

This study employed a comparative quasi-experimental design to evaluate three data-management workflows—manual recording with subsequent Excel entry, direct Excel input via web-based entry, and a web-based automatic platform—focusing on differences in accuracy, efficiency, and error reduction during youth tennis performance assessments.

Participants: Twenty players (14 boys, 6 girls; aged 8–12 years) from the Srichaphan Tennis Academy, each with at least six months of training experience, participated in the testing program. Players with injuries or chronic health conditions were excluded. Parental consent and university ethics approval were obtained prior to participation.

Testing Schedule and Training Context: Testing was conducted four times in total—at baseline and at the end of each month during a three-month training period. Regular academy training consisted of three 90-minute sessions per week, including warm-up,

technical drills, and conditioning activities emphasizing agility, push-up endurance, and forehand accuracy.

Performance Assessments: Three standardized field tests were used: Zigzag Run Test (Agility): Six cones were arranged in a zigzag pattern (4 m spacing, 2 m lateral separation). Time was measured to 0.01 s precision using an integrated stopwatch; Push-Up Test (Upper-Body Endurance): Players performed as many correct push-ups as possible in 30 seconds while maintaining straight posture; only properly executed repetitions were counted; and Forehand Stroke Test (Technical Skill): Players hit ten forehand groundstrokes toward marked target zones. Each stroke was scored from 1–5 points based on accuracy, for a maximum total of 50. Figures 1–3 illustrate the testing setup for each assessment.



Figure 1. Set up for zigzag run test



Figure 2. Proper form for push-up test

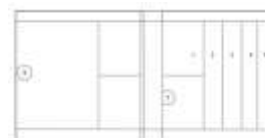


Figure 3. Target zone marked for forehand stroke test.

Workflow Comparison Procedures: Each of the three workflows was performed by three trained coaches during the same test sessions:

1. Manual + Excel: Results were first written on paper forms and later typed into Excel.
2. Web-based Entry + Excel: Results were entered directly into Excel sheets that required manual formulas for total computation.
3. Web-based system: Results were entered once via the developed online platform, which automatically calculated and summarized outputs.

Each coach completed data entry for all 20 players under all three workflows to ensure consistent comparison. The recorded parameters were data-entry time per player (minutes), transcription or calculation errors (%), and overall satisfaction with each method (Likert 1–5).

Reliability Procedures: To ensure reliability, two experienced coaches independently recorded a subset of trials ($n = 5$ players) during each workflow condition. Inter-rater agreement exceeded 95%. Any discrepancies were reviewed to standardize scoring and data-entry procedures.

Data Collection and Management: All performance results and workflow timing data were securely stored on password-protected devices. The web-based system exported results in structured CSV and Excel formats, enabling consistent data comparison across methods. This digital architecture prevented manual transcription errors and allowed for automated analysis.

Data Analysis: Descriptive statistics (mean $\pm$ SD) were calculated for data-entry time, error rate, and satisfaction scores. A one-way ANOVA (ANalysis Of VARIance) was conducted to compare mean efficiency and accuracy among the three workflows. When significant, post-hoc pairwise comparisons identified specific differences. User satisfaction scores were analyzed using descriptive and inferential statistics. The significance level was set at $p < .05$.

Results and Discussion

The primary outcome of this study was the development of an iPad-based digital assessment system designed to record and manage tennis performance test results.

Page 1: Player Information Input - as in Figure 4, providing fields for entering player demographic information, including name, age, gender, and relevant health conditions. Drop-down menus and validation checks ensure accuracy and minimized data entry errors. This page serves as the foundation for linking performance data with individual player records.

Figure 4 consists of two parts: (a) a hand-drawn sketch of the Player Information Input form, and (b) a screenshot of the real UI page for player information input.

Part (a) is a hand-drawn sketch of the Player Information Input form. It includes a logo for SCPTA (Srichaphan Tennis Academy) and a title "PHYSICAL FITNESS AND TECHNICAL SKILL OF YOUNG TENNIS PLAYERS". The form fields are: First name, Last name, Gender (Male/Female), Date of Birth, and Chronic Disease (None/Yes). There is a handwritten signature in red ink next to the form.

Part (b) is a screenshot of the real UI page for player information input. It has a title "PHYSICAL FITNESS AND TECHNICAL SKILL OF YOUNG TENNIS PLAYERS" and a logo for SCPTA. The form is divided into two sections: "Player Information" and "Health Information". The "Player Information" section includes fields for Firstname (สมชาย), Lastname (ใจดี), Gender (Male/Female), and Date of Birth (03/15/2010). The "Health Information" section includes fields for Chronic Disease (None/Yes), Weight (kg) (45), and Height (cm) (155).

Figure 4. The sketch (a) and the real UI page (b) for player information input.

Page 2: Zigzag Run Test Form - allowing evaluators to enter results of the zigzag run agility test. Time is recorded to two decimal places and automatically stored in the database. A built-in stopwatch function synchronizes with the input field, reducing the need for manual

timing devices and ensuring greater precision. Figure 5 illustrates the draft and the UI of this page and also shows the use of this page in action.

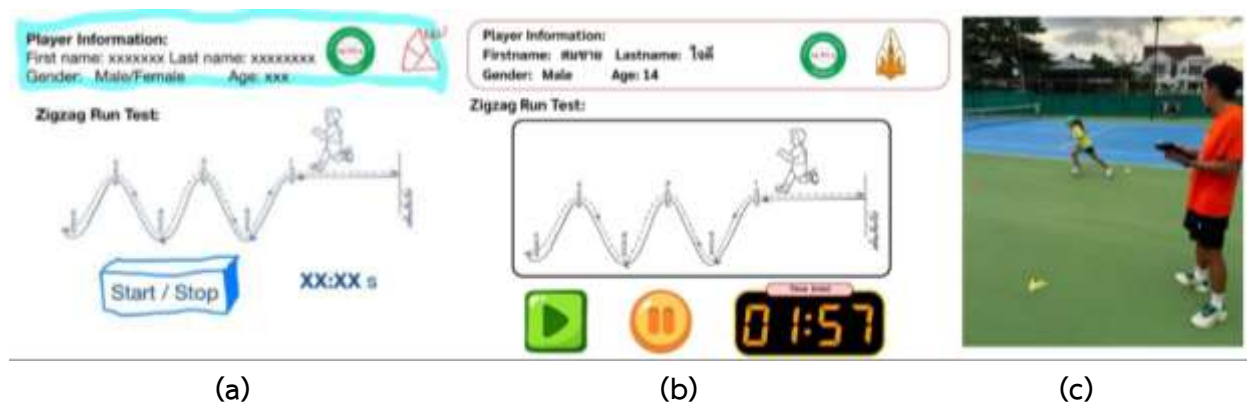


Figure 5. The sketch (a), the UI page (b), and the real use (c) for zigzag run test.

Page 3: Push-Up Test Form - enabling entry of the number of correctly performed pushups within 30 seconds. To support consistency, the form includes visual cues describing correct form (e.g., 90-degree elbow bend, straight body posture). The system also features a warning prompt if unusually high or low values were entered, reducing input errors. Figure 6 illustrates the draft and the UI of this page and also shows the use of this page in action.

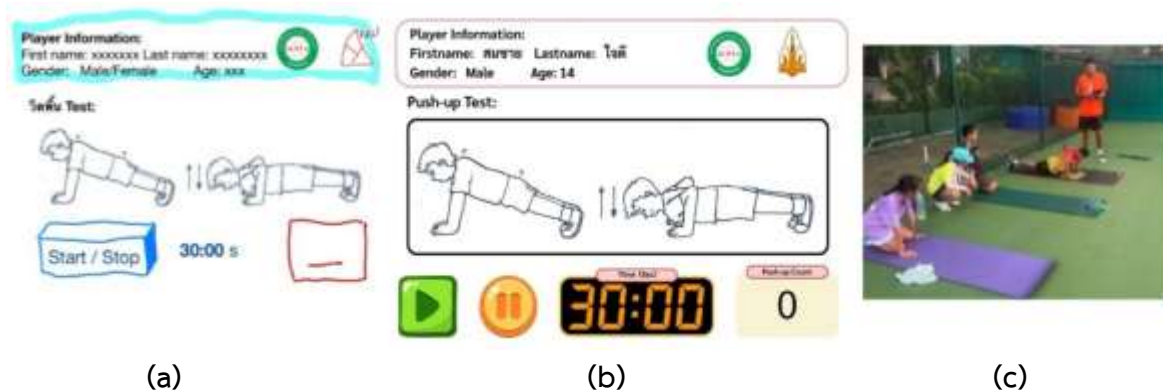


Figure 6. The sketch (a), the UI page (b), and the real use (c) for push-up test.

Page 4: Forehand Stroke Test Form - dedicated to the forehand groundstroke skill test. Evaluators record the number of strokes landing in each scoring zone (scores 1–5). The system automatically calculates the total score out of ten attempts, providing immediate

feedback for both coach and player. Figures 7a and 7d illustrates the draft and the UI of this page and also shows the court set up and the use of this page in action.

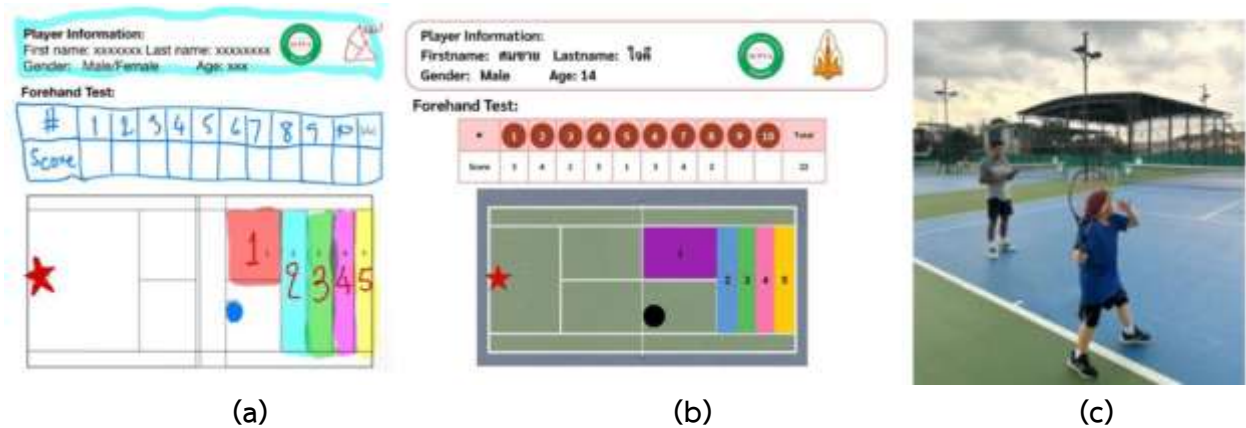


Figure 7. The sketch (a), the UI page (b), and the real use (c) for forehand stroke test.

Page 5: Main Summary Page - the main page both for choosing to individual test page and also summarizing all recorded results for each player across the three tests. Figure 8 illustrates the sketch and the UI of this page. Data, then, are automatically formatted and exported into Excel (.xlsx) files with structured columns for statistical analysis. This eliminates manual transcription, reducing time and error risk. The summary view also allows coaches to quickly review individual and group progress.

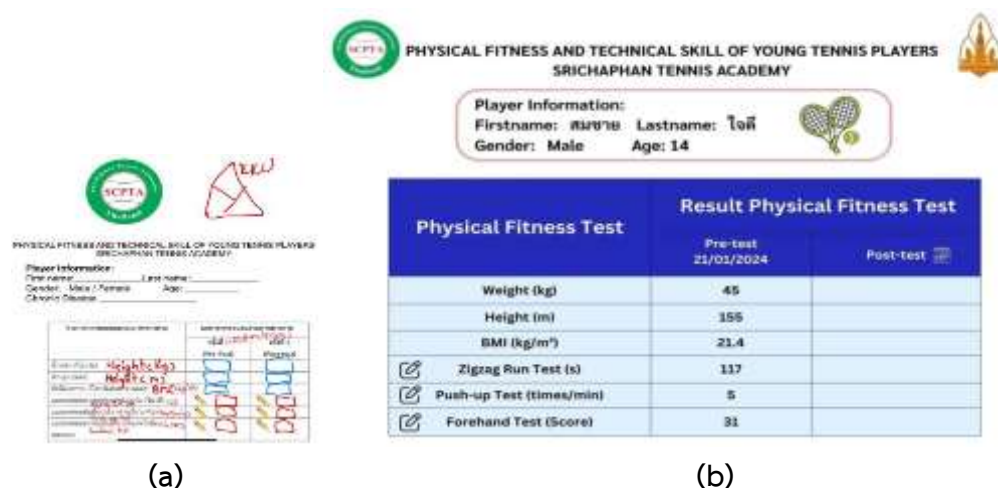


Figure 8. The sketch (a) and the real UI page (b) for the main summary page.

System Usability and Impact: The web-based application was designed with a five-page structure that guided evaluators through the entire data-entry and calculation process—from player registration to final report generation. Compared with manual and Excel-based workflows, the web interface provided an integrated and error-checked environment, allowing immediate access to organized datasets. Evaluators noted that the workflow was intuitive, requiring minimal training. The automatic calculation and summary export functions were particularly valuable, as they removed repetitive spreadsheet steps and reduced the risk of manual computation errors.

System Efficiency: To determine efficiency gains, data entry and computation were compared across three stages: (1) Manual recording on paper forms with subsequent typing into Excel; (2) Excel via web-based entry workflow, where results were entered directly but still required manual formula setup.; and (3) Web-based automatic system, where data were entered once through the online interface with automatic calculation and report generation. Average time per player was reduced from 3.6 ± 0.4 min to 2.4 ± 0.3 min, and further to 1.5 ± 0.2 min, subsequently, representing an overall 58% reduction in total processing time. Error analysis showed that transcription and calculation errors occurred in 11.5% of manual entries, 4.3% in semi-workflows (mostly formula mislinks), and 0% in the web-based system due to built-in validation and automated computation. These results confirm that the digital platform substantially improved efficiency and accuracy by automating both entry and analysis stages.

User Satisfaction: Coach and evaluator feedback indicated strong acceptance of the new system. On a 5-point Likert scale, overall satisfaction averaged 4.7 ± 0.5 , with the highest scores given to ease of use (4.8) and error-free reporting (4.9). Users appreciated the one-step calculation, real-time display of averages, and automatic generation of exportable result sheets. Minor suggestions included adding mobile-optimized views and optional graphic summaries for quick interpretation. Table 1. Compares of data-entry time, error rate, and user satisfaction, showing the progressive improvement from manual entry to fully automated web-based assessment.

Table 1. Efficiency and accuracy comparison of three data-management stages.

Workflow Stage	Avg Time / Player (min)	Error Rate (% of entries)	Evaluator Satisfactory (1-5)
Manual + Excel	3.6 ± 0.4	11.5	3.8 ± 0.6
Web-based entry + Excel	2.4 ± 0.3	4.3	4.2 ± 0.5
Web-based System	1.5 ± 0.2	0.0	4.7 ± 0.5

The findings indicate that replacing manual and semi-manual (Excel) workflows with a web-based assessment system can dramatically streamline the evaluation process. Although player-performance tests (agility, endurance, accuracy) remained the same, the data-handling method changed, producing clear operational benefits. The system eliminated transcription errors, halved the total data-entry time, and achieved high user satisfaction—all of which support its practical implementation in coaching and research settings. This aligns with prior literature on the impact of digital tools in improving data reliability and usability in sport testing environments (e.g., Martínez-García et al., 2020; Moreno-Azze et al., 2025).

Conclusion and Future Work

This study evaluated three data-management workflows—manual + Excel, web-based entry + Excel, and a web-based automatic platform—used for recording and analyzing tennis performance assessments among young players at the Srichaphan Tennis Academy. The results demonstrated that the web-based system provided substantial operational advantages, reducing data-entry and computation time by approximately 58 %, eliminating transcription and formula errors, and achieving the highest user-satisfaction scores among coaches and evaluators. Importantly, while the testing protocols themselves (zigzag run, push-up, and forehand stroke) remained unchanged, the digital platform markedly improved data-handling efficiency and reliability, confirming that technological integration can enhance workflow quality without altering the validity of the physical assessments. Overall, the findings highlight that transitioning from paper-based and semi-manual Excel workflows to a fully automated web-based system can modernize sport-testing management, streamline feedback cycles, and strengthen evidence-based coaching practices in youth tennis environments. Future studies should expand the scope of this comparison by involving multiple academies, larger sample sizes, and additional evaluators to generalize the results across diverse operational contexts. Further development of the platform could include mobile-optimized

interfaces, customizable reporting dashboards, and AI-assisted data analytics for automated performance tracking. Integrating wearable sensor data or video-based analysis could also enhance precision and broaden the application beyond tennis to other racquet and field sports. Finally, long-term evaluations focusing on user adaptation, data security, and system scalability will be valuable for ensuring sustainable digital transformation in sports-performance assessment.

References

- Baiget, E., et al. (2015). Tennis Play Intensity Distribution and Relation with Aerobic Fitness in Competitive Players. *PLoS One*, 10(6), e0131304. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0131304>
- Chiu, Y. L., et al. (2020). Feasibility of Smartphone-based Badminton Footwork Performance Assessment System. *Sensors*, 20(21), 6035.
- Fernández-Fernández, J., et al. (2014). Fitness Testing of Tennis Players: How Valuable is it? *British Journal of Sports Medicine*, 48 (Suppl 1), i22–i31. <https://doi.org/10.1136/bjsports-2013-093152>
- Hadžić, V., et al. (2021). Validity and Reliability of a Novel Monitoring Sensor for the Quantification of the Hitting Load in Tennis. *PLOS ONE*, 16(7), e0255339. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0255339>
- Khan, W., et al. (2021). Mobile and Wearable Technology in Sports Performance Monitoring: Current Trends and Future Challenges. *Sensors*, 21(23), 7996. <https://doi.org/10.3390/s21237996>
- Martínez-García, R., et al. (2020). Use of Mobile Applications for Sport Performance Assessment: A Systematic Review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(18), 6600. <https://doi.org/10.3390/ijerph17186600>
- Moreno-Azze, A., et al. (2025). Validity and Reliability of an iOS Mobile Application for Measuring Change of Direction Across Health, Performance, and School Sports Contexts. *Applied Sciences*, 15(4), 1891. <https://doi.org/10.3390/app15041891>
- Peters, D., et al. (2018). Designing for Motivation, Engagement, and Wellbeing in Digital Experience. *Frontiers in Psychology*, 9, 797. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00797>

- Pradal-Cano, L., et al. (2020). Using Mobile Applications to Increase Physical Activity: A Systematic Review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(21), 8254. <https://doi.org/10.3390/ijerph17218238>
- Silva, R., et al. (2021). Validity and Reliability of Mobile Applications for Assessing Strength, Power, Velocity, and Change-of-direction: A systematic review. *Sensors*, 21(8), 2623. <https://doi.org/10.3390/s21082623>
- Ulbricht, A., et al. (2016). Impact of Fitness Characteristics on Tennis Performance in Elite Junior Tennis Players. *Journal of Strength and Conditioning Research*, 30(4), 989–998. <https://doi.org/10.1519/JSC.0000000000001181>
- Zhang, H., et al. (2023). The Concurrent Validity of a Mobile Application for Tracking Speed and Placement Parameters When Performing the Tennis Serve. *Applied Sciences*, 13(10), 6195. <https://doi.org/10.3390/app13106195>

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในธุรกิจบริการด้านกฎหมาย กรณีศึกษา:
สำนักงานทนายความในพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

Factors Affecting User Satisfaction in the Legal Service Business. Case Study:
Attorney's Office in the Area of Khon Kaen Municipality, Mueang District,
Khon Kaen Province

สุวนันท์ ฐานเจริญ *

Suwanan Thancharoen *

คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Faculty of Administration and Accountancy, Khon Kaen University

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

วันที่รับบทความ (Received)

26 มิถุนายน 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

29 กันยายน 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

1 ตุลาคม 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในธุรกิจบริการด้านกฎหมาย และ 2) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในธุรกิจบริการด้านกฎหมาย กรณีศึกษา: สำนักงานทนายความในพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่เคยใช้บริการสำนักงานทนายความในพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่น จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่เจาะจง เครื่องมือการวิจัยคือแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ T-Test, F-Test การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ใช้บริการสำนักงานทนายความในพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่นมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด โดยให้ความสำคัญสูงสุดต่อชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือ คุณภาพบริการ ความเอาใจใส่และความเชี่ยวชาญของบุคลากร รวมถึงความรวดเร็วในการให้บริการ ขณะที่ด้านทำเลที่ตั้งและความสะอาดของสถานที่ยังเป็นประเด็นที่ควรได้รับการปรับปรุง และ 2) มี 4 ปัจจัยหลัก ได้แก่ (1) ปัจจัยด้านส่งเสริมทางการตลาดและที่ตั้งทำเล ซึ่งมีอิทธิพลมากที่สุด โดยพิจารณาจากความสะอาดในการเดินทาง พื้นที่จอดรถ การโฆษณา โปรโมชั่น และระยะเวลาชำระหนี้ (2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ ความเหมาะสมของพื้นที่ใช้สอย ความสะอาด และสิ่งอำนวยความสะดวก (3) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และราคาค่าบริการ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของบริษัท ราคา และคุณภาพของบริการ และการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และ (4) ปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ การปฏิบัติต่อลูกค้า

ด้วยภาพลักษณ์ ความเชี่ยวชาญ การให้คำแนะนำ การเก็บข้อมูลลูกค้าเป็นความลับ และความรับผิดชอบต่อทีมงาน ในขณะที่ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการไม่พบว่ามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ

คำสำคัญ สำนักงานทนายความ, ธุรกิจบริการ, ความพึงพอใจ, คุณภาพการบริการ

ABSTRACT

This research aimed to 1) examine customer satisfaction with the legal service businesses, and 2) investigate the factors of the marketing mix that influence customer satisfaction in legal service businesses, with a case study of law firms located in the Khon Kaen Municipality, Mueang District, Khon Kaen Province. The research employed a quantitative approach. The sample consisted of 400 individuals who had previously used legal services from law firms in the Khon Kaen Municipality, selected through a non-probability sampling method. The research instrument was a questionnaire. Data analysis was conducted using statistical software, including descriptive statistics such as frequency, percentage, mean, and standard deviation, as well as inferential statistics such as T-Test, F-Test, and multiple regression analysis. The findings revealed that 1) customers of law firms in the Khon Kaen Municipality reported a high to very high level of satisfaction, placing the greatest importance on reputation, credibility, service quality, attentiveness and expertise of personnel, and the promptness of service delivery. However, location and convenience of facilities remained areas that required improvement. And 2) Four key factors were found to significantly influence customer satisfaction (1) marketing promotion and location, which had the greatest influence and included convenience of travel, parking availability, advertising, promotional activities, and payment terms; (2) physical environment, including suitability of space, cleanliness, and available facilities; (3) product and service pricing, covering company credibility, fairness of price relative to service quality, and continuous service improvement; and (4) personnel, referring to courteous service, expertise, professional advice, confidentiality of client information, and team responsibility. In contrast, the process factor did not significantly influence customer satisfaction.

Keywords: Law Office, Service Business, Satisfaction, Service Quality

บทนำ

จังหวัดขอนแก่นนับเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ การศึกษา และการพัฒนาสังคมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อันเป็นพื้นที่ที่มีการขยายตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดการแข่งขันในภาคธุรกิจที่หลากหลาย โดยเฉพาะธุรกิจบริการด้านกฎหมายซึ่งมีความสำคัญต่อทั้งบุคคลและนิติบุคคล เนื่องจากการประกอบธุรกิจและการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมย่อมต้องสัมพันธ์กับข้อบังคับ กฎเกณฑ์ และกฎหมายที่มีความซับซ้อน การเข้าถึงผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมายเพื่อให้คำปรึกษาและดำเนินการในเชิงกฎหมายจึงถือเป็นปัจจัยสำคัญในการเสริมสร้างความมั่นคงทางสิทธิ รวมถึงเพิ่มศักยภาพในการดำเนินกิจการ (ฤทธิ์เจตน นิรันดร์แกวกาญจน์, 2561; วุฒิชัย ไชย, 2566)

ด้วยความที่จังหวัดขอนแก่นเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายของประชากร ทั้งจากการโยกย้ายถิ่นฐาน การประกอบอาชีพ และการเข้ามาศึกษาต่อ ส่งผลให้เกิดข้อพิพาทและปัญหาทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิทธิและเสรีภาพของประชาชน อย่างไรก็ตาม ประชาชนจำนวนหนึ่งยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายและการเปลี่ยนแปลงทางกฎหมาย ส่งผลให้ไม่สามารถปกป้องสิทธิของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ การเข้าถึงบริการด้านกฎหมาย โดยเฉพาะในรูปแบบของสำนักงานทนายความ จึงมีบทบาทสำคัญในการเป็นกลไกสนับสนุนการเข้าถึงความยุติธรรมและเสริมสร้างความมั่นคงทางสังคม

อย่างไรก็ดี ธุรกิจบริการด้านกฎหมายในประเทศไทยยังคงประสบกับข้อจำกัดหลายประการ อาทิ การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ยังมีไม่แพร่หลาย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ถูกจำกัดด้วยข้อบัญญัติแห่งพระราชบัญญัติทนายความ และการกำหนดอัตราค่าบริการที่ขาดมาตรฐานกลาง ส่งผลให้เกิดข้อกังวลด้านความโปร่งใสและความคุ้มค่าในการใช้บริการของประชาชน (วรทัศน์ โฉมสินทร์, 2565) ดังนั้น ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจึงนับเป็นประเด็นสำคัญที่สำนักงานทนายความต้องให้ความสำคัญ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความภักดีต่อการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

ในเชิงการบริหารจัดการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7Ps) ซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สะท้อนถึงคุณภาพและมาตรฐานของการให้บริการ ซึ่งมีอิทธิพลโดยตรงต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ การทำความเข้าใจปัจจัยเหล่านี้จึงมีความจำเป็นต่อการกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาและยกระดับการให้บริการของสำนักงานทนายความให้สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ (นัฐิธร จักรแก้ว, 2564)

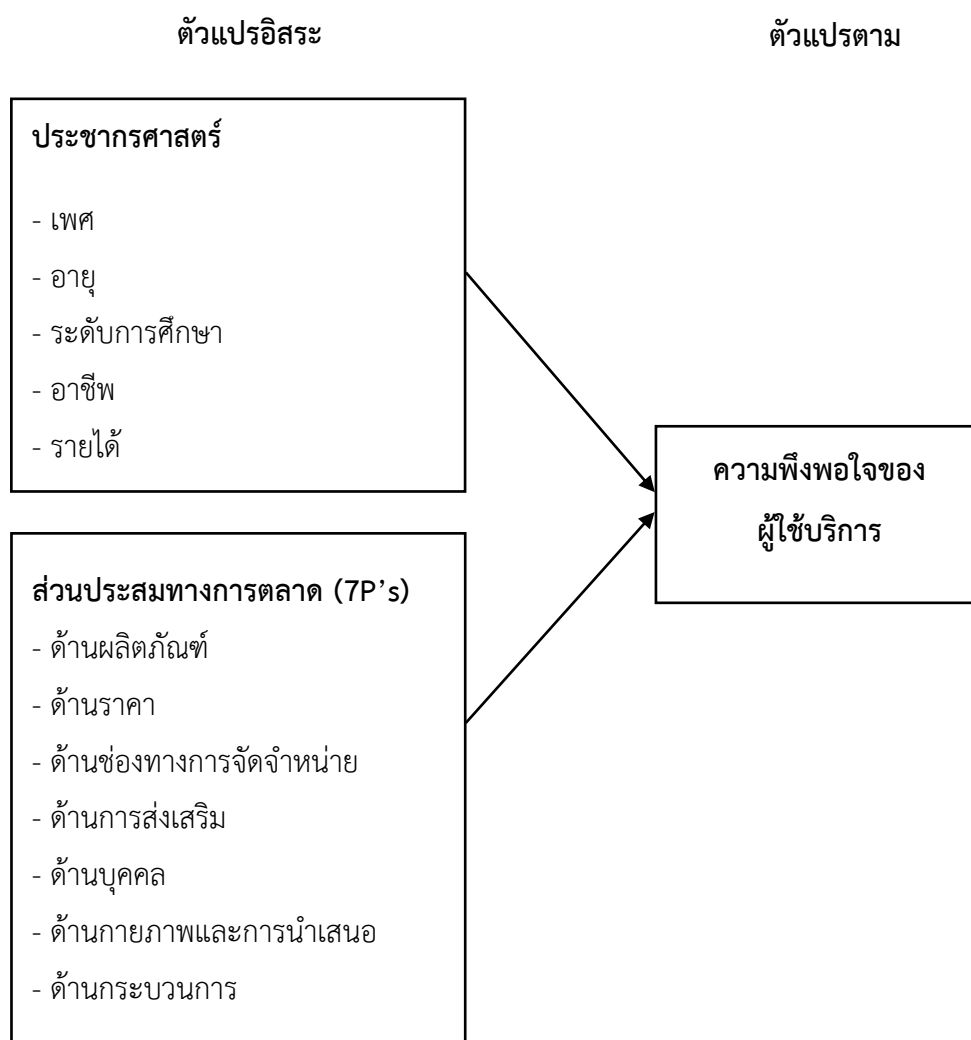
อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่ผ่านมายังมุ่งเน้นการศึกษาในลักษณะภาพรวมของธุรกิจบริการด้านกฎหมาย ขาดการศึกษาที่เจาะลึกถึงความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ภายใต้บริบทเฉพาะพื้นที่ โดยเฉพาะเขตเทศบาลนครขอนแก่น ซึ่งมีความหนาแน่นของประชากรสูงและมีการแข่งขันในธุรกิจบริการด้านกฎหมายอย่างเข้มข้น การขาดการศึกษาเชิงประจักษ์ในลักษณะดังกล่าวจึงนับเป็นช่องว่างทางวิชาการ ที่สมควรได้รับการวิจัยอย่างเป็นระบบ

เพื่อสร้างองค์ความรู้ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดแนวทางการปรับปรุงและยกระดับคุณภาพการให้บริการของสำนักงานทนายความในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในธุรกิจบริการด้านกฎหมาย กรณีศึกษา: สำนักงานทนายความในพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในธุรกิจบริการด้านกฎหมาย กรณีศึกษา: สำนักงานทนายความในพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ที่เคยใช้บริการธุรกิจด้านกฎหมายที่เป็นสำนักงานทนายความในพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่เคยใช้บริการธุรกิจด้านกฎหมายที่เป็นสำนักงานทนายความในพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่เจาะจง (Non-Purposive Sampling) ด้วยวิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จากสูตรของ คอแครน Cochran, W.G (1977) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จากสูตรดังกล่าว พบว่าในการวิจัยครั้งนี้ต้องใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 385 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีสัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำหนดสุ่ม 0.5 โดยมีความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่ทั้งนี้เพื่อป้องกันการเกิดความคลาดเคลื่อนผู้วิจัยจึงจะได้เพิ่มอีกกลุ่มตัวอย่างอีก 15 ตัวอย่าง รวมกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามโดยแบ่งเป็น 5 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 แบบสอบถามคัดกรองผู้ที่เคยใช้บริการธุรกิจบริการด้านกฎหมายในพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่น

ตอนที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการธุรกิจบริการด้านกฎหมายในพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่น ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามแบบ Likert Scale

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการธุรกิจบริการด้านกฎหมายในพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่น ใช้การวัดระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้วยเครื่องมือแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามแบบ Likert Scale เช่นเดียวกับส่วนที่ 3

ตอนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ เป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการโดยจะเป็นคำถามแบบให้เลือกได้เพียงคำตอบเดียว

วิธีรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้ได้เก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ โดยการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจาก กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยเริ่มเก็บรวบรวมข้อมูลในระหว่างเดือน พฤษภาคม – มิถุนายน พ.ศ. 2567 จนได้ข้อมูลตัวอย่างครบถ้วนตามต้องการ โดยจะเก็บข้อมูลหลังผ่านการรับรองจากศูนย์จริยธรรมฯ ทั้งนี้ผู้วิจัย

จะดำเนินการโดยให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์ของ Google Forms โดยจะแจกแบบสอบถามผ่านช่องทางแอปพลิเคชันไลน์ และกลุ่ม Facebook และผู้วิจัยขอรับแบบสอบถามคืนโดยผู้ตอบแบบสอบถามจัดส่ง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ศึกษาลักษณะการกระจายข้อมูล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ย ระดับความเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และระดับความพึงพอใจ เพื่อใช้อธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยพิจารณา และนำเสนอข้อมูลในรูปตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเป็นการศึกษาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างและ ทดสอบสมมติฐานโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในธุรกิจบริการด้านกฎหมาย กรณีศึกษา: สำนักงานทนายความในพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่าผู้ให้บริการสำนักงานทนายความในพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่นมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด โดยให้ความสำคัญสูงสุดต่อชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือ คุณภาพบริการ ความเอาใจใส่และความเชี่ยวชาญของบุคลากร รวมถึงความรวดเร็วในการให้บริการ ขณะที่ด้านทำเลที่ตั้งและความสะดวกของสถานที่ยังเป็นประเด็นที่ควรได้รับการปรับปรุง

ตารางที่ 1 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในธุรกิจบริการด้านกฎหมาย กรณีศึกษา: สำนักงานทนายความในพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

ตัวแปรอิสระ	Mean	Std. Deviation	การแปลค่า
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ			
1.1 บริษัทมีความน่าเชื่อถือ	4.45	.623	มากที่สุด
1.2 ภาพพจน์ และชื่อเสียงของบริษัทและทนายความ	4.48	.596	มากที่สุด
1.3 มีการพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	4.36	.642	มากที่สุด
2. ปัจจัยด้านราคา			
2.1 ราคาเหมาะสมกับการให้บริการ	4.34	.608	มากที่สุด

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	Mean	Std. Deviation	การแปลค่า
2.2 คุณภาพของการให้บริการ มีความเหมาะสมต่อราคาค่าใช้บริการ	4.39	.654	มากที่สุด
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
3.1 ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	4.01	.746	มาก
3.2 สถานที่จอดรถสะดวก ปลอดภัยและเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ	4.03	.843	มาก
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด			
4.1 มีการส่งเสริมการขาย เช่น การจัดส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก	4.20	.723	มาก
4.2 คำบอกเล่าจากคนรู้จักหรือผู้ที่เคยใช้บริการ	4.28	.718	มากที่สุด
4.3 การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์	4.21	.731	มากที่สุด
4.4 ระยะเวลาในการชำระหนี้	4.23	.844	มากที่สุด
5. ปัจจัยด้านบุคคล			
5.1 ปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความสุภาพ	4.38	.614	มากที่สุด
5.2 ทีมงานมีความเชี่ยวชาญในธุรกิจ	4.40	.634	มากที่สุด
5.3 การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าเป็นความลับ	4.43	.634	มากที่สุด
5.4 การใส่ใจในการให้บริการของทนายความ/พนักงาน	4.42	.628	มากที่สุด
5.5 ทนายความหรือพนักงานมีการให้คำแนะนำที่ดี	4.34	.688	มากที่สุด
5.6 ความรับผิดชอบต่อการให้บริการ	4.40	.645	มากที่สุด
5.7 ทีมงานมีความเป็นกันเอง	4.40	.660	มากที่สุด
5.8 ทีมงานมีความรู้ในแต่ละด้านเป็นอย่างดี	4.39	.691	มากที่สุด
5.9 มีการติดตามงานและรายงานอย่างสม่ำเสมอ	4.38	.686	มากที่สุด

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	Mean	Std. Deviation	การแปลค่า
6. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ			
6.1 การจัดพื้นที่ใช้สอยของบริษัทได้อย่างเหมาะสม	4.27	.689	มากที่สุด
6.2 มีสิ่งอำนวยความสะดวก	4.29	.718	มากที่สุด
6.3 ความสะอาดของสถานที่	4.28	.684	มากที่สุด
7. ปัจจัยด้านกระบวนการ			
7.1 มีความรวดเร็วในการให้บริการ	4.41	.654	มากที่สุด
7.2 การแจ้งข่าวสารให้กับผู้ใช้บริการอย่างชัดเจน	4.34	.682	มากที่สุด
7.3 ให้บริการเป็นลำดับขั้นตอนมีระบบและเป็นระเบียบ	4.38	.648	มากที่สุด

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในธุรกิจบริการด้านกฎหมาย กรณีศึกษา: สำนักงานทนายความในพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่า มี 4 ปัจจัยหลัก ได้แก่ (1) ปัจจัยด้านส่งเสริมทางการตลาดและที่ตั้งทำเล ซึ่งมีอิทธิพลมากที่สุด โดยพิจารณาจากความสะดวกในการเดินทาง พื้นที่จอดรถ การโฆษณา โปรโมชั่น และระยะเวลาชำระหนี้ (2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ ความเหมาะสมของพื้นที่ใช้สอย ความสะอาด และสิ่งอำนวยความสะดวก (3) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และราคา ค่าบริการ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของบริษัท ราคาและคุณภาพของบริการ และการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และ (4) ปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ การปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความสุภาพ ความเชี่ยวชาญ การให้คำแนะนำ การเก็บข้อมูลลูกค้าเป็นความลับ และความรับผิดชอบของทีมงาน ในขณะที่ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการไม่พบว่ามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ

ตารางที่ 2 สมการถดถอยในการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจ
ด้านกฎหมายที่เป็นสำนักงานทนายความในพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่นและปัจจัยทั้ง 5 ด้าน

Model	Coefficients			t	Sig.
	Unstandardized		Standardized		
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.203	.031		136.326	.000
1. ปัจจัยด้านบุคคล	.100	.031	.149	3.245	.001
2. ปัจจัยด้านส่งเสริมทาง การตลาดและที่ตั้งทำเล	.181	.031	.269	5.869	.001
3. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และ ราคาค่าบริการ	.115	.031	.171	3.720	.001
4. ปัจจัยด้านลักษณะทาง กายภาพ	.140	.031	.209	4.547	.001
5. ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	.039	.031	.058	1.273	.204

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในธุรกิจบริการด้านกฎหมาย กรณีศึกษา: สำนักงานทนายความในพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่าผู้ใช้บริการสำนักงานทนายความในพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่นมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด โดยให้ความสำคัญสูงสุดต่อชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือ คุณภาพบริการ ความเอาใจใส่และความเชี่ยวชาญของบุคลากร รวมถึงความรวดเร็วในการให้บริการ ขณะที่ด้านทำเลที่ตั้งและความสะดวกของสถานที่ยังเป็นประเด็นที่ควรได้รับการปรับปรุง ซึ่งให้เห็นว่าปัจจัยด้านชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือ คุณภาพบริการ และบุคลากรเป็นองค์ประกอบหลักที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานทนายความ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยก่อนหน้านี้หลายชิ้น และยืนยันได้ว่าธุรกิจบริการทางกฎหมายจำเป็นต้องเน้นการพัฒนาบุคลากรและรักษามาตรฐานคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกันควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาเรื่องทำเลและสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติมเพื่อยกระดับความพึงพอใจในอนาคต สอดคล้องกับงานวิจัยของ Pham and Do (2021) ที่พบว่า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงขององค์กรบริการเป็นตัวแปรสำคัญ

ที่ส่งผลต่อการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญ เช่นเดียวกับ Sharma and Verma (2022) ที่ระบุว่าคุณภาพการบริการและบุคลากรผู้ให้บริการมีอิทธิพลสูงต่อระดับความพึงพอใจและการเกิดความภักดีต่อบริการ นอกจากนี้งานของ Lee (2023) ยังชี้ให้เห็นว่าความเอาใจใส่ ความสุภาพ และความรวดเร็วในการตอบสนองของบุคลากรในธุรกิจบริการเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในระดับสูง ขณะเดียวกัน ผลการวิจัยในครั้งนี้ยังสอดคล้องกับ Alotaibi (2024) ซึ่งชี้ว่าการสร้างประสบการณ์บริการที่มีมาตรฐานและการบริหารจัดการบุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลโดยตรงต่อการรับรู้คุณค่าและการสร้างความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ และยังสอดคล้องกับ Wang and Chen (2025) ที่ยืนยันว่าปัจจัยด้านคุณภาพบริการและความเชี่ยวชาญของบุคลากรเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกมั่นใจและพึงพอใจต่อการใช้บริการ

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในธุรกิจบริการด้านกฎหมาย กรณีศึกษา: สำนักงานทนายความในพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่า มี 4 ปัจจัยหลัก ได้แก่ (1) ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดและที่ตั้งทำเล ซึ่งมีอิทธิพลมากที่สุด โดยพิจารณาจากความสะดวกในการเดินทาง พื้นที่จอดรถ การโฆษณา โปรโมชัน และระยะเวลาชำระหนี้ (2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ ความเหมาะสมของพื้นที่ใช้สอย ความสะอาด และสิ่งอำนวยความสะดวก (3) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และราคาค่าบริการ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของบริษัท ราคาและคุณภาพของบริการ และการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และ (4) ปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ การปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความสุภาพ ความเชี่ยวชาญ การให้คำแนะนำ การเก็บข้อมูลลูกค้าเป็นความลับ และความรับผิดชอบของทีมงาน ในขณะที่ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการไม่พบว่ามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจชี้ให้เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและทำเล สภาพแวดล้อมทางกายภาพ ผลิตภัณฑ์และราคา ตลอดจนบุคลากรเป็นองค์ประกอบสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ขณะที่กระบวนการให้บริการแม้จะมีความสำคัญ แต่ในบริบทของการวิจัยครั้งนี้กลับไม่ใช่ตัวแปรที่ส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจ ซึ่งอาจสะท้อนว่าผู้ใช้บริการคาดหวังว่ากระบวนการดังกล่าวควรได้มาตรฐานอยู่แล้ว จึงให้ความสำคัญน้อยกว่าปัจจัยอื่นที่มีผลต่อประสบการณ์และความสะดวกสบายในการใช้บริการอย่างชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Johnson and Brown (2021) ที่พบว่าความสะดวกในการเข้าถึงบริการและการส่งเสริมการตลาดผ่านช่องทางที่หลากหลายเป็นตัวแปรสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Khan and Malik (2022) ที่ระบุว่าทำเลที่ตั้งและการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพมีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจบริการอย่างมีนัยสำคัญ สำหรับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เช่น ความสะอาด ความเหมาะสมของพื้นที่ใช้สอยและสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่าสอดคล้องกับงานของ Chen and Park (2023) ซึ่งยืนยันว่าบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการให้บริการมีผลโดยตรงต่อการรับรู้คุณภาพและความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจบริการ อีกทั้งงานวิจัยของ Ahmed and Alharb (2024) ยังสนับสนุนว่าปัจจัยทางกายภาพสามารถ

สร้างภาพลักษณ์ที่ดีและมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยเฉพาะในธุรกิจที่อาศัยความเชื่อมั่นสูง เช่น สำนักงานทนายความ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ควรรักษาและพัฒนามาตรฐานด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสำนักงานทนายความ โดยเน้นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีผ่านการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและโปร่งใส

1.2 ควรจัดอบรมและพัฒนาทักษะบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ ทั้งในด้านความรู้ทางกฎหมาย และทักษะการให้บริการ เช่น การสื่อสาร การสร้างความมั่นใจ และการรักษาความลับของลูกค้า

1.3 ควรปรับปรุงด้านทำเลและสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น การจัดพื้นที่จอดรถให้เพียงพอ และปลอดภัย รวมทั้งการปรับปรุงพื้นที่สำนักงานให้สะอาดและเหมาะสมต่อการให้บริการ

1.4 ควรนำกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดมาใช้ให้มากขึ้น โดยเฉพาะการใช้สื่อออนไลน์ การโฆษณาผ่านเว็บไซต์ และการจัดโปรโมชั่นที่เหมาะสม เพื่อเพิ่มการรับรู้และขยายฐานลูกค้า

1.5 ควรพัฒนากระบวนการให้บริการให้มีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพื่อสร้างความประทับใจและเพิ่มระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรขยายขอบเขตการวิจัยไปยังพื้นที่อื่น ๆ ทั้งในเขตเมืองใหญ่และพื้นที่ชนบท เพื่อเปรียบเทียบและหาความแตกต่างด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

2.2 ควรใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) โดยผสานวิธีการเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับทัศนคติและประสบการณ์ของผู้ใช้บริการ

2.3 ควรศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยใหม่ ๆ ที่อาจมีผลต่อความพึงพอใจ เช่น การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ และระบบนัดหมายอัตโนมัติในการให้บริการ

2.4 ควรติดตามการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายและนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการทางกฎหมาย เพื่อศึกษาผลกระทบต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

2.5 ควรเปรียบเทียบผลการวิจัยกับธุรกิจบริการประเภทอื่น ๆ เช่น ธุรกิจที่ปรึกษา ธุรกิจทางการเงิน หรือธุรกิจทางการแพทย์ เพื่อหาความเหมือนและความแตกต่างในการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

เอกสารอ้างอิง

นัฐิธร จักรแก้ว. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการด้าน

กฎหมาย. วารสารการจัดการธุรกิจ, 14(2), 45–60.

- ฤทธิ์เจตน์ นิรันดร์แก้วกาญจน์. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps และปัจจัยด้านการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคลินิกการแพทย์แผนจีนหัวเฉียว. [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต], มหาวิทยาลัยสยาม.
- วรทัศน์ โฉมสินทร์. (2565). การกำกับดูแลธุรกิจบริการทางกฎหมายภายใต้ข้อจำกัดทางกฎหมาย: กรณีการโฆษณาและการกำหนดอัตราค่าบริการ. *วารสารนิติศาสตร์และสังคม*, 12(1), 77-95.
- วุฒิชัย ไชย. (2566). ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าร้านคาร์แคร์ในจังหวัดนครปฐม. *วารสารปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 2(1), 26-38.
- Ahmed, S. and Alharb, F. (2024). Physical Environment, Service Quality, and Client Perceptions in Law Firms. *Middle East Journal of Business Studies*, 19(1), 102-117.
- Alotaibi, F. (2024). Service Quality Standards and Customer Value Perception in Professional Services. *International Journal of Business and Management*, 22(2), 56-72.
- Chen, Y. and Park, J. (2023). The Role of Staff Expertise and Interpersonal Skills in Shaping Service Satisfaction. *Asian Journal of Business Research*, 13(3), 78-95.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Johnson, M. and Brown, T. (2021). The Impact of Service Location and Accessibility on Client Satisfaction in Professional Services. *Journal of Service Management*, 32(4), 512-528.
- Khan, A. and Malik, R. (2022). Marketing Promotion Strategies and Customer Satisfaction in Legal and Consulting Firms. *International Journal of Marketing Studies*, 14(2), 44-59.
- Lee, J. (2023). Customer Care and Responsiveness in Service Industries: Effects on Satisfaction and Loyalty. *Journal of Consumer Services*, 45(2), 233-249.
- Pham, T. and Do, H. (2021). Organizational Credibility and Client Trust in Professional Service Businesses. *Journal of Marketing Development*, 18(1), 66-82.
- Sharma, R. and Verma, S. (2022). Service Quality and Personnel Performance as Determinants of Customer Satisfaction. *International Review of Business Research*, 20(3), 145-160.
- Wang, L. and Chen, X. (2025). Balancing Service Quality and Expertise: Key Drivers of Client Satisfaction. *Global Journal of Marketing and Management*, 17(1), 25-42.

สมรรถนะการขนส่งสินค้าและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อ
สมรรถนะโลจิสติกส์ของผู้ให้บริการขนส่งทางถนนในประเทศไทย
Transportation Performance and Service Quality Affecting Logistics
Performance of Thailand Road Transportation Service Providers

พิมพ์พา ลาวัน¹ ปรีชา วรารัตน์ไชย² จันทิมา มณีนาคะ³ ปกพร ผงทอง^{4*} และ ชัยพิสิทธิ์ เตวส้อย⁵

Pimpa Lawan¹ Preecha Wararatchai² Jantima Maneenakha³ Pakaporn Phongthong^{4*} and Chaipisit Tewsoiy⁵

^{1,2,3} วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

⁴ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

⁵ แผนกวิชาการจัดการโลจิสติกส์ วิทยาลัยเทคนิคสุพรรณบุรี

^{1,2,3} College of Logistics and Supply Chain Management, Suan Sunandha Rajabhat University

⁴ Faculty of Management Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat University

⁵ Department of Logistics Management, Suphanburi Technical College

*Corresponding author's email: pakaporn.p@nrru.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

29 กันยายน 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

1 พฤศจิกายน 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

19 พฤศจิกายน 2568

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับสมรรถนะการขนส่งทางถนน คุณภาพการบริการ และสมรรถนะโลจิสติกส์ 2) ศึกษาอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมของสมรรถนะการขนส่งทางถนนและคุณภาพการบริการต่อสมรรถนะโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการขนส่งทางถนนในประเทศไทย กำหนดขนาดตัวอย่าง 20 เท่าของค่าพารามิเตอร์และตัวแปรที่สังเกตได้ จำนวน 360 คน จากผู้ประกอบการรถบรรทุกไม่ประจำทาง ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ ใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า สมรรถนะการขนส่ง คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ และสมรรถนะโลจิสติกส์ อยู่ในระดับที่สูง ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า สมรรถนะการขนส่งสินค้าและคุณภาพการบริการเป็นปัจจัยสำคัญ ที่ส่งผลต่อการยกระดับสมรรถนะโลจิสติกส์ของผู้ให้บริการขนส่งทางถนนในประเทศไทย โดยผู้ประกอบการที่มีความยืดหยุ่นในการจัดการรอบการขนส่งและการบริหารความเสี่ยง สามารถรักษาคุณภาพสินค้าและสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าได้ ขณะเดียวกันการบริหารต้นทุนและสินทรัพย์ เช่น การควบคุมค่าเชื้อเพลิง การบำรุงรักษา และการลดการเดินรถเปล่า ช่วยเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันส่วนภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือขององค์กรที่สะท้อนผ่านการสื่อสารอย่างมืออาชีพและการทำ CSR มีบทบาทเสริมสร้างความไว้วางใจในระยะยาว การยกระดับสมรรถนะโลจิสติกส์ในประเทศไทยจึงต้องพิจารณาควบคู่ทั้งด้านการปฏิบัติการเชิงประสิทธิภาพและการสร้างคุณค่าที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและสังคม เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: สมรรถนะการขนส่ง, คุณภาพบริการโลจิสติกส์, สมรรถนะโลจิสติกส์, ผู้ให้บริการขนส่งทางถนน

ABSTRACT

This research aimed 1) to examine the level of road transport performance, service quality and logistics performance, and 2) to study the direct and indirect influences of road transport performance and service quality on the logistics performance of road transport operators in Thailand. The sample size was determined at 20 times the number of observed parameters and variables, resulting in a total of 360 non-scheduled truck operators selected through systematic sampling. The data were collected through questionnaires and interviews and analyzed using structural equation modeling. The results showed that transport performance, logistics service quality and logistics performance were at a high level. The results of the structural equation model fit were consistent with the empirical data. The findings revealed that road transport performance, logistics service quality, and logistics performance were all at high levels. The structural equation model demonstrated a good fit with the empirical data. The results further indicated that freight transport performance and service quality are critical factors influencing the enhancement of logistics performance among road transport operators in Thailand. Operators with greater flexibility in managing transport cycles and risks are able to maintain product quality and strengthen customer confidence. Moreover, effective cost and asset management—such as controlling fuel expenses, conducting proper maintenance, and reducing empty return trips—enhances competitiveness. Corporate image and credibility, reflected through professional communication and corporate social responsibility initiatives, also contribute to long-term trust. Therefore, improving logistics performance in Thailand requires attention to both operational efficiency and value creation that aligns with customer expectations and societal needs, supporting sustainable competitiveness.

Keywords: Transportation Performance, Logistics Service Quality, Logistics Performance, Road Transportation Service Providers

บทนำ

การขนส่งเปรียบเสมือนเส้นเลือดที่นำปัจจัยการผลิตและผลผลิตไปสู่พื้นที่ที่มีความต้องการ การขนส่งที่มีประสิทธิภาพและต้นทุนต่ำจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจ สร้างความยั่งยืน และเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ในสภาพการแข่งขันธุรกิจที่สูง การปรับตัวของหน่วยงาน โลจิสติกส์และซัพพลายเชนจึงมีความสำคัญ กิจกรรมด้านการกระจายสินค้าและการขนส่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการลงทุน การบริหารทรัพยากร และความพึงพอใจของลูกค้า ประเทศที่บริหารจัดการโลจิสติกส์อย่างมีประสิทธิภาพ จะได้เปรียบด้านต้นทุนและสามารถพัฒนาขีดความสามารถการแข่งขันให้กับภาคธุรกิจได้เหนือกว่าประเทศอื่น (Speranza, 2018) การขนส่งทางถนนถือเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญของระบบโลจิสติกส์และเศรษฐกิจสมัยใหม่ เนื่องจาก

เป็นช่องทางหลักในการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตและสินค้าจากผู้ผลิตไปยังตลาดและผู้บริโภค (Sarder, 2020) ความมีประสิทธิภาพของระบบขนส่งทางถนนจึงมีผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการจัดการห่วงโซ่อุปทาน การลดต้นทุน และการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า นอกจากนี้การบริการขนส่งที่มีคุณภาพยังช่วยสร้างความได้เปรียบด้านการแข่งขันให้กับธุรกิจและประเทศที่มีการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ (Sirina and Zubkov, 2021)

มูลค่า GDP ธุรกิจโลจิสติกส์ของไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงปี 2564–2566 สะท้อนถึงบทบาทที่เพิ่มขึ้นของอุตสาหกรรมนี้ต่อเศรษฐกิจไทย โดยในปี 2566 มีมูลค่า อยู่ที่ 8.95 แสนล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 9.20 จากปีก่อนหน้า และมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 4.15 ในปี 2564 เป็นร้อยละ 5.53 ในปี 2566 (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2566) นอกจากนั้น ต้นทุนโลจิสติกส์ก็เพิ่มสูงขึ้นต่อเนื่องเช่นกัน โดยในปี 2566 มีมูลค่า 2.53 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.07 จากปีก่อนหน้า แบ่งเป็นค่าขนส่ง 1.20 ล้านล้านบาท คิดเป็นการเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.34 ค่าจัดเก็บสินค้า 1.14 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.37 และค่าบริหารจัดการ 1.88 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.66 ทั้งนี้ ตั้งแต่ปี 2564 เป็นต้นมา ต้นทุนการขนส่งกลายเป็นองค์ประกอบหลักที่ใหญ่ที่สุดของต้นทุนโลจิสติกส์ แทนที่ต้นทุนการถือครองสินค้าคงคลัง โดยมีสาเหตุจากการขยายตัวของปริมาณการขนส่งสินค้า ราคาน้ำมันและค่าขนส่งที่ปรับสูงขึ้น ต้นทุนการขนส่งในปีดังกล่าวคิดเป็น 46.7% ของต้นทุน โลจิสติกส์ทั้งหมด และคิดเป็น 6.4% ของ GDP ประเทศไทย หรือมูลค่า 1,044.2 พันล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า 2.2% (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566)

อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการยังเผชิญความท้าทายหลายประการ อาทิ ข้อจำกัดด้านความสามารถในการขนส่ง การขาดแคลนบุคลากรขับรถ ความไม่สอดคล้องของโครงสร้างพื้นฐานกับความต้องการของตลาด รวมถึงต้นทุนการขนส่งที่สูง ซึ่งล้วนส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพ คุณภาพบริการ และความพึงพอใจของลูกค้า (Wang et al., 2022) ดังนั้น การพัฒนารอบแนวทางการประเมินและปรับปรุงคุณภาพการบริการโลจิสติกส์จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการเสริมสร้างสมรรถนะของผู้ให้บริการขนส่งทางถนนให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน (Taifa and Twaha, 2025) แม้งานวิจัยระดับนานาชาติจะมีการศึกษาสมรรถนะการขนส่งและคุณภาพบริการในหลากหลายระบบ (Shikur, 2022) แต่ยังมีช่องว่างงานวิจัยที่มุ่งเน้นบริบทของประเทศไทยโดยตรง โดยเฉพาะการประเมินความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะการขนส่งสินค้า คุณภาพการบริการ และสมรรถนะโลจิสติกส์ ซึ่งการศึกษาในประเด็นนี้จะช่วยสร้างองค์ความรู้เชิงลึกที่มีประโยชน์ต่อการพัฒนาและยกระดับศักยภาพของธุรกิจขนส่งทางถนนไทยให้แข่งขันได้ทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ

ด้วยเหตุนี้ การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะการขนส่งสินค้า คุณภาพบริการ และสมรรถนะโลจิสติกส์ของผู้ให้บริการขนส่งทางถนนจึงมีความจำเป็น เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถระบุปัจจัยที่สำคัญในการปรับปรุงประสิทธิภาพ ลดต้นทุน ยกย่องคุณภาพการบริการ โดยเฉพาะในบริบทของการขนส่งทางถนนที่ต้องอาศัยการประสานงานของบุคลากรที่มีคุณภาพ การตอบสนองที่รวดเร็ว และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้าในระยะยาว นอกจากนี้ การวิจัยนี้ยังช่วยสนับสนุนการพัฒนานโยบายและกลยุทธ์ด้านโลจิสติกส์ของประเทศให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดและการแข่งขันในระดับภูมิภาคและระดับสากลได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับสมรรถนะการขนส่งทางถนน คุณภาพการบริการ และสมรรถนะโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการขนส่งทางถนนในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงของสมรรถนะการขนส่งทางถนนและคุณภาพการบริการต่อสมรรถนะโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการขนส่งทางถนนในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลทางอ้อมของสมรรถนะการขนส่งทางถนนต่อสมรรถนะโลจิสติกส์โดยส่งผ่านคุณภาพการบริการของผู้ประกอบการขนส่งทางถนนในประเทศไทย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. สมรรถนะการขนส่ง (Transportation Performance)

Small et al. (2024) กล่าวว่า สมรรถนะการขนส่ง เป็นความสามารถของระบบและผู้ให้บริการขนส่งในการดำเนินการขนส่งสินค้าและผู้โดยสารให้บรรลุเป้าหมายด้าน ประสิทธิภาพ ความยืดหยุ่น ความน่าเชื่อถือ ความปลอดภัย และความยั่งยืน ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการยกระดับสมรรถนะโลจิสติกส์โดยรวมของประเทศ และองค์กรธุรกิจ งานวิจัยของ Wang et al. (2022) ชี้ให้เห็นว่าความสามารถในการจัดการปัญหาการขาดแคลนกำลังการขนส่ง เช่น คนขับหรือยานพาหนะ ส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพโลจิสติกส์ ขณะที่ AbdelMagid et al. (2023) อธิบายว่าศักยภาพของระบบขนส่งที่ตอบสนองกลุ่มเปราะบางสะท้อนถึงความครอบคลุม ความน่าเชื่อถือ และความยืดหยุ่นของการให้บริการ ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่เชื่อมโยงไปสู่การเพิ่มสมรรถนะโลจิสติกส์โดยตรง Oviedo and Guzman (2020) เน้นว่า การเข้าถึงบริการขนส่งและความเท่าเทียมในการเดินทางเป็นตัวชี้วัดสำคัญของคุณภาพบริการที่สะท้อนการตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้และการลดความเหลื่อมล้ำ ซึ่งหากระบบขนส่งสามารถให้บริการที่เข้าถึงง่าย ปลอดภัย และเป็นธรรม ย่อมส่งผลให้สมรรถนะโลจิสติกส์ดีขึ้นโดยตรง ขณะเดียวกัน Li (2024) เสริมว่า คุณภาพบริการที่เชื่อถือได้ยังสร้างความพึงพอใจและความไว้วางใจต่อผู้ใช้บริการ ซึ่งถือเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ จากที่กล่าวมาข้างต้น จึงกำหนดสมมติฐานสำหรับการวิจัยไว้ดังนี้

H1: สมรรถนะการขนส่งทางถนนมีอิทธิพลทางตรงต่อสมรรถนะโลจิสติกส์

H2: สมรรถนะการขนส่งทางถนนมีอิทธิพลทางตรงต่อคุณภาพบริการโลจิสติกส์

2. คุณภาพบริการโลจิสติกส์ (Logistics Service Quality)

Mentzer et al. (2001) ได้เสนอว่า คุณภาพบริการโลจิสติกส์ (Logistics Service Quality: LSQ) ถือเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับสมรรถนะโลจิสติกส์ขององค์กร โดยเฉพาะผู้ให้บริการขนส่งทางถนน ที่ต้องเผชิญกับความท้าทายทั้งด้านความเร็ว ความแม่นยำ และการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ Arabelen and Kaya (2021) และ Ali et al. (2021) ได้ขยายแนวคิด LSQ ให้ครอบคลุมประเด็นด้านความยั่งยืน ความปลอดภัย และความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งสะท้อนว่าการบริการที่มีคุณภาพต้องตอบโจทย์ทั้งในมิติทางธุรกิจและมิติทางสังคม งานวิจัยของ Huma et al. (2020) ชี้ว่า เมื่อผู้ให้บริการสามารถรักษาความเชื่อถือได้และลดข้อผิดพลาดในกระบวนการ ลูกค้าย่อมเกิดความเชื่อมั่นและมีแนวโน้มที่จะใช้บริการซ้ำ ซึ่งเป็นการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันอย่างยั่งยืน ขณะเดียวกัน Gupta et al. (2023); Muni et al. (2024) ยืนยันว่ามิติด้านความเร็ว ความปลอดภัย และความแม่นยำในการขนส่งมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อความพึงพอใจของ

ลูกค้า ซึ่งสะท้อนกลับไปสู่สมรรถนะโลจิสติกส์ในภาพรวมขององค์กร อีกทั้ง Dabees et al. (2023) ยังชี้ว่า LSQ มีบทบาทสำคัญแม้ในบริบทของโลจิสติกส์ย้อนกลับ ซึ่งไม่เพียงช่วยสร้างประสิทธิภาพเชิงปฏิบัติการ แต่ยังสนับสนุนการสร้างคุณค่าทางสังคมและสิ่งแวดล้อม จากที่กล่าวมาข้างต้น จึงกำหนดสมมติฐานสำหรับการวิจัยไว้ดังนี้

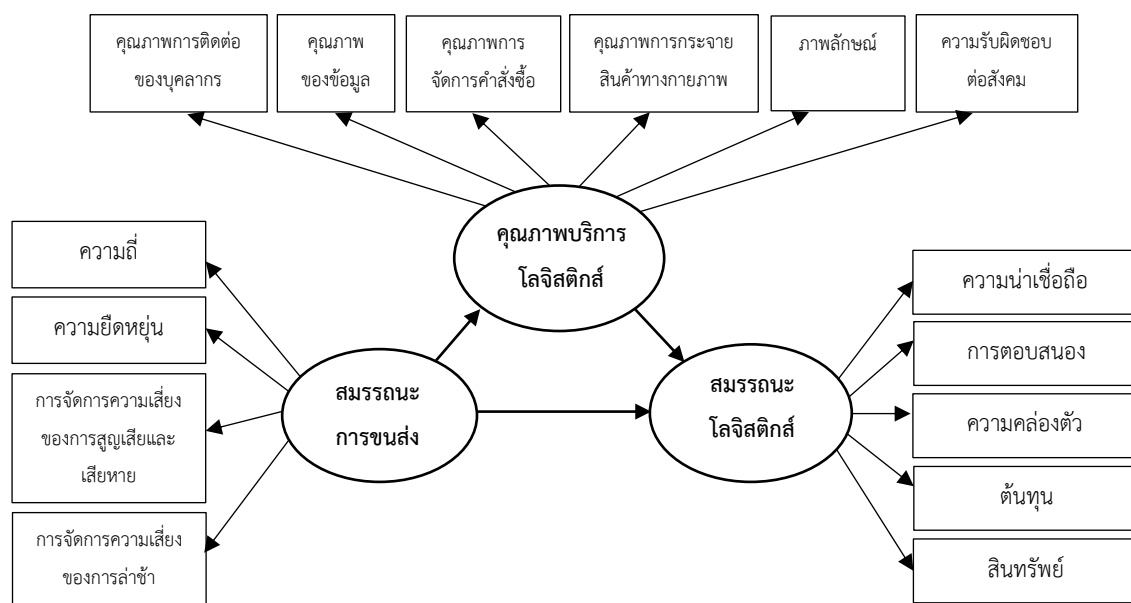
H3: คุณภาพบริการโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางตรงต่อสมรรถนะโลจิสติกส์

3. สมรรถนะโลจิสติกส์ (Logistics Performance)

Mentzer and Konrad (1991) กล่าวว่า สมรรถนะโลจิสติกส์เป็นผลลัพธ์เชิงบูรณาการที่ได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากสมรรถนะการขนส่งทางถนน ผ่านมิติคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการแปลงศักยภาพด้านการขนส่งให้กลายเป็นความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน ทั้งในด้านประสิทธิภาพเชิงปฏิบัติการ การลดความเสี่ยง และการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า Götz et al. (2023) กล่าวเสริมว่า สมรรถนะโลจิสติกส์เป็นตัวชี้วัดสำคัญที่สะท้อนถึงความสามารถขององค์กรในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานและการขนส่งสินค้าให้เกิดประสิทธิภาพและความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งประกอบด้วยหลายมิติ เช่น ความรวดเร็ว ความน่าเชื่อถือ ความยืดหยุ่น ต้นทุน และคุณภาพการบริการ ขณะที่ Sénquiz-Díaz (2021) ชี้ให้เห็นว่า คุณภาพโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งมีความสัมพันธ์โดยตรงกับสมรรถนะโลจิสติกส์ในมิติการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งสะท้อนว่าการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานช่วยยกระดับความสามารถในการแข่งขันได้ งานของ Kryvoruchko et al. (2021) พบว่า คุณภาพบริการที่ดี เช่น ความตรงต่อเวลา ความปลอดภัย และความสามารถในการรักษาสภาพสินค้า มีผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของลูกค้าและส่งผลกระทบต่อสมรรถนะโลจิสติกส์ในภาพรวม กล่าวคือ แม้ว่าสมรรถนะการขนส่งจะมีบทบาทสำคัญ แต่คุณภาพบริการเป็นกลไกกลางที่ทำให้สมรรถนะดังกล่าวแปรเปลี่ยนเป็นผลลัพธ์ที่ชัดเจนต่อโลจิสติกส์ขององค์กร นอกจากนี้ Tadesse et al. (2022) พบว่า ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานการจัดการความเสี่ยง และข้อจำกัดด้านทรัพยากรถือเป็นอุปสรรคที่ส่งผลกระทบต่อสมรรถนะโลจิสติกส์ จากที่กล่าวมาข้างต้น จึงกำหนดสมมติฐานสำหรับการวิจัยไว้ดังนี้

H4: สมรรถนะการขนส่งมีอิทธิพลทางอ้อมต่อสมรรถนะโลจิสติกส์โดยส่งผ่านคุณภาพบริการโลจิสติกส์

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมเชิงอธิบาย (Explanatory Mixed Methods Designs) เป็นการนำวิธีทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพมาใช้ในการวิจัย เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่รัดกุม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ผู้ประกอบการรถบรรทุกไม่ประจำทาง ที่ได้รับอนุญาตจากกรมการขนส่งทางบก จำนวน 37,828 ผู้ประกอบการ (กรมการขนส่งทางบก, 2568)

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ประกอบการรถบรรทุกไม่ประจำทาง ที่ได้รับอนุญาตจากกรมการขนส่งทางบก จำนวน 360 คน โดยกำหนดตัวอย่างสำหรับการวิจัยที่ใช้สถิติวิเคราะห์ชนิดความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้น จำนวน 20 เท่า ของค่าพารามิเตอร์และจำนวนตัวแปรที่สังเกต (Hair et al., 2010) ค่าพารามิเตอร์และตัวแปรที่สังเกตได้จำนวน 18 ตัวแปร (18 x 20) โดยการกำหนดตัวอย่างโดยใช้วิธีการเทียบสัดส่วนเพื่อหาว่าในแต่ละชั้นภูมิจะต้องใช้ตัวอย่างจำนวนเท่าใด และการสุ่มตัวอย่างตามจำนวนที่คำนวณได้ ใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างอย่างง่าย ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงวิธีการเทียบสัดส่วนการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ที่	ประเภทธุรกิจ	จำนวนผู้ประกอบการรถบรรทุกไม่ประจำทาง	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
1	ส่วนกลาง	2,321	22
2	ภาคกลาง	5,193	49
3	ภาคตะวันตก	3,461	33
4	ภาคตะวันออก	6,138	58
5	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	12,020	114
6	ภาคเหนือ	6,423	61
7	ภาคใต้	2,272	22
รวมจำนวนทั้งสิ้น		37,828	360

ที่มา: กรมการขนส่งทางบก (2568)

การวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์ (In-Depth Interview) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) จำนวนทั้งสิ้น 10 ราย ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยได้ศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดนิยาม และโครงสร้างของตัวแปร โครงสร้างแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายเปิด และคำถามปลายปิดแบบให้เลือกตอบ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับสมรรถนะการขนส่ง ประกอบด้วย 4 ตัวแปร ได้แก่ 1) ความถี่ 2) ความยืดหยุ่น 3) การจัดการความเสี่ยงของการสูญเสียและเสียหาย และ 4) การจัดการความเสี่ยงของการล่าช้า

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพบริการโลจิสติกส์ ประกอบด้วย 6 ตัวแปร ได้แก่ 1) คุณภาพการติดต่อของบุคลากร 2) คุณภาพการจัดการคำสั่งซื้อ 3) คุณภาพของข้อมูล 4) คุณภาพการกระจายสินค้าทางกายภาพ 5) ภาพลักษณ์ และ 6) ความรับผิดชอบต่อสังคม

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับสมรรถนะโลจิสติกส์ ประกอบด้วย 5 ตัวแปร ได้แก่ 1) ความน่าเชื่อถือ 2) การตอบสนอง 3) ความคล่องตัว 4) ต้นทุน และ 5) สินทรัพย์

โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญไปทดลอง (Try Out) กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหาร ผู้จัดการ หัวหน้างานฝ่ายต่าง ๆ ในธุรกิจที่ใกล้เคียงกัน จำนวน 30 ชุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อทราบลักษณะการแจกแจงของกลุ่มตัวอย่างด้วยสถิติบรรยาย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละกับตัวแปรจัดประเภท (Categorical Variables) และวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานด้วยสถิติบรรยาย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2. หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

3. สถิติสำหรับทดสอบสมมติฐาน ใช้การวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุ (Structural Equation Modeling: SEM) ของปัจจัยเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Hair et al., 2010)

สรุปผลการวิจัย

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์และความน่าเชื่อถือของตัวแปรของการวิจัย

ตัวแปร	TRA	LSQ	LGP	IOC	Cronbach's α	CR	AVE
สมรรถนะการขนส่ง	-	-	-	0.882	0.914	0.842	0.574
คุณภาพบริการโลจิสติกส์	.836**	-	-	0.931	0.910	0.917	0.649
สมรรถนะโลจิสติกส์	.689**	.732**	-	0.924	0.888	0.933	0.738

หมายเหตุ: ** หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($p < 0.01$)

จากตารางที่ 2 พบว่า ความสัมพันธ์ของตัวแปรการวิจัยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับที่สูง โดยสมรรถนะการขนส่งมีความสัมพันธ์กับคุณภาพบริการโลจิสติกส์ มากที่สุด (0.836) รองลงมาคือ คุณภาพบริการโลจิสติกส์ มีความสัมพันธ์กับสมรรถนะโลจิสติกส์ (0.732) และสมรรถนะการขนส่งมีความสัมพันธ์กับสมรรถนะโลจิสติกส์น้อยที่สุด (0.689) และผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทุกตัวแปรอยู่ในระดับที่ดี

ผลวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาระดับสมรรถนะการขนส่งทางถนน คุณภาพการให้บริการ และสมรรถนะโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการขนส่งทางถนนในประเทศไทย พบว่า 1) ด้านสมรรถนะการขนส่ง (TRA) ประกอบด้วย 1) ความถี่ (FRE) 2) ความยืดหยุ่น (FLX) 3) การจัดการความเสี่ยงของการสูญเสียและเสียหาย (LOD) และ 4) การจัดการความเสี่ยงของการล่าช้า (RID) พบว่า ค่าเฉลี่ยของตัวชี้วัดทั้งหมดอยู่ระหว่าง 3.75 - 4.16 ซึ่งอยู่ในระดับที่มาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.582) และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ย

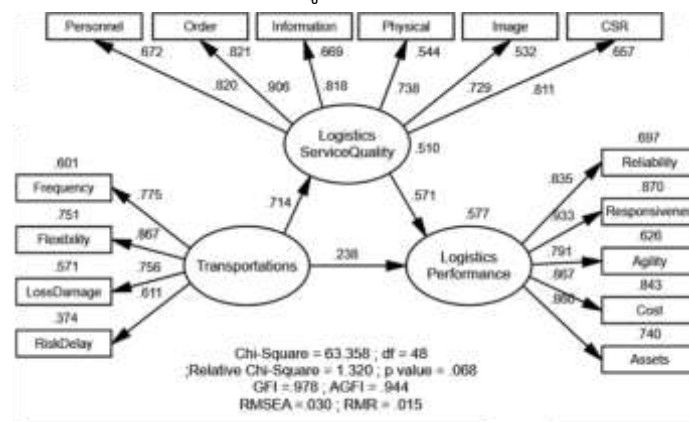
จากมากไปน้อยดังต่อไปนี้ มากที่สุดได้แก่ ด้านความยืดหยุ่น (FLX) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.759) ด้านการจัดการความเสี่ยงของการสูญเสียและเสียหาย (LOD) ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.577) ด้านความถี่ (FRE) ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.780) และด้านการจัดการความเสี่ยงของการล่าช้า (RID) มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.867)

2) ด้านคุณภาพบริการโลจิสติกส์ (LSQ) ประกอบด้วย 1) คุณภาพการติดต่อของบุคลากร (PER) 2) คุณภาพของข้อมูล (ORD) 3) คุณภาพการจัดการคำสั่งซื้อ (ONF) 4) คุณภาพการกระจายสินค้าทางกายภาพ (PHY) 5) ภาพลักษณ์ (IMA) และ 6) ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) พบว่า ค่าเฉลี่ยของตัวชี้วัดทั้งหมดอยู่ระหว่าง 3.56 - 4.37 ซึ่งอยู่ในระดับที่มาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.543) และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยดังต่อไปนี้ มากที่สุดได้แก่ ด้านคุณภาพของข้อมูล (ORD) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.596) ด้านคุณภาพการจัดการคำสั่งซื้อ (ONF) ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.623) ด้านคุณภาพการติดต่อของบุคลากร (PER) ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.596) ด้านภาพลักษณ์ (IMA) ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.852) และด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = 0.821)

3) ด้านสมรรถนะโลจิสติกส์ (LGP) ประกอบด้วย 1) ความน่าเชื่อถือ (REL) 2) การตอบสนอง (RES) 3) ความคล่องตัว (AGR) 4) ต้นทุน (COS) และ 5) สินทรัพย์ (ASS) พบว่า ค่าเฉลี่ยของตัวชี้วัดทั้งหมดอยู่ระหว่าง 4.19 - 4.39 ซึ่งอยู่ในระดับที่มาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.459) และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยดังต่อไปนี้ มากที่สุดได้แก่ ด้านสินทรัพย์ (ASS) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.509) ด้านความน่าเชื่อถือ (REL) ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.500) ด้านการตอบสนอง (RES) ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.548) ด้านความคล่องตัว (AGR) ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.638) และต้นทุน (COS) มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.649)

จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 สมรรถนะการขนส่งสินค้าและคุณภาพการบริการมีบทบาทสำคัญต่อการยกระดับสมรรถนะโลจิสติกส์ของผู้ให้บริการขนส่งทางถนนในประเทศไทย โดยผู้ให้บริการที่มีความยืดหยุ่นสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและเหตุการณ์ไม่คาดคิดได้อย่างทันท่วงที่ปรับรูปแบบวิธีการ และเส้นทางการขนส่งให้เหมาะสมกับความต้องการที่หลากหลายของลูกค้าทำให้การให้บริการมีความต่อเนื่องและไม่สะดุด ขณะเดียวกัน การจัดการด้านความถี่ที่มีรอบการขนส่งสม่ำเสมอและตารางเดินรถที่ชัดเจน ช่วยให้สามารถรองรับปริมาณงานที่เพิ่มขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การจัดการความเสี่ยงด้านการสูญเสีย ความเสียหาย และความล่าช้า มีส่วนช่วยในการรักษาคุณภาพสินค้า ลดความสูญเสีย และสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า ขณะที่การบริหารจัดการสินทรัพย์ เช่น ยานพาหนะ วัสดุอุปกรณ์ และเทคโนโลยี ที่สนับสนุนการดำเนินงาน ทำให้การใช้ทรัพยากรคุ้มค่าและเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่ง นอกจากนี้ การพัฒนาคุณภาพการบริการของบุคลากรมีบทบาทในการสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า ทั้งในด้านการสื่อสารที่สุภาพ ชัดเจน และการให้บริการอย่างเป็นมิตร ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา มีส่วนสนับสนุนการตัดสินใจของลูกค้าและเพิ่มความน่าเชื่อถือของบริการ ขณะเดียวกัน ระบบการจัดการคำสั่งซื้อที่รวดเร็ว ถูกต้อง และเชื่อถือได้ รวมถึงกระบวนการกระจายสินค้าที่ตรงเวลา และปลอดภัย ล้วนเป็นปัจจัยที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความพึงพอใจของลูกค้า

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงของสมรรถนะการขนส่งทางถนน และคุณภาพการให้บริการต่อสมรรถนะโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการขนส่งทางถนนในประเทศไทย



ภาพที่ 2 ความสัมพันธ์แบบสมการโครงสร้างเชิงเส้นของสมรรถนะการขนส่งสินค้าและคุณภาพการบริการ ที่ส่งผลต่อสมรรถนะโลจิสติกส์ของผู้ให้บริการขนส่งทางถนนในประเทศไทย

จากภาพที่ 2 พบว่า ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างของสมรรถนะการขนส่งสินค้าและคุณภาพการบริการ ที่ส่งผลต่อสมรรถนะโลจิสติกส์ของผู้ให้บริการขนส่งทางถนนในประเทศไทย ได้ค่าดัชนีตรวจสอบความสอดคล้องของ โมเดล ดังนี้ ค่า Chi-Square = 63.358, df = 48, Relative Chi-square = 1.320, p-value = .068, GFI = .978, AGFI = .944, RMSEA = .030, RMR = .015 โดยดัชนีมีความสอดคล้องเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด (Hair et al., 2010) และสามารถอธิบายในแต่ละองค์ประกอบดังนี้

1) ด้านสมรรถนะการขนส่ง มีค่าน้ำหนักตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.611 ถึง 0.867 และตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด คือ ด้านความยืดหยุ่น (Flexibility) (Factor loading = 0.867, $R^2 = 0.751$) รองลงมาได้แก่ ด้านความถี่ (Frequency) (Factor loading = 0.775, $R^2 = 0.601$) ด้านการจัดการความเสี่ยงของการสูญเสียและเสียหาย (Loss Damage) (Factor loading = 0.756, $R^2 = 0.571$) และด้านการจัดการความเสี่ยงของการล่าช้า (Risk Delay) มีค่าน้ำหนักของตัวแปรน้อยที่สุด (Factor loading = 0.611, $R^2 = 0.374$) ตามลำดับ

2) ด้านคุณภาพบริการโลจิสติกส์ มีค่าน้ำหนักตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.729 ถึง 0.906 และตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด คือ ด้านคุณภาพการจัดการคำสั่งซื้อ (Order) (Factor loading = 0.906, $R^2 = 0.821$) รองลงมาได้แก่ ด้านคุณภาพการติดต่อของบุคลากร (Personnel) (Factor loading = 0.820, $R^2 = 0.672$) ด้านคุณภาพของข้อมูล (Information) (Factor loading = 0.818, $R^2 = 0.669$) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) (Factor Loading = 0.811, $R^2 = 0.657$) ด้านคุณภาพการกระจายสินค้าทางกายภาพ (Physical) (Factor loading = 0.738, $R^2 = 0.544$) และภาพลักษณ์ (Image) มีค่าน้ำหนักของตัวแปรน้อยที่สุด (Factor loading = 0.729, $R^2 = 0.532$) ตามลำดับ

3) ด้านสมรรถนะโลจิสติกส์ มีค่าน้ำหนักตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.791 ถึง 0.933 และตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด คือ ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) (Factor loading = 0.933, $R^2 = 0.870$) รองลงมาได้แก่ ด้านต้นทุน (Cost) (Factor loading = 0.867, $R^2 = 0.843$) ด้านสินทรัพย์ (Assets) (Factor loading = 0.860, $R^2 = 0.740$) ด้านความน่าเชื่อถือ

(Reliability) (Factor Loading = 0.835, $R^2 = 0.697$) และความคล่องตัว (Agility) มีค่าน้ำหนักของตัวแปรน้อยที่สุด (Factor Loading = 0.791, $R^2 = 0.626$) ตามลำดับ

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาอิทธิพลทางอ้อมของสมรรถนะการขนส่งทางถนนต่อสมรรถนะโลจิสติกส์โดยส่งผ่านคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการขนส่งทางถนนในประเทศไทย พบว่าตัวแปรด้านสมรรถนะการขนส่งมีอิทธิพลเชิงตรงทางบวกต่อคุณภาพบริการโลจิสติกส์ มากที่สุด ซึ่งมีขนาดอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.714 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.510 หมายความว่า สมรรถนะ การขนส่งสามารถพยากรณ์สมรรถนะโลจิสติกส์ ได้ร้อยละ 51.0 รองลงมาคือ ตัวแปรคุณภาพบริการโลจิสติกส์มีอิทธิพลเชิงตรงทางบวกต่อสมรรถนะโลจิสติกส์ ซึ่งมีขนาดอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.571 และด้านสมรรถนะการขนส่งมีอิทธิพลเชิงตรงทางบวกต่อสมรรถนะโลจิสติกส์ น้อยที่สุด ซึ่งมีขนาดอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.238 โดยสมรรถนะการขนส่งสินค้าและคุณภาพบริการโลจิสติกส์ มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ต่อสมรรถนะโลจิสติกส์ของผู้ให้บริการขนส่งทางถนนในประเทศไทย ได้ถึงร้อยละ 82.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	Coefficient (β)	Std. Error	t-value	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H1 สมรรถนะการขนส่งทางถนนมีอิทธิพลทางตรงต่อสมรรถนะโลจิสติกส์	0.290	0.084	3.470***	สนับสนุน
H2 สมรรถนะการขนส่งทางถนนมีอิทธิพลทางตรงต่อคุณภาพบริการโลจิสติกส์	0.722	0.063	11.489***	สนับสนุน
H3 คุณภาพบริการโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางตรงต่อสมรรถนะโลจิสติกส์	0.687	0.082	8.391***	สนับสนุน
H4 สมรรถนะการขนส่งทางถนนมีอิทธิพลทางอ้อมต่อสมรรถนะโลจิสติกส์โดยส่งผ่านคุณภาพบริการโลจิสติกส์	-	-	6.777***	สนับสนุน

หมายเหตุ: *** หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($p < 0.001$)

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมของสมรรถนะการขนส่งสินค้าและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อสมรรถนะโลจิสติกส์ของผู้ให้บริการขนส่งทางถนนในประเทศไทย

ตัวแปร	Logistics Service Quality			Logistics Performance		
	TE	IE	DE	TE	IE	DE
Transportation	0.714	-	0.714	0.646	0.408	0.238
Logistics Service Quality	-	-	-	0.571	-	0.571
เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร						
ตัวแปรแฝง	TRA		LSQ	LGP		
Transportation	1.00					
Logistics Service Quality	0.714	1.00				
Logistics Performance	0.238	0.571	1.00			

หมายเหตุ : TE = ผลอิทธิพลรวม (Total Effect), IE = อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) DE = อิทธิพลทางตรง (Direct Effect)

จากผลการสัมภาษณ์ ผู้ให้บริการขนส่งทางถนนในประเทศไทยสะท้อนมุมมองที่สอดคล้องกันว่า สมรรถนะด้านคุณภาพการบริการ การบริหารจัดการความเสี่ยง การจัดการต้นทุนและสินทรัพย์ ตลอดจนภาพลักษณ์องค์กร ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจโลจิสติกส์ โดยในด้าน คุณภาพการบริการ ผู้ประกอบการเน้นถึงความสำคัญของความน่าเชื่อถือและความยืดหยุ่น ซึ่งมีผลโดยตรงต่อความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของลูกค้า แม้จะมีการใช้เทคโนโลยีช่วยจัดการ แต่ยังคงเผชิญอุปสรรคจากการจราจรและคำสั่งซื้อที่เปลี่ยนแปลงกะทันหัน สำหรับ การบริหารจัดการความเสี่ยง พบว่าผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับมาตรการเชิงป้องกัน เช่น การบำรุงรักษา การฝึกอบรมพนักงาน และ การใช้เทคโนโลยีติดตาม เพื่อควบคุมความเสี่ยงจากอุบัติเหตุ และความล่าช้า ขณะเดียวกัน การบริหารจัดการต้นทุนและสินทรัพย์ ก็ถูกมองว่าเป็นหัวใจในการรักษาความสามารถในการแข่งขัน โดยเฉพาะการควบคุมค่าเชื้อเพลิงและค่าบำรุงรักษา การเพิ่มการใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ และการสร้างเครือข่ายเพื่อลดต้นทุนการเดินรถเปล่า สุดท้ายในมิติของ ภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือ การสื่อสารอย่างตรงไปตรงมา ความเป็นมืออาชีพ และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ล้วนเป็นปัจจัยที่ช่วยสร้าง และรักษาความไว้วางใจจากลูกค้า ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการยกระดับสมรรถนะโลจิสติกส์ไม่เพียงแต่ขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพเชิงปฏิบัติการ แต่ยังรวมถึงการสร้างคุณค่าที่จับต้องได้ต่อทั้งลูกค้าและสังคมในภาพรวมด้วย

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่าสมรรถนะการขนส่งสินค้าและคุณภาพการบริการมีบทบาทสำคัญต่อการยกระดับสมรรถนะโลจิสติกส์ของผู้ให้บริการขนส่งทางถนนในประเทศไทย สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยและยังสอดคล้องกับ Sarder (2020) ที่อธิบายว่าระบบการขนส่งเป็นหัวใจสำคัญของโครงสร้างโลจิสติกส์ โดยการจัดการที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้เกิดการไหลเวียนของสินค้าอย่างราบรื่นและเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในประเด็นเรื่องความยืดหยุ่นและการปรับตัวผู้ให้บริการสามารถตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงและเหตุการณ์ไม่คาดคิดได้อย่างทันท่วงที ซึ่งสอดคล้องกับ Speranza (2018) ที่ระบุว่าความยืดหยุ่นและนวัตกรรมเป็นแนวโน้มสำคัญของระบบขนส่งและโลจิสติกส์ยุคใหม่ ในด้านการบริหารจัดการความเสี่ยง การใช้มาตรการเชิงป้องกัน เทคโนโลยีติดตาม และการวางแผนฉุกเฉินเพื่อป้องกันการสูญเสียและความล่าช้า สอดคล้องกับ Kryvoruchko et al. (2021) ที่ชี้ว่า การบริหารคุณภาพบริการขนส่งต้องครอบคลุมทั้งด้านความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือ เช่นเดียวกับ Twaha and Taifa (2025) ที่พบว่าการประเมินคุณภาพบริการโลจิสติกส์ควรพิจารณาความเสี่ยงและความตรงต่อเวลาเป็นตัวชี้วัดสำคัญ ขณะที่ Sirina and Zubkov (2021) ก็เน้นย้ำถึงความจำเป็นในการจัดการบริการขนส่งเชิงบูรณาการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดความสูญเสียในกระบวนการ ในมิติการบริหารต้นทุนและสินทรัพย์ ผลวิจัยยืนยันว่าการควบคุมค่าใช้จ่ายด้านเชื้อเพลิง การบำรุงรักษา และการลดการเดินรถเปล่าเป็นกลยุทธ์สำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับ Wang et al. (2022) ที่ศึกษาผลกระทบจากการขาดแคลนกำลังการขนส่ง และชี้ว่าการจัดการทรัพยากรและต้นทุนที่มีประสิทธิภาพเป็นปัจจัยหลักในการรักษาสมรรถนะการขนส่งและการตอบสนองต่อความต้องการของตลาด นอกจากนี้ ภาพลักษณ์ และความน่าเชื่อถือขององค์กรที่เกิดจากความเป็นมืออาชีพ การสื่อสารที่โปร่งใส และการดำเนินกิจกรรม CSR ถือเป็นปัจจัยเสริมที่สร้างความไว้วางใจในระยะยาว ซึ่งสอดคล้องกับ Sénquiz-Díaz (2021) ที่ชี้ว่าคุณภาพโครงสร้างพื้นฐาน และภาพลักษณ์ด้านการให้บริการมีผลต่อสมรรถนะโลจิสติกส์และความสามารถในการแข่งขันในตลาดส่งออก และ Shikur (2022) ที่เน้นย้ำว่าสมรรถนะโลจิสติกส์ที่มีคุณภาพเป็นรากฐานสำคัญต่อการค้าระหว่างประเทศ เมื่อพิจารณาผลการทดสอบสมมติฐาน งานวิจัยนี้พบว่าสมรรถนะการขนส่งทางถนนมีทั้งอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อสมรรถนะโลจิสติกส์ โดยคุณภาพการดำเนินงานที่เป็นตัวแปรส่งผ่าน ซึ่งสอดคล้องกับ AbdelMagid et al. (2023)

ที่พัฒนากรอบคุณภาพบริการโลจิสติกส์และยืนยันว่าความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะการขนส่งกับผลลัพธ์ด้านโลจิสติกส์ขึ้นอยู่กับคุณภาพบริการที่นำเสนอ ดังนั้น การยกระดับสมรรถนะโลจิสติกส์ในประเทศไทยจึงต้องพิจารณาควบคู่ทั้งด้านการปฏิบัติการเชิงประสิทธิภาพและการสร้างคุณค่าที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและสังคม เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้

1. **ด้านนโยบาย** ภาครัฐควรสนับสนุนการยกระดับสมรรถนะการขนส่งทางถนนผ่านการลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาเครือข่ายโลจิสติกส์อัจฉริยะ และการออกมาตรการจูงใจด้านภาษีหรือเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำเพื่อช่วยผู้ประกอบการ ปรับปรุงยานพาหนะ เทคโนโลยี และระบบติดตามการขนส่ง รวมทั้งควรกำหนดมาตรฐานความปลอดภัยและคุณภาพบริการ ให้ชัดเจน เพื่อสร้างมาตรฐานอุตสาหกรรมที่โปร่งใสและน่าเชื่อถือ

2. **ด้านวิชาการ** สถาบันการศึกษาและนักวิจัยควรพัฒนาความรู้ใหม่ ๆ เกี่ยวกับการบริหารจัดการโลจิสติกส์ ที่เน้นทั้งประสิทธิภาพและความยั่งยืน ควบคู่กับการวิจัยเชิงประยุกต์ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อใช้ในการวางแผนเส้นทาง และการจัดการต้นทุน อีกทั้งควรมีการจัดทำหลักสูตรและการอบรมที่ตอบสนองความต้องการของอุตสาหกรรม เพื่อพัฒนาบุคลากรด้านการขนส่งให้มีทักษะทั้งด้านเทคนิคและการบริการลูกค้า

3. ด้านการนำไปปฏิบัติ

3.1 ผู้ให้บริการขนส่งควรเสริมสร้างมาตรการป้องกันการสูญหายหรือเสียหายของสินค้าในทุกขั้นตอน พร้อมทั้งมีระบบการบริหารจัดการความเสี่ยงที่ชัดเจน เพื่อช่วยให้การขนส่งตรงต่อเวลา ลดโอกาส การเกิดปัญหา และสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า

3.2 ควรเน้นการสร้างความเป็นมืออาชีพและรักษาชื่อเสียงที่ดีในการดำเนินงานด้านการขนส่ง เพราะ ภาพลักษณ์ขององค์กรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า การสื่อสารที่โปร่งใสและการให้บริการอย่างมี คุณภาพจะช่วยสร้างความมั่นใจและเพิ่มความไว้วางใจได้อย่างยั่งยืน

3.3 ผู้ให้บริการควรดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม เช่น การลดของเสีย การใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกและสร้างความแตกต่างในการแข่งขันทางธุรกิจ

3.4 ควรรักษาความสม่ำเสมอในการส่งมอบสินค้าให้ครบถ้วน ถูกต้อง และตรงเวลา ควบคู่กับการบริหารจัดการต้นทุนการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น และสามารถนำเสนอราคาที่ แข่งขันได้ ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อความคุ้มค่าของบริการขนส่ง

ข้อเสนอแนะเพื่อทำการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรวิจัยเชิงลึกถึงผลกระทบของมาตรการป้องกันความสูญหาย เสียหาย และความล่าช้าต่อระดับ ความไว้วางใจและความจงรักภักดีของลูกค้าควรศึกษาว่าภาพลักษณ์ ความเป็นมืออาชีพ และชื่อเสียงของผู้ให้บริการขนส่ง ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและการรักษาลูกค้าในระยะยาว

2. ควรศึกษาเชิงประจักษ์ถึงบทบาทของการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและสังคม (CSR) ว่ามีผลต่อการรับรู้คุณค่าบริการและการสร้างความแตกต่างในการแข่งขัน

3. ควรศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพกับความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อหาจุดสมดุลระหว่างต้นทุนที่แข่งขันได้กับคุณภาพการบริการ

4. ควรวิจัยเพิ่มเติมถึงบทบาทของดิจิทัลแพลตฟอร์มในการจัดการขนส่ง ทั้งด้านความถี่ความยืดหยุ่น และการจัดการความเสี่ยง เพื่อเพิ่มสมรรถนะโลจิสติกส์ในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

กรมการขนส่งทางบก. (2568). สถิติจำนวนใบอนุญาตประกอบการขนส่ง ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2568.

https://gdcatalog.dlt.go.th/dataset/dataset_stat_1_010

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. (2566, 16 สิงหาคม). สถานการณ์ธุรกิจบริการโลจิสติกส์ของไทยปี 2566.

<https://uploads.tpsgo.th/TPSO-Logistics-info-2566.pdf>

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570). สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี.

AbdelMagid, M., et al. (2023). Transportation System Performance Capabilities for Vulnerable Populations. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 96, 103991.

<https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2023.103991>

Ali, A. H., et al. (2021). Developing a Sustainable Logistics Service Quality Scale for Logistics Service Providers in Egypt. *Logistics*, 5(2), 21. <https://doi.org/10.3390/logistics5020021>

Arabelen, G. and Kaya, H. T. (2021). Assessment of Logistics Service Quality Dimensions: A Qualitative Approach. *Journal of Shipping and Trade*, 6(1), 14.

Dabees, A., et al. (2023). A Framework for Adopting a Sustainable Reverse Logistics Service Quality for Reverse Logistics Service Providers: A Systematic Literature Review. *Sustainability*, 15(3), 1755. <https://doi.org/10.3390/su15031755>

Götz, L. N., et al. (2023). A Framework for Logistics Performance Indicators Selection and Targets Definition: A Civil Construction Enterprise Case. *Production*, 33, e20220075. <https://doi.org/10.1590/0103-6513.20220075>

Gupta, A., et al. (2023). Exploring Relationships Between Service Quality Dimensions and Customers Satisfaction: Empirical Study in Context to Indian Logistics Service Providers. *The International Journal of Logistics Management*, 34(6), 1858-1889. <https://doi.org/10.1108/IJLM-02-2022-0084>

Hair, J. F., et al. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspectives*. Pearson Education, International.

Huma, S., et al. (2020). The Effect of Logistics Service Quality on Customer Loyalty: Case of Logistics Service Industry. *South Asian Journal of Business Studies*, 9(1), 43-61. <https://doi.org/10.1108/SAJBS-10-2018-0114>

- Kryvoruchko, O., et al. (2021). Transport and Logistics Services as a Component of the Transport Complex and Their Quality Management. *Problems and Prospects of Development of the Road Transport Complex: Financing, Management, Innovation, Quality, Safety-Integrated Approach*. Kharkiv: PC TECHNOLOGY CENTER, 42-62. <https://doi.org/10.15587/978-617-7319-45-9.ch4>
- Li, S. (2024). From Transportation Equity to Accessibility Capability: A New Framework to Guide Transportation Planning for Older People. *Journal of Planning Literature*, 39(2), 241-253. <https://doi.org/10.1177/08854122231223802>
- Mentzer, J. T., et al. (2001). Logistics Service Quality as a Segment-Customized Process. *Journal of Marketing*, 65(4), 82-104.
- Mentzer, J. T. and Konrad, B. P. (1991). An Efficiency/Effectiveness Approach to Logistics Performance Analysis. *Journal of Business Logistics*, 12(1), 33.
- Muni, M. S. H., et al. (2024). Relationships Between Service Quality and Customer Satisfaction in Rail Freight Transportation: A Structural Equation Modeling Approach. *Journal of Rail Transport Planning & Management*, 32, 100485. <https://doi.org/10.1016/j.jrtpm.2024.100485>
- Oviedo, D., and Guzman, L. A. (2020). Revisiting Accessibility in a Context of Sustainable Transport: Capabilities and Inequalities in Bogota. *Sustainability*, 12(11), 4464. <https://doi.org/10.3390/su12114464>
- Sarder, M. D. (2020). *Logistics Transportation Systems*. Elsevier.
- Sénquiz-Díaz, C. (2021). Transport Infrastructure Quality and Logistics Performance in Exports. *ECONOMICS-Innovative and Economics Research Journal*, 9(1), 107-124.
- Shikur, Z. H. (2022). The Role of Logistics Performance in International Trade: a Developing Country Perspective. *World Review of Intermodal Transportation Research*, 11(1), 53-69. <https://doi.org/10.1504/WRITR.2022.123100>
- Sirina, N., and Zubkov, V. (2021). Transport Services Management on Transport and Logistic Methods. *Transportation Research Procedia*, 54, 263-273. <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2021.02.072>
- Small, K. A., et al. (2024). *The Economics of Urban Transportation*. Routledge.
- Speranza, M. G. (2018). Trends in Transportation and Logistics. *European journal of Operational Research*, 264(3), 830-836. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2016.08.032>
- Tadesse, M. D., et al. (2022). Key Logistics Performance Indicators in Low-Income Countries: The Case of the Import-Export Chain in Ethiopia. *Sustainability*, 14(19), 12204. <https://doi.org/10.3390/su141912204>

- Taifa, I. W., and Twaha, I. (2025). Development of the Logistics Service Quality Framework for Railway Transportation in Tanzania. *Benchmarking. An International Journal*.
<https://doi.org/10.1108/BIJ-04-2024-0280>
- Twaha, I., and Taifa, I. W. (2025). Quality of Logistics Service Assessment for Multinational Railway Transportation: Results from an Empirical Study. *The TQM Journal*.
<https://doi.org/10.1108/TQM-12-2023-0429>
- Wang, M., et al. (2022). Transportation Capacity Shortage Influence on Logistics Performance: Evidence from the Driver Shortage. *Heliyon*, 8(5).

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจแรงจูงใจในการทำงาน
ของพนักงานเจนเนอเรชั่นซี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
Exploratory Factor Analysis of Work Motivation in Generation Z Employees in
Muang District, Khon Kaen Province

ธนา มังคละสินธุ์¹ อภิชาติ เชื้อเมืองพาน^{2*} และ ประสงค์ ตั้งศิริวัฒนา³

Thana Mangkhalasinthu¹ Apichart Chuemuangphan^{2*} and Prasong Tangsiriwattana³

¹สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการและการจัดการสมัยใหม่ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

^{2,3}นักวิชาการอิสระ

¹Program in Entrepreneurship and Modern Management Faculty of Business Administration,
Northeastern University

^{2,3}Independent scholar

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

วันที่รับบทความ (Received)

1 พฤศจิกายน 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

8 พฤศจิกายน 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

19 พฤศจิกายน 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจนเนอเรชั่นซี กลุ่มตัวอย่างคือพนักงานเจนเนอเรชั่นซีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จำนวน 309 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ผลการวิจัยพบว่า ค่า KMO มีค่าเท่ากับ 0.949 และค่า Bartlett's Test of Sphericity มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่าข้อมูลมีความเหมาะสมต่อการวิเคราะห์องค์ประกอบ โดยผลการวิเคราะห์พบว่าแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจนเนอเรชั่นซีประกอบด้วย 9 องค์ประกอบ ได้แก่ ความสัมพันธ์ในที่ทำงาน การพัฒนาและความก้าวหน้าในงาน ความมั่นคงและคุณภาพชีวิตในการทำงาน บทบาทและนโยบายองค์กร สภาพการทำงาน ความสัมพันธ์และการสนับสนุนในที่ทำงาน การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา การยอมรับและคุณค่าในงาน และ สมรรถนะในการปฏิบัติงาน โดยทั้ง 9 องค์ประกอบสามารถอธิบายความแปรปรวนรวมได้ ร้อยละ 72.391 ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจนเนอเรชั่นซีมีความหลากหลายทั้งในด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ความมั่นคงในงาน และการได้รับการยอมรับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของคนรุ่นใหม่ที่มีแนวโน้มคุณค่า ความสมดุล และความก้าวหน้าในการทำงานมากกว่าปัจจัยทางวัตถุเพียงอย่างเดียว ซึ่งเป็นไปตามที่นักวิชาการหลายท่านได้กล่าวว่าพนักงานเจนเนอเรชั่นซีเน้นสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวและการทำงาน

คำสำคัญ: การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ แรงจูงใจในการทำงาน พนักงานเจนเนอเรชั่นซี

ABSTRACT

The objective of this study was to investigate the factors influencing the motivation of Generation Z employees in the workplace. The sample consisted of 309 Generation Z employees in Mueang District, Khon Kaen Province. The data collection instrument was a questionnaire. Frequency, percentage, mean, standard deviation, and factor analysis were the statistical methods employed for data analysis. The data were deemed appropriate for factor analysis, as Bartlett's Test of Sphericity was statistically significant at the 0.01 level and the KMO value was 0.949. The results indicated that Generation Z employees' work motivation comprised nine components: working relationships, job development and advancement, job security and quality of life, organizational roles and policies, working conditions, supervisory support, job recognition and worth, work performance, and organizational support. These nine components accounted for 72.39% of the total variance. The findings suggested that Generation Z employees' work motivation is multifaceted, encompassing job security, recognition, and interpersonal relationships. This reflects the characteristics of the younger generation, which places a higher value on career advancement, harmony, and meaningful work than on material possessions. These findings are consistent with previous studies indicating that Generation Z employees prioritize a healthy balance between their personal and professional lives.

Keywords: Exploratory Factor Analysis, Work Motivation, Generation Z Employees

บทนำ

พนักงานเจนเนอเรชั่นซีเข้าสู่ตลาดแรงงานตั้งแต่ปี พ.ศ. 2563 มีความเชี่ยวชาญเทคโนโลยี ไม่เชื่อในระบบอาวุโส มั่นใจในตัวเอง และทำงานตามความต้องการของตนมากกว่าค่าตอบแทน (กรุงเทพมหานคร, 2024) เน้นความยืดหยุ่นในการทำงาน การแสวงหาคุณค่าในงาน ตลอดจนความสมดุลของชีวิตส่วนตัวและการทำงาน (Manea and Viranuta, 2023) สะท้อนให้ผู้บริหารเห็นว่าการกำหนดค่าตอบแทนสูง อาจไม่สามารถรักษากำลังงานให้อยู่กับองค์กรระยะยาวได้ เหตุการณ์ดังกล่าวอาจนำไปสู่การสรรหาและฝึกอบรมพนักงานใหม่ โดยเฉพาะช่วงเปลี่ยนถ่ายพนักงานจากกลุ่มอื่นมาสู่กลุ่มเจนเนอเรชั่นซี

แรงจูงใจในการทำงานเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพและความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร ซึ่งแรงจูงใจดังกล่าวอาจเกิดจากแรงจูงใจภายใน เช่น การบรรลุเป้าหมายส่วนตัว หรือแรงจูงใจ

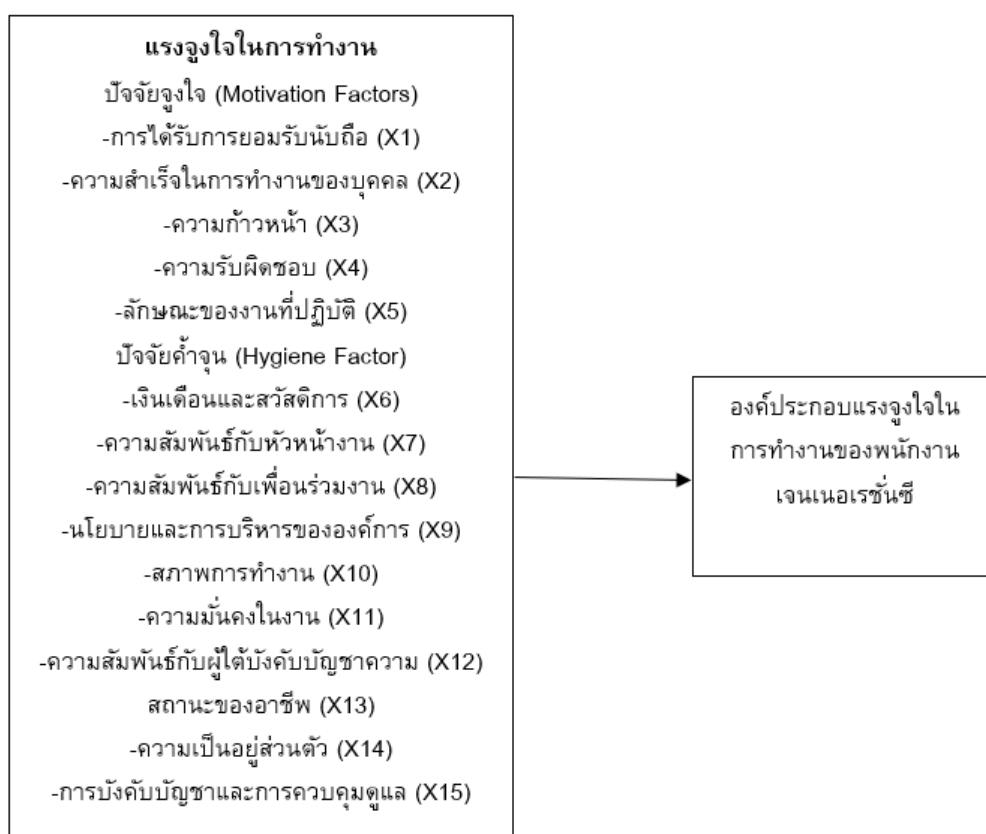
ภายนอก เช่น ค่าตอบแทน (Ryan and Deci, 2017) รวมทั้งพนักงานเจนเนอเรชั่นซีเน้นได้รับการยอมรับ ความเป็นอยู่ที่ดี และการพัฒนาทักษะ (Surugiu et al., 2025)

งานวิจัยชิ้นนี้ประยุกต์ใช้แนวคิดแรงจูงใจหรือทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg (1959, อ้างใน ฉัตรนัย วงษ์คำชัย และ รัฐารีย์ ศิริมงคล, 2567) ทฤษฎีดังกล่าวมีมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1959 คณะผู้วิจัยจึงสนใจวิจัยว่าองค์ประกอบแรงจูงใจในการทำงานยังคงเหมือนเดิมหรือไม่ ซึ่งนักวิชาการสามารถนำองค์ประกอบ แรงจูงใจในการทำงานที่ได้ไปศึกษาความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น และผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ปรับปรุง ระดับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจนเนอเรชั่นซีเพื่อให้พนักงานคงอยู่ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจนเนอเรชั่นซี

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ พนักงานเจนเนอเรชันซีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น คณะผู้วิจัยประยุกต์ใช้หลักการคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างของ MacCallum et al. (1999) ที่ระบุว่า สถิติวิเคราะห์องค์ประกอบควรมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 300 ตัวอย่าง และเพื่อให้ผลการวิจัยน่าเชื่อถือมากขึ้น คณะผู้วิจัยแจกแบบสอบถามจำนวน 350 ชุด โดยมีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก และได้รับแบบสอบถามกลับคืนและมีข้อมูลที่พร้อมประมวลผล 309 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ และวิธีรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยนำแบบสอบถามแบบมีโครงสร้างที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง ความสอดคล้อง และความเหมาะสม ทุกข้อคำถามมีค่า 0.50 ขึ้นไป จากนั้นหาความเชื่อมั่นเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ โดยนำไปทดลองใช้ จำนวน 30 ชุด มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคที่ยอมรับได้ ด้วยมีค่าเท่ากับ 0.982 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 Taber (2018 อ้างถึงใน ตากาญดา อรัญมาลา และคณะ, 2567) คณะผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลภาคสนามจากกลุ่มตัวอย่าง 309 ชุด โดยแจกแบบสอบถามแบบกระจายบริเวณย่านธุรกิจและหน่วยงานราชการในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยหาค่าความถี่ ร้อยละ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ย การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ทั้งนี้ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน (r^2) พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 0.273-0.788 ซึ่งไม่เกิน 0.80 แสดงว่าตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กันตามหลักการของ Belinda and Peat (2014 อ้างถึงใน Shrestha, 2020)

สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า พนักงานเจนเนอเรชันซี ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 53.7 มีอายุ 25-27 ปี จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 48.2 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน/รับจ้าง จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 82.8 และมีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 15,000-10,000 บาท จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจนเนอเรชันซี ผลการวิเคราะห์ พบว่า มีค่า KMO เท่ากับ 0.949 ซึ่งมากกว่า 0.50 และมีค่า Bartlett's Test of Sphericity เท่ากับ 17154.884 ค่า df เท่ากับ 1596 ค่า Sig เท่ากับ 0.00 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงนำข้อมูลมาใช้วิเคราะห์องค์ประกอบได้

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Factor analysis แสดงผลของ Rotation sums of squared loadings

Total variance explained						
องค์ประกอบ	Extraction sums of squared loadings			Rotation sums of squared loadings		
	Total	% of	Cumulative	Total	% of	Cumulative
		Variance	%		Variance	%
1	29.080	51.017	51.017	6.729	11.806	11.806
2	2.412	4.232	55.248	6.668	11.699	23.505
3	1.890	3.315	58.564	5.864	10.287	33.792
4	1.708	2.996	61.560	5.088	8.926	42.718
5	1.511	2.651	64.211	4.617	8.100	50.818
6	1.375	2.412	66.623	4.455	7.816	58.634
7	1.210	2.123	68.746	2.894	5.078	63.712
8	1.064	1.868	70.614	2.731	4.791	68.503
9	1.013	1.778	72.391	2.216	3.888	72.391

จากตารางที่ 1 การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Factor analysis แสดงผลของ Rotation sums of squared loadings พบว่า เมื่อพิจารณาค่าไอเกน (eigen value) ซึ่งเป็นผลรวมกำลังสองของสัมประสิทธิ์ขององค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบที่มีค่ามากกว่า 1 มีทั้งหมด 9 องค์ประกอบ สามารถอธิบายความแปรปรวนสะสมได้ร้อยละ 72.391 ของความแปรปรวนทั้งหมด ภายหลังจากการหมุนแกนแล้วพบว่า องค์ประกอบที่ 1 ลดความสำคัญลง มีค่าความแปรปรวนลดลงจากร้อยละ 29.080 เหลือร้อยละ 6.729 ส่วนองค์ประกอบที่ 2, 3, 4, 5 และ 6 เมื่อหมุนแกนแล้วจะมีค่าความแปรปรวนเพิ่มขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับก่อนการหมุนแกนผู้วิจัยจึงทำการสกัดองค์ประกอบ 9 องค์ประกอบดังตารางที่ 2

จากตารางที่ 2 แสดงค่าน้ำหนักองค์ประกอบในแต่ละตัวแปรภายหลังการหมุนแกนแบบอโรทอนอลโดยวิธีแวนริแมกซ์ (Orthogonal rotation using the Varimax method) และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เพื่อจำแนกว่าตัวแปรแต่ละตัวควรจัดอยู่ในองค์ประกอบใด ใช้เกณฑ์การพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบตามเกณฑ์ คือ เลือกตัวแปรที่มีน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่ามากกว่า 0.300 (Stevens, 1996) เลือกแถวแถวและรายคอลัมน์แล้ว จึงพิจารณาเป็นองค์ประกอบ ถ้าตัวแปรใดมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบใกล้เคียงกันหลายค่ามากกว่า 1 องค์ประกอบ จะเลือกตัวแปรที่มีน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุดบนองค์ประกอบนั้น ตัวแปรในองค์ประกอบทั้ง 9 องค์ประกอบ ดังผลในตารางที่ 2

องค์ประกอบที่ 1 ด้านความสัมพันธ์ในที่ทำงาน มี 10 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.461-0.718 คือ ผู้ได้บังคับบัญชาร่วมมือดี ผู้ได้บังคับบัญชาช่วยเหลือเวลาเดือดร้อน เข้ากับเพื่อนร่วมงาน

เป็นอย่างดี ผู้บังคับบัญชามีความเข้าใจกันดี ผู้บังคับบัญชาบริหารงานดี ผู้ใต้บังคับบัญชาสนทนสนมและจริงใจ หน้าที่ของพนักงานมีความสำคัญ เป็นอาชีพที่มีเกียรติ เพื่อนร่วมงานรับฟังความคิดเห็น และเพื่อนร่วมงานช่วยเหลือดี

องค์ประกอบที่ 2 ด้านการพัฒนาและความก้าวหน้าในงาน มี 11 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.426-0.726 คือ ฝึกอบรมเรียนรู้สิ่งใหม่ โอกาสแสดงความสามารถ ศึกษาต่อและดูงาน ระบุหน้าที่ความรับผิดชอบ ความคิดสร้างสรรค์ เส้นทางความก้าวหน้า เป็นส่วนหนึ่งของงาน มีความรู้และความสามารถ ความไว้วางใจและได้รับความเชื่อถือ องค์การจัดอบรม/สอนงานอยู่เสมอ และพอใจกับผลงานในอดีต

องค์ประกอบที่ 3 ด้านความมั่นคงและคุณภาพชีวิตในการทำงาน มี 9 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.410-0.676 คือ ความมั่นคงต่ออนาคต สถานที่ปฏิบัติงานใกล้บ้าน ความมั่นคงและโอกาสก้าวหน้า องค์การมั่นคง ไม่กระทบชีวิตส่วนตัว พอใจกับความเป็นอยู่ ชั่วโมงทำงานเหมาะสม อาชีพเป็นที่ยอมรับในสังคม และงานน่าสนใจ

องค์ประกอบที่ 4 บทบาทและนโยบายองค์กร มี 5 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.527-0.729 คือ กำหนดหน้าที่ชัดเจน กำหนดแผนงานชัดเจน กำหนดโครงสร้างองค์กรชัดเจน มีนโยบายและแนวปฏิบัติชัดเจน และมีการสื่อสารนโยบาย

องค์ประกอบที่ 5 สภาพการทำงาน (Work Environment Factors) มี 6 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.428-0.716 คือ ค่าตอบแทนเหมาะสมกับงาน ค่าตอบแทนเหมาะสมกับความรู้ บรรยากาศการทำงานเหมาะสม สถานที่ในการปฏิบัติงานมั่นคงปลอดภัย ผู้บังคับบัญชารับฟังความเห็น และเครื่องมือ/อุปกรณ์ มีสภาพดีและเพียงพอ

องค์ประกอบที่ 6 ความสัมพันธ์และการสนับสนุนในที่ทำงาน (Workplace Relationships and Support) มี 6 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.412-0.752 คือ ยุติธรรมในการมอบหมายงาน ผู้บังคับบัญชาเป็นกันเอง สวัสดิการเหมาะสม ผู้บังคับบัญชาให้กำลังใจในการปฏิบัติงาน ผู้บังคับบัญชาช่วยเหลือ ปรับความเข้าใจกับเพื่อนร่วมงานได้ดี

องค์ประกอบที่ 7 การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา มี 4 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.402-0.567 คือ ผู้บังคับบัญชาควบคุมการปฏิบัติงานใกล้ชิด มีเวลาดูแลสุขภาพร่างกาย ผู้บังคับบัญชาแนะนำทุกครั้งที่มีปัญหา ความยุติธรรมในการแบ่งและกระจายงาน

องค์ประกอบที่ 8 การยอมรับและคุณค่าในงาน มี 3 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.462-0.540 คือ แสดงความคิดเห็น ไว้วางใจมอบหมายงาน และมีเกียรติและภาคภูมิใจ

องค์ประกอบที่ 9 สมรรถนะในการปฏิบัติงาน มี 3 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.437-0.651 คือ ความสามารถที่มีประสบการณ์ ตรงความรู้ที่ได้ศึกษา ปฏิบัติงานตามหน้าที่

ตารางที่ 2 น้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจนเนอเรชั่นซีที่หมุนแกนแบบ
ออโรโกนอลโดยวิธีแวนนิแมกซ์

ตัวแปร	องค์ประกอบ								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
ผู้ได้บังคับบัญชา ร่วมมือดี	0.718								
ผู้ได้บังคับบัญชา ช่วยเหลือเวลา เดือดร้อน	0.708								
เข้ากับเพื่อน ร่วมงานเป็นอย่างดี	0.642								
ผู้บังคับบัญชามี ความเข้าใจกันดี	0.612								
ผู้บังคับบัญชา บริหารงานดี	0.564								
ผู้ได้บังคับบัญชา สนิทสนมและ จริงใจ	0.543								
หน้าที่ของพนักงาน มีความสำคัญ	0.524								
เป็นอาชีพที่มี เกียรติ	0.504								
เพื่อนร่วมงานรับฟัง ความคิดเห็น	0.474								
เพื่อนร่วมงาน ช่วยเหลือดี	0.416								
ฝึกอบรมเรียนรู้สิ่ง ใหม่		0.726							
โอกาสแสดง ความสามารถ		0.639							

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ตัวแปร	องค์ประกอบ								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
ศึกษาต่อและดูงาน		0.634							
ระบุหน้าที่ความรับผิดชอบ		0.625							
ความคิดสร้างสรรค์		0.624							
เส้นทางความก้าวหน้า		0.594							
เป็นส่วนหนึ่งของงาน		0.533							
มีความรู้และความสามารถ		0.458							
ความไว้วางใจและได้รับความเชื่อถือ		0.440							
องค์กรจัดอบรม/สอนงานอยู่เสมอ		0.436							
พอใจกับผลงานในอดีต		0.426							
ความมั่นคงต่ออนาคต			0.676						
สถานที่ปฏิบัติงานใกล้บ้าน			0.621						
ความมั่นคงและโอกาสก้าวหน้า			0.609						
องค์กรมั่นคง			0.590						

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ตัวแปร	องค์ประกอบ								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
ไม่กระทบชีวิต ส่วนตัว			0.543						
พอใจกับความ เป็นอยู่			0.528						
ชั่วโมงทำงาน เหมาะสม			0.514						
อาชีพเป็นที่ ยอมรับในสังคม			0.509						
งานน่าสนใจ			0.410						
กำหนดหน้าที่ ชัดเจน				0.729					
กำหนด แผนงานชัดเจน				0.678					
กำหนด โครงสร้าง องค์กรชัดเจน				0.677					
มีนโยบายและ แนวปฏิบัติ ชัดเจน				0.566					
มีการสื่อสาร นโยบาย				0.527					
ค่าตอบแทน เหมาะสมกับ งาน					0.716				
ค่าตอบแทน เหมาะสมกับ ความรู้					0.706				

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ตัวแปร	องค์ประกอบ								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
บรรยากาศการ									
ทำงาน					0.612				
เหมาะสม									
สถานที่ในการ									
ปฏิบัติงาน					0.601				
มั่นคงปลอดภัย									
ผู้บังคับบัญชา					0.508				
รับฟังความเห็น									
เครื่องมือ/									
อุปกรณ์ มี					0.428				
สภาพดีและ									
เพียงพอ									
ยุติธรรมในการ						0.752			
มอบหมายงาน									
ผู้บังคับบัญชา						0.681			
เป็นกันเอง									
สวัสดิการ						0.662			
เหมาะสม									
ผู้บังคับบัญชา									
ให้กำลังใจใน						0.640			
การปฏิบัติงาน									
ผู้บังคับบัญชา						0.568			
ช่วยเหลือ									
ปรับความเข้าใจ									
กับเพื่อน						0.412			
ร่วมงานได้ดี									

ตารางที่ 2 น้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจนเนอเรชั่นซีที่หมุนแกนแบบ
ออโรไกนอลโดยวิธีแวกซ์ (ต่อ)

ตัวแปร	องค์ประกอบ								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
ผู้บังคับบัญชา									
ควบคุมการ							0.567		
ปฏิบัติงาน									
ใกล้ชิด									
มีเวลาดูแล							0.523		
สุขภาพร่างกาย									
ผู้บังคับบัญชา									
แนะนำทุกครั้ง							0.472		
ที่มีปัญหา									
ยุติธรรมในการ									
แบ่งและ							0.402		
กระจายงาน									
แสดงความ								0.540	
คิดเห็น									
ไว้วางใจ								0.507	
มอบหมายงาน									
มีเกียรติและ								0.462	
ภาคภูมิใจ									
ความสามารถที่									0.651
มีประสบการณ์									
ตรงความรู้ที่ได้									0.623
ศึกษา									
ปฏิบัติงานตาม									0.437
หน้าที่									

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัย พบว่า มีทั้งหมด 9 องค์ประกอบ มีความเหมือนและแตกต่างกับทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg หลายประการ โดยเฉพาะความแตกต่างในมิติด้านคุณภาพชีวิตและสมดุลชีวิตการทำงานที่ Herzberg ไม่ได้ระบุโดยตรง ทั้งนี้สามารถอภิปรายผลการวิจัยแยกตามองค์ประกอบได้ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ด้านความสัมพันธ์ในที่ทำงาน เนื่องจากพนักงานให้ความสำคัญกับการมีตัวตนของตนเองในที่ทำงาน ต้องการการยกย่องและได้รับการยอมรับ เพื่อให้รู้สึกว่ามีคุณค่าและมีความสำคัญ สอดคล้องกับ Surugiu et al. (2025) ที่ระบุว่า ความสัมพันธ์ในที่นั้นเป็นปัจจัยที่มีนัยสำคัญต่อแรงจูงใจพนักงานเจนเนอเรชันซี

องค์ประกอบที่ 2 ด้านการพัฒนาและความก้าวหน้าในงาน เนื่องจากพนักงานให้ความสำคัญกับการได้รับโอกาสในงานที่มีความหมายและท้าทาย มีมุมมองระยะยาว และโอกาสในการเรียนรู้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Surugiu et al. (2025) ที่พบว่า โอกาสพัฒนาทักษะรวมถึงการฝึกอบรมเป็นแรงจูงใจสำหรับพนักงานเจนเนอเรชันซี

องค์ประกอบที่ 3 ด้านความมั่นคงและคุณภาพชีวิตในการทำงาน เนื่องจากพนักงานต้องการความมั่นคงทางด้านร่างกายจิตใจ และเน้นคุณภาพชีวิตที่ดีควบคู่กัน สอดคล้องกับที่ Bińczycki et al. (2023) พบว่า ความมั่นคงในงานเป็นหนึ่งในความคาดหวังของพนักงานเจนเนอเรชันซีเมื่อมองหางาน

องค์ประกอบที่ 4 บทบาทและนโยบายองค์กร องค์กรที่มีระบบการบริหารจัดการที่ชัดเจน ย่อมช่วยให้พนักงานเข้าใจบทบาท หน้าที่ และเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น ส่งผลต่อประสิทธิภาพและแรงจูงใจในการทำงาน สอดคล้องกับ Zafar et al. (2021) ที่ระบุว่า ความชัดเจนของโครงสร้างและนโยบายองค์กรช่วยสร้างการทำงานที่เป็นระบบ และส่งเสริมการตัดสินใจของพนักงานอย่างมีประสิทธิภาพ

องค์ประกอบที่ 5 สภาพการทำงาน เนื่องจากพนักงานต้องการทราบกรอบการทำงานของตนเอง ไม่ทำงานนอกเหนือภาระงานของตน แต่รับผิดชอบในส่วนงานที่อยู่ในขอบเขตงานของตนเองอย่างเต็มที่ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Gazi (2024) ที่ระบุว่าความเป็นระบบของโครงสร้างองค์กรและความชัดเจนของนโยบายมีผลต่อการรับรู้ด้านคุณภาพชีวิตในการทำงานโดยตรง และส่งผลต่อแรงจูงใจและการคงอยู่ในองค์กรในระยะยาว

องค์ประกอบที่ 6 ความสัมพันธ์และการสนับสนุนในที่ทำงาน นโยบายยุติธรรมช่วยให้พนักงานรู้สึกมั่นคงและภักดีต่อองค์กร ประกอบกับพนักงานมุ่งเน้นความสบายใจ สอดคล้องกับงานของ Wang et al. (2021) ที่ระบุว่าความยุติธรรมเชิงกระบวนการและเชิงปฏิสัมพันธ์ของผู้บังคับบัญชา ส่งผลต่อความพึงพอใจและแรงจูงใจภายในของพนักงาน สอดคล้องกับลักษณะของคนรุ่นใหม่ที่เน้นความเท่าเทียมและโปร่งใสจากองค์กร ความสนับสนุนของผู้บังคับบัญชามีบทบาทสำคัญต่อความไว้วางใจและความผูกพันของพนักงาน

องค์ประกอบที่ 7 การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา เนื่องจากพนักงานเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับการได้รับคำแนะนำ การยอมรับ และการช่วยเหลือจากผู้บังคับบัญชา ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าบทบาทของผู้นำ

มีผลต่อแรงจูงใจของบุคลากร สอดคล้องกับ Khalid et al. (2020) ที่ระบุว่า การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา ช่วยส่งเสริมให้พนักงานไว้วางใจและมุ่งมั่นในการทำงานมากขึ้น

องค์ประกอบที่ 8 การยอมรับและคุณค่าในงาน เนื่องจากการได้รับการยอมรับในที่ทำงานช่วยเพิ่มความรู้สึกเป็นเจ้าของและเพิ่มคุณค่าในงานที่ทำ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Nawangsari and Sutawidjaya (2021) พบว่า การมีส่วนร่วมของพนักงานมีผลเชิงบวกต่อแรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันกับองค์กร นอกจากนี้ การที่ผู้บังคับบัญชามอบหมายงานแสดงถึงความเชื่อมั่นในความสามารถ ซึ่งช่วยเสริมสร้างแรงจูงใจภายใน งานของ Koay et al. (2021) ระบุว่าความไว้วางใจจากผู้บังคับบัญชามีผลต่อการพัฒนาความมุ่งมั่นในงาน และความผูกพันทางจิตใต้สภาวะองค์กร ความรู้สึกมีเกียรติและภาคภูมิใจเป็นอีกองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ถึงคุณค่าของตนในงานและองค์กร

องค์ประกอบที่ 9 สมรรถนะในการปฏิบัติงาน เนื่องจากพนักงานมีแนวโน้มเรียนรู้ด้วยตนเองและต้องการก้าวหน้าในสายอาชีพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Cheng et al. (2021) พบว่า ความสามารถของบุคลากรมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในงานและแรงจูงใจภายใน โดยเฉพาะเมื่อพนักงานใช้ความรู้และทักษะที่ได้เรียนรู้มาปรับใช้กับการทำงานจริง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

ข้อเสนอแนะในทางปฏิบัติ

องค์กรควรส่งเสริมทางสังคมด้วยการนำเสนอแพลตฟอร์มที่ให้โอกาสในการแบ่งปันปัญหาและหาแนวทางร่วมกัน

องค์กรควรออกแบบโปรแกรมฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง และเชื่อมโยงกับเป้าหมายอาชีพของพนักงาน และกำหนดเส้นทางอาชีพให้พนักงานมองเห็นการเติบโตในระยะยาว

องค์กรควรออกแบบคำบรรยายหน้าที่และแผนงานที่เป็นลายลักษณ์อักษร รวมทั้งแสดงโครงสร้างองค์กร เพื่อให้พนักงานทราบถึงบทบาทหน้าที่ของตนเอง

องค์กรควรสื่อสารที่เปิดกว้าง การให้คำปรึกษา และการสร้างแรงสนับสนุนแก่พนักงาน ซึ่งช่วยลดความวิตกกังวลและสร้างความเชื่อมั่นในการทำงาน โดยเฉพาะผ่านสื่อออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย

องค์กรควรมีโครงสร้างชัดเจน โปร่งใส และยืดหยุ่น โดยเฉพาะในเรื่องบทบาทหน้าที่ ความคาดหวัง และเป้าหมายของงาน เพื่อให้พนักงานรู้ขอบเขตความรับผิดชอบของตนเองอย่างชัดเจน ขณะเดียวกัน ควรส่งเสริมบรรยากาศการทำงานที่เป็นมิตร สนับสนุนการสื่อสารสองทาง และจัดสวัสดิการตามความต้องการของคนรุ่นใหม่

องค์กรควรสร้างวัฒนธรรมการทำงานแบบร่วมมือที่เน้นความยุติธรรม ความโปร่งใส และความเคารพซึ่งกันและกัน ผู้บังคับบัญชาควรมีบทบาทในการส่งเสริมการสื่อสารภายในทีมอย่างเท่าเทียม

องค์กรควรจัดให้หัวหน้างานมีบทบาทเชิงรุกในการให้คำปรึกษา แนะนำ และสนับสนุนการทำงานของพนักงาน

องค์กรควรออกแบบระบบการยกย่องและการให้รางวัลที่เน้นการรับรู้คุณค่าของพนักงาน
องค์กรควรจัดทำแผนพัฒนาสมรรถนะรายบุคคลที่เชื่อมโยงกับทักษะและประสบการณ์ของพนักงาน
เจนเนอเรชันซี สนับสนุนการเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์ และการเรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาหาค่าขององค์ประกอบแรงจูงใจในการทำงาน คณะผู้วิจัยจึงเสนอแนะให้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจนเนอเรชันซีกับตัวแปรอื่น เช่น ความผูกพันของพนักงาน ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน ความพึงพอใจ และความเป็นอยู่ที่ดี เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กรุงเทพธุรกิจ. (2024, 22 มกราคม). โลกการทำงานของ ‘Gen Z’ ทำไม? องค์กรขอบาย เป็นตัวปัญหา...จริง หรือ!! กรุงเทพธุรกิจ. <https://www.bangkokbiznews.com/health/labour/1109561>.
- ฉัตรดนัย วงษ์คำชัย และ ฐิตารีย์ ศิริมงคล. (2567). องค์ประกอบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 3 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 14(4), 31-46.
- ดากาญดา อธิฐมาลา, ศุภกร ใหม่คามิ และธนา มังคละสินธุ์. (2567). การวิเคราะห์องค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์สีเขียวในมุมมองของผู้บริโภค. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 14(4), 276-285.
- Bińczycki, B., et al. (2023). Determinants of Motivation to Work in Terms of Industry 4.0—The Gen Z Perspective. *Sustainability*, 15(15), 12069.
- Cheng, B., et al. (2021). Enhancing Job Satisfaction and Motivation Through Workplace Learning: The Role of Employee Competence. *Computers in Human Behavior*, 124, 106899.
- Gazi, M. A. I. (2024). Factors Affecting the Quality of Work Life for Industrial Labour. *Journal of Social and Administrative Sciences*, 11(2), 56–68.
- Gazi MAI, et al. (2024). Factors Affecting the Quality of Work Life for Industrial Labour Force: Empirical Evidence from a Developing Country. *BMC Psychol*, 12(1), 589.
- Khalid, N., et al. (2020). When and How Abusive Supervision Leads to Knowledge Hiding Behaviors: An Islamic Work Ethics Perspective. *Leadership & Organization Development Journal*, 41(3), 341–356.

- Koay, K. Y., et al. (2021). Trust in Supervisor and Work Engagement: The Mediating Role of Psychological Safety. *European Business Review*, 33(2), 304–321.
- MacCallum, R. C., et al. (1999). Sample Size in Factor Analysis. *Psychological Methods*, 4(1), 84-99.
- Manea, L. and Virlanuta, F. O. (2023). Motivation Factors and Work Behavior Among Generation Z employees. *Journal of Management Development*, 42(2), 180–197.
- Nawangარი, L. C. and Sutawidjaya, A. H. (2021). The Influence of Employee Participation and Communication on Work Motivation and Organizational Commitment. *Management Science Letters*, 11(2), 505–514.
- Ryan, R. M. and Deci, E. L. (2017). *Self-Determination Theory: Basic Psychological Needs in Motivation, Development, and Wellness*. Guilford Press.
- Shrestha, N. (2020). Detecting Multicollinearity in Regression Analysis. *American journal of Applied Mathematics and Statistics*, 8(2), 39-42.
- Stevens, J. (1996). *Applied Multivariate Statistics for the Social Sciences* (3rd ed.). Lawrence Erlbaum Associates
- Surugiu, C., et al. (2025). Factors Motivating Generation Z in the Workplace: Managerial Challenges and Insights. *Administrative Sciences*, 15(1), 29. 1-24.
- Wang, Z., Xu, H. and Li, S. (2021). Organizational Justice and Employee Motivation: The Moderating Role of Trust in Management. *Frontiers in Psychology*, 12, 707913.
- Zafar, A., et al. (2021). Impact of Organizational Structure and Policies on Employee Performance: Evidence from Service Sector Organizations. *International Journal of Management Studies*, 28(4), 56–72.

ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากับการบริหารงาน
ตามมาตรฐานการอาชีวศึกษา สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี
The Relationship Between Digital Leadership of School Administrators and
Vocational Education Administration Standards in Kanchanaburi

นิทัศน์ บุญมา^{1*} และ มิตรภาณี พุ่มกล่อม²

Nithad Boonma^{1*} and Mitparnee Pumklom²

^{1,2} คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

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

*Corresponding author's email: Nithadboonma@kanvc.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

22 สิงหาคม 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

25 กันยายน 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

1 พฤศจิกายน 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อสำรวจภาวะผู้นำดิจิทัล การดำเนินงานตามมาตรฐานการอาชีวศึกษา ตลอดจนศึกษาความเชื่อมโยงระหว่างภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากับการจัดการตามมาตรฐานการอาชีวศึกษา ในสถานศึกษาที่สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้บริหารสถานศึกษา 14 คน และครูผู้สอน 172 คน รวมทั้งสิ้น 186 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นตามขนาดของสถานศึกษา เครื่องมือวิจัยที่นำมาใช้คือแบบสอบถามชนิดมาตรประมาณค่า 5 ระดับ ในการวิจัยครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ได้รับการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ในช่วง 0.67–1.00 และมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.98 การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมถึงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากการวิจัย พบว่า 1) ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาในภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการมีวิสัยทัศน์ ด้านเครือข่ายความร่วมมือดิจิทัล ด้านการปรับตัวสู่ยุคดิจิทัล และด้านการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ในโลกดิจิทัล สำหรับด้านที่มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านความรู้และทักษะดิจิทัล 2) การบริหารงานตามมาตรฐานการอาชีวศึกษาของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมและรายด้านมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการจัดการอาชีวศึกษา ด้านลักษณะของผู้สำเร็จการศึกษาอาชีวศึกษาที่พึงประสงค์ และด้านการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ และ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากับ

การบริหารงานตามมาตรฐานการอาชีวศึกษา สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี พบว่ามีความสัมพันธ์ทางบวกระดับสูง ($r=0.82$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01

คำสำคัญ: ผู้บริหารสถานศึกษา, ภาวะผู้นำดิจิทัล, มาตรฐานการอาชีวศึกษา

ABSTRACT

The study aimed to examine digital leadership, vocational education management standards, and the relationship between administrators' digital leadership and management practices in vocational institutions under the Kanchanaburi Vocational Education Office. The sample comprised 186 participants, including 14 administrators and 172 teachers, selected through stratified random sampling by institution size. The data were collected using a five-point Likert scale questionnaire, with content validity indices ranging from 0.67 to 1.00 and a reliability coefficient of 0.98. The descriptive statistics (percentage, mean, and standard deviation) and Pearson's correlation coefficient were employed for data analysis at the 0.05 significance level.

The findings were as follows; 1) the digital leadership of school administrators under the Kanchanaburi Vocational Education, overall were dividually at highest level. In terms of aspect at the highest level as vision, digital collaboration networks, adaptation to the digital era, and the creation of a digital learning culture and the high level was digital knowledge and skills, 2) the administration according to vocational education standards by school administrators under the Kanchanaburi Vocational Education, overall and each individual aspect were at the highest level, from high to low as vocational education management, desirable characteristics of vocational graduates, and the creation of a learning society, and 3) the study revealed that the digital leadership of school administrators was highly and positively correlated with administration in accordance with the Vocational Education Administration Standards in Kanchanaburi ($r = 0.82$), with statistical significance at the 0.01 level.

Keywords: Administrators, Digital leadership, Vocational Education Standards

บทนำ

ตามวิสัยทัศน์ของแผนการศึกษาแห่งชาติที่มุ่งสร้างโอกาสทางการศึกษาและการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิตให้กับประชาชนไทย โดยเน้นคุณภาพการศึกษาและการดำรงชีวิตอย่างมีความสุขบนพื้นฐานปรัชญา

ของเศรษฐกิจพอเพียง ตลอดจนสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของโลกในศตวรรษที่ 21 เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว แผนการศึกษาแห่งชาติได้กำหนดแนวทางการพัฒนาผู้เรียน โดยมุ่งสร้างคุณลักษณะและสมรรถนะสำคัญที่จำเป็นต่อการเรียนรู้ในยุคปัจจุบัน พร้อมกับกำหนดเป้าหมายการจัดการศึกษา 5 ประการ โดยยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาศักยภาพคนทุกช่วงวัย และการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ ผู้เรียนมีทักษะและคุณลักษณะพื้นฐานของพลเมืองไทย และทักษะและคุณลักษณะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 (กระทรวงศึกษาธิการ, 2560)

หลักการตามนโยบาย กระทรวงศึกษาธิการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 ได้กำหนดหลักการสำคัญในข้อที่ 3 คือ การดำเนินการตามนโยบายของกระทรวงศึกษาธิการ เพื่อมุ่งเน้นผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของภาคการศึกษาที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้เรียนและประชาชน โดยมุ่งเป้าหมายการพัฒนาการศึกษาเพื่อร่วมกัน พลิกโฉมการศึกษาสู่ยุคดิจิทัล ทั้งนี้ เพื่อพัฒนาผู้เรียนไปสู่เป้าหมายของการเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ โดยคำนึงถึงชาติ ศาสนา ศิลปะ ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม กีฬา ความปลอดภัย ความมีโอกาสและเสมอภาคทางการศึกษา รวมทั้งมีสมรรถนะที่สำคัญจำเป็นสำหรับโลกยุคใหม่ ส่งเสริมให้ผู้เรียนทุกช่วงวัยได้เรียนรู้ตามความสนใจผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์มที่หลากหลาย พัฒนาทักษะอาชีพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของการจัดการศึกษาหลักสูตรอาชีวศึกษาเพื่อขับเคลื่อนการผลิตและพัฒนากำลังคนตามกรอบคุณวุฒิแห่งชาติ การใช้ดิจิทัลในการจัดการศึกษา สำหรับการส่งเสริมสนับสนุนวิชาชีพครู บุคลากรทางการศึกษา และบุคลากร (กระทรวงศึกษาธิการ, 2565)

สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ได้เปิดรับโอกาสและแนวคิดในการยกระดับการจัดการอาชีวศึกษา ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล โดยการเข้าสู่กระบวนการเปลี่ยนผ่านสู่ความเป็นดิจิทัล มุ่งเน้นการพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา ให้เป็นกำลังคนสมรรถนะสูง มุ่งเรียนรู้อย่างต่อเนื่องในทุกมิติของกระบวนการเปลี่ยนผ่านสู่ความเป็นดิจิทัล ประกอบด้วย 5 มิติ โดยเฉพาะมิติด้านบุคลากร สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาให้คุณค่ากับบุคลากรทั้งระบบ ตั้งแต่นักเรียน นักศึกษา ครู อาจารย์ ข้าราชการ บุคลากร และผู้บริหารในฐานนุชนมนุษย์ และตระหนักเป็นอย่างยิ่งว่ากระบวนการเปลี่ยนผ่านสู่ความเป็นดิจิทัลของสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาจะไม่เกิดขึ้นได้เลยหากปราศจากการเปลี่ยนแปลงในระดับบุคคล โดยถือว่าผู้บริหารถือเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จของหน่วยงานในการเปลี่ยนแปลงสู่องค์กรดิจิทัลเป็นอย่างยิ่ง (นิรุจน์ บุตรแสนลี, 2565)

ผู้บริหารสถานศึกษาปัจจุบันต้องเผชิญกับความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงและความเป็นพลวัตของโลกอย่างต่อเนื่อง จึงจำเป็นต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ โดยมุ่งสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดรับการเปลี่ยนแปลง จัดการความรู้ให้สอดคล้องกับยุคดิจิทัล ส่งเสริมการทำงานร่วมกันเป็นเครือข่าย และพัฒนาความรู้กับทักษะด้านเทคโนโลยี เพื่อนำมาใช้ในการยกระดับคุณภาพการศึกษาอย่างมีประสิทธิภาพ (ทินกร เผ่ากันทะ และ กัลยารัตน์ เมธีวีรวงศ์, 2565)

มาตรฐานการอาชีวศึกษาเป็นแนวทางที่กำหนดคุณลักษณะและคุณภาพที่พึงประสงค์ของการจัดการอาชีวศึกษา ใช้เป็นเกณฑ์ในการส่งเสริม กำกับ ดูแล ตรวจสอบ ประเมินผล และประกันคุณภาพการศึกษา เพื่อให้การจัดการอาชีวศึกษามีคุณภาพและได้มาตรฐาน ครอบคลุมทั้งระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) รวมถึงการฝึกอบรมวิชาชีพ อันเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนากำลังคนให้ตรงกับความต้องการของสังคมและประเทศชาติ (สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา, 2561)

จากแนวทางการพัฒนาหลักสูตรใหม่ ให้ตอบโจทย์ความต้องการของภาคประกอบการ อย่างแท้จริง และมีความยืดหยุ่นรองรับการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมดิจิทัลอย่างรวดเร็ว ในวันที่ 20 มิถุนายน 2566 โดยในการประชุมภาคประกอบการด้านอุตสาหกรรมดิจิทัล ให้ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษาสมรรถนะสูง ดังนี้ 1) การพัฒนาหลักสูตรอาชีวศึกษาด้านอุตสาหกรรมดิจิทัล 2) สถานศึกษาต้องจัดการเรียนรู้ให้ผู้เรียนมีความรู้ ทักษะที่สามารถลงมือปฏิบัติได้อย่างชำนาญ 3) ต้องมีการจัดเวทีประลองเกี่ยวกับอุตสาหกรรมดิจิทัล 4) พัฒนาให้กำลังคนอาชีวศึกษาพร้อมเป็นกำลังคนในอนาคตที่มีความพร้อมในการนำเอาฐานความรู้ปัจจุบันไปสู่การประยุกต์กับเทคโนโลยีใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในอุตสาหกรรมดิจิทัล 5) ต้องมีการจัดทำสื่อการเรียนรู้แบบโดยใช้ผู้เชี่ยวชาญในอาชีพเป็นผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้ และ 6) ครูอาชีวศึกษาต้องมีศักยภาพในการจัดการเรียนรู้ในองค์ความรู้ใหม่ ๆ รวมทั้งต้องมีเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ทันสมัย โดยเฉพาะการมีห้องปฏิบัติการเสมือนจะทำให้ผู้เรียนเข้าถึงโปรแกรมใหม่ ๆ ที่มีความทันสมัยได้ เนื่องจากเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมดิจิทัลเปลี่ยนแปลงเร็วมาก ในเรื่องนี้ สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาจะได้นำแนวคิดและข้อเสนอแนะต่าง ๆ มาดำเนินการพัฒนาหลักสูตรอาชีวศึกษารอบการพัฒนาปี 2567 ต่อไป (บริษัท นวกิจ บ้านเมือง จำกัด, 2567)

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับ ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากับการบริหารงานตามมาตรฐานการอาชีวศึกษา สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อให้สถานศึกษาในสังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี มีแนวทางในการจัดทำแผนพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษาให้มีภาวะผู้นำดิจิทัล ผู้บริหารสถานศึกษาสามารถนำข้อมูลมาใช้ในการวางแผน ปรับปรุง พัฒนาการดำเนินงานของสถานศึกษาให้เป็นไปตามมาตรฐานการอาชีวศึกษาของสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี
2. เพื่อศึกษาการบริหารงานตามมาตรฐานการอาชีวศึกษาของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากับการบริหารงานตามมาตรฐานการอาชีวศึกษา สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี

สมมติฐานการวิจัย

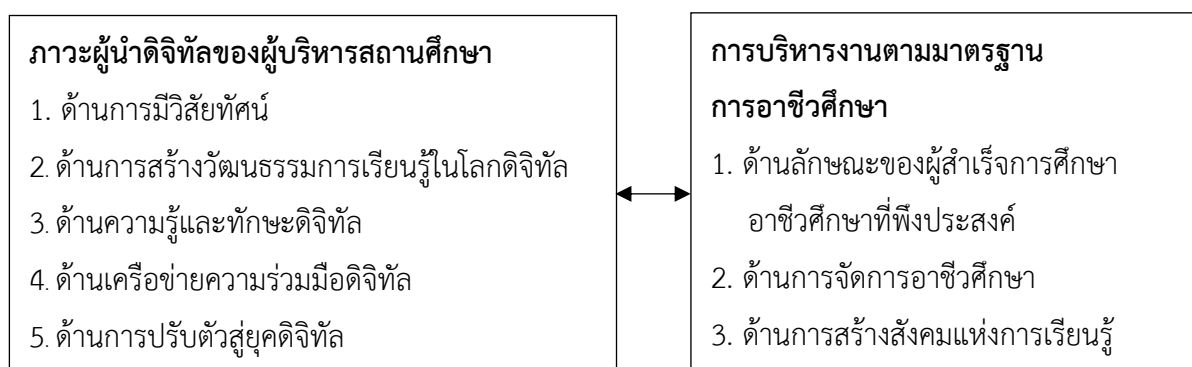
ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากับการบริหารงานตามมาตรฐานการอาชีวศึกษาของสังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี มีความสัมพันธ์กันทางบวก

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากับการบริหารงานตามมาตรฐานการอาชีวศึกษา สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งผู้วิจัยสังเคราะห์แนวความคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำดิจิทัลของ กัญญารัตน์ สุขแสน (2563); จิราภรณ์ ปกรณ์ (2564); จารุพันธ์ ผิวผาง และคณะ (2564); จิตรกร จันทรสุข (2566); เอกรัตน์ เชื้อวงศ์ และ วัลลภา อาริรัตน์ (2564); พรวิภา เซยกลิ่น (2566); สุขญา โกมลวานิช (2563) ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ 1) การมีวิสัยทัศน์ 2) การสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ในโลกดิจิทัล 3) ความรู้และทักษะดิจิทัล 4) เครือข่ายความร่วมมือดิจิทัล และ 5) การปรับตัวสู่ยุคดิจิทัล สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารงานตามมาตรฐานการอาชีวศึกษา ผู้วิจัยอาศัยกรอบแนวความคิดของกระทรวงศึกษาธิการ (2561) ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ 1) ด้านลักษณะของผู้สำเร็จการศึกษาอาชีวศึกษาที่พึงประสงค์ 2) ด้านการจัดการอาชีวศึกษา และ 3) การสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัยดังแผนภูมิดังนี้

ตัวแปรที่ 1

ตัวแปรที่ 2



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 28 คน และครูผู้สอน จำนวน 343 คน รวมทั้งสิ้น 371 คน จากสถานศึกษาที่สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 7 แห่ง

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริหารและครูผู้สอน โดยกำหนดจำนวนจากตารางสัดส่วนการสุ่มของ Krejcie and Morgan (1970) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และใช้วิธีสุ่มแบบแบ่งชั้นตามขนาดสถานศึกษา ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 186 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

1. แบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (checklist) ใช้สำหรับสำรวจลักษณะทั่วไปของผู้ตอบ ประกอบด้วย 4 ข้อ ได้แก่ เพศ ประสบการณ์การทำงาน ระดับการศึกษา และขนาดของสถานศึกษา

2. แบบสอบถามแบบมาตราประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ ใช้วัดภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา ครอบคลุม 5 ด้าน ได้แก่ ด้านวิสัยทัศน์ ด้านการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ในยุคดิจิทัล ด้านความรู้และทักษะด้านดิจิทัล ด้านการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางดิจิทัล และด้านความสามารถในการปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัล

3. แบบสอบถามแบบมาตราประมาณค่า (rating scale) ชนิด 5 ระดับ เกี่ยวกับการบริหารงานตามมาตรฐานการอาชีวศึกษา ซึ่งมี 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านลักษณะของผู้สำเร็จการศึกษาอาชีวศึกษาที่พึงประสงค์ 2) ด้านการจัดการอาชีวศึกษา และ 3) ด้านการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้

4. แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามโดยมีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open End)

วิธีรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. ผู้วิจัยดำเนินการขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้หนังสือแจ้งจากงานบัณฑิตศึกษา สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี ส่งไปยังสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี ครอบคลุมสถานศึกษา 7 แห่ง เพื่ออำนวยความสะดวกในการดำเนินงานวิจัย

2. การเก็บข้อมูลดำเนินการผ่านแบบสอบถามออนไลน์ การประสานงานทางโทรศัพท์ และการติดตามด้วยตนเอง โดยผู้วิจัยส่งแบบสอบถามไปยังสถานศึกษาเพื่อแจกจ่ายให้ผู้บริหารและครูผู้สอนในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 186 คน และได้รับแบบสอบถามคืนครบทั้ง 186 ชุด คิดเป็นอัตราการตอบกลับร้อยละ 100

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยโดยใช้สถิติในการศึกษา

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. สถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ความเที่ยงตรงของเนื้อหาโดยคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง และความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับโดยคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค และ 3) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

สรุปผลการวิจัย

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อความสะดวกและความเข้าใจตรงกันในการเสนอการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้เสนอสัญลักษณ์แทนค่าสถิติต่าง ๆ ดังนี้

$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
X_1	แทน	ด้านการมีวิสัยทัศน์
X_2	แทน	ด้านการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ในโลกดิจิทัล
X_3	แทน	ด้านความรู้และทักษะดิจิทัล
X_4	แทน	ด้านเครือข่ายความร่วมมือดิจิทัล
X_5	แทน	ด้านการปรับตัวสู่ยุคดิจิทัล
X	แทน	ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา
Y_1	แทน	ด้านลักษณะของผู้สำเร็จการศึกษาอาชีวศึกษาที่พึงประสงค์
Y_2	แทน	ด้านการจัดการอาชีวศึกษา
Y_3	แทน	ด้านการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้
Y	แทน	การบริหารงานตามมาตรฐานการอาชีวศึกษา

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากับการบริหารงานตามมาตรฐานอาชีวศึกษาของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี สรุปผลการวิจัย ดังนี้

ตารางที่ 1 ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี
ในภาพรวม

ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการปฏิบัติ
1. ด้านการมีวิสัยทัศน์	4.70	0.42	มากที่สุด
2. ด้านการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ในโลกดิจิทัล	4.60	0.37	มากที่สุด
3. ด้านความรู้และทักษะดิจิทัล	4.49	0.50	มาก
4. ด้านเครือข่ายความร่วมมือดิจิทัล	4.69	0.36	มากที่สุด
5. ด้านการปรับตัวสู่ยุคดิจิทัล	4.61	0.39	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย	4.62	0.33	มากที่สุด

ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.62$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการมีวิสัยทัศน์ ($\bar{X} = 4.70$) รองลงมา คือ ด้านเครือข่ายความร่วมมือดิจิทัล ($\bar{X} = 4.69$) ด้านการปรับตัวสู่ยุคดิจิทัล ($\bar{X} = 4.61$) และด้านการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ในโลกดิจิทัล ($\bar{X} = 4.60$) ตามลำดับ สำหรับการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก คือ ด้านความรู้และทักษะดิจิทัล ($\bar{X} = 4.49$)

ตารางที่ 2 การบริหารงานตามมาตรฐานการอาชีวศึกษาของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวม

การบริหารงานตามมาตรฐานการอาชีวศึกษา ของผู้บริหารสถานศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการปฏิบัติ
1. ด้านลักษณะของผู้สำเร็จการศึกษาอาชีวศึกษาที่พึงประสงค์	4.69	0.43	มากที่สุด
2. ด้านการจัดการอาชีวศึกษา	4.70	0.42	มากที่สุด
3. ด้านการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้	4.68	0.35	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย	4.69	0.39	มากที่สุด

การบริหารงานตามมาตรฐานการอาชีวศึกษาของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.69$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย จากมากไปน้อย คือ ด้านการจัดการอาชีวศึกษา ($\bar{X} = 4.70$) รองลงมา คือ ด้านลักษณะของผู้สำเร็จการศึกษาอาชีวศึกษาที่พึงประสงค์ ($\bar{X} = 4.69$) และการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ ($\bar{X} = 4.68$) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากับการบริหารงานตามมาตรฐานการอาชีวศึกษา สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี

ภาวะผู้นำดิจิทัลของ ผู้บริหารสถานศึกษา	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)			
	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y
X ₁	0.29**	0.41**	0.30**	0.35**
X ₂	0.69**	0.67**	0.76**	0.73**
X ₃	0.67**	0.78**	0.75**	0.76**
X ₄	0.69**	0.63**	0.82**	0.73**

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ภาวะผู้นำดิจิทัลของ ผู้บริหารสถานศึกษา	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)			
	การบริหารงานตามมาตรฐานการอาชีวศึกษา			
	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y
X ₅	0.65**	0.72**	0.75**	0.73**
X	0.75**	0.81**	0.84**	0.82**

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ในภาพรวมพบว่า พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากับการบริหารงานตามมาตรฐานการอาชีวศึกษา สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมพบว่า มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูง ($r=0.82$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกด้าน โดยเรียงตามลำดับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จากมากไปหาน้อย คือ ด้านการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ ($r=0.84$) ด้านการจัดการอาชีวศึกษา ($r=0.81$) และด้านลักษณะของผู้สำเร็จการศึกษาอาชีวศึกษาที่พึงประสงค์ ($r=0.75$) ซึ่งสามารถจำแนกเป็นรายด้าน ดังนี้

1. ด้านการมีวิสัยทัศน์ กับการบริหารงานตามมาตรฐานการอาชีวศึกษา สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง ($r=0.35$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง คือ ด้านการจัดการอาชีวศึกษา ($r=0.41$) และด้านการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ ($r=0.30$) สำหรับความสัมพันธ์ในระดับต่ำ คือ ด้านลักษณะของผู้สำเร็จการศึกษาอาชีวศึกษาที่พึงประสงค์ ($r=0.29$)

2. ด้านการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ในโลกดิจิทัล กับการบริหารงานตามมาตรฐานการอาชีวศึกษา สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูง ($r=0.73$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูง คือ ด้านการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ ($r=0.76$) สำหรับความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง คือ ด้านลักษณะของผู้สำเร็จการศึกษาอาชีวศึกษาที่พึงประสงค์ ($r=0.69$) และด้านการจัดการอาชีวศึกษา ($r=0.67$)

3. ด้านความรู้และทักษะดิจิทัล กับการบริหารงานตามมาตรฐานการอาชีวศึกษา สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูง ($r=0.76$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูง คือ ด้านการจัดการอาชีวศึกษา ($r=0.78$) และด้านการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ ($r=0.75$) สำหรับความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง คือ ด้านลักษณะของผู้สำเร็จการศึกษาอาชีวศึกษาที่พึงประสงค์ ($r=0.67$)

4. ด้านเครือข่ายความร่วมมือดิจิทัล กับการบริหารงานตามมาตรฐานการอาชีวศึกษา สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูง ($r=0.73$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูง คือ ด้านการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ ($r=0.82$) สำหรับความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง คือ ด้านลักษณะของผู้สำเร็จการศึกษาอาชีวศึกษาที่พึงประสงค์ ($r=0.69$) และด้านการจัดการอาชีวศึกษา ($r=0.63$)

5. ด้านการปรับตัวสู่ยุคดิจิทัล กับการบริหารงานตามมาตรฐานการอาชีวศึกษา สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูง ($r=0.73$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูง คือ ด้านการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ ($r=0.75$) และด้านการจัดการอาชีวศึกษา ($r=0.72$) สำหรับด้านที่มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางคือ ด้านลักษณะของผู้สำเร็จการศึกษาอาชีวศึกษาที่พึงประสงค์ ($r=0.65$)

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากับการบริหารงานตามมาตรฐานการอาชีวศึกษา สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี สามารถอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

1. ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด สาเหตุหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นผลเชิงบวก อาจมาจากการที่ผู้บริหารสถานศึกษามีวิสัยทัศน์ด้านภาวะผู้นำดิจิทัล มุ่งพัฒนาสถานศึกษาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี โดยการสร้างเครือข่ายความร่วมมือภายในสังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี ทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และยกระดับศักยภาพของผู้บริหาร ครู และบุคลากรทางการศึกษา ส่งผลให้เกิดการปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัลของคณะผู้บริหารอย่างชัดเจน พร้อมทั้งนำไปสู่วัฒนธรรมการเรียนรู้ที่สนับสนุนการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในทุกภาคส่วนของสถานศึกษาซึ่งสอดคล้องกับ สุกัญญา แซ่มซ้อย (2562) อธิบายว่า ผู้บริหารที่มีความรู้และความเข้าใจด้านเทคโนโลยีสามารถขับเคลื่อนการเรียนรู้ในสถานศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้วิสัยทัศน์และบทบาทผู้นำในการสนับสนุนครูและบุคลากรให้บูรณาการเทคโนโลยีเข้ากับการจัดการศึกษาอย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของสถานศึกษา ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรวิภา เขยกลิ่น (2566) ซึ่งศึกษาภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล และรายงานผลว่า โดยภาพรวมภาวะผู้นำของผู้บริหารอยู่ในระดับสูงมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ มณีรัตน์ ประทุมเกตุ (2565) ได้ดำเนินการวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการเสริมสร้างภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมผู้บริหารมีการแสดงออกด้านภาวะผู้นำดิจิทัลอยู่ในระดับสูงที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชยานนท์ ทรัพย์ถาวรธานี และคณะ (2567) ได้ศึกษาเรื่อง ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารงานสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานครพนม ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาในภาพรวมและรายด้าน มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก

2. การบริหารงานตามมาตรฐานการอาชีวศึกษาของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะผู้บริหารสถานศึกษาให้ความสำคัญกับผู้สำเร็จการศึกษาที่พึงประสงค์ ให้ความสำคัญ ทักษะ และทัศนคติที่หน่วยงานต้นสังกัดกำกับดูแลด้านการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งส่งเสริมการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ โดยการระดมทรัพยากรทางการศึกษาจากหน่วยงานต่าง ๆ และสถานประกอบการ ซึ่ง สอดคล้องกับกระทรวงศึกษาธิการ (2561) การบริหารงานตามมาตรฐานการอาชีวศึกษาของผู้บริหารสถานศึกษาสามารถแบ่งออกเป็น 3 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านลักษณะของผู้สำเร็จการศึกษาอาชีวศึกษา เน้นการพัฒนาผู้สำเร็จการศึกษาให้มีความรู้ ความสามารถในการประยุกต์ใช้ทักษะตามมาตรฐานคุณวุฒิอาชีวศึกษาของแต่ละระดับ รวมถึงเสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรม และคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ด้านการจัดการอาชีวศึกษา ครอบคลุมการดำเนินงานตามเกณฑ์ของสถานศึกษา โดยมีครูผู้สอนที่มีคุณสมบัติเหมาะสมและจำนวนตามมาตรฐานใช้หลักสูตรฐานสมรรถนะที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง และบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งติดตามความสำเร็จในการปฏิบัติตามนโยบายสำคัญของหน่วยงานต้นสังกัด โดยประกอบด้วยประเด็นย่อย ได้แก่ หลักสูตรอาชีวศึกษา การจัดการเรียนการสอน การบริหารจัดการ และการนำนโยบายไปปฏิบัติจริง และด้านการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ เน้นความร่วมมือกับบุคคล ชุมชน และองค์กรต่าง ๆ เพื่อพัฒนาสังคมแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา รวมถึงการสร้างนวัตกรรม สิ่งประดิษฐ์ งานสร้างสรรค์ และงานวิจัย

3. ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากับการบริหารงานตามมาตรฐานการอาชีวศึกษา สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมพบว่า มีความสัมพันธ์ทางบวกอยู่ในระดับสูง ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะ ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารมีบทบาทสำคัญในการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ร่วมกันภายในองค์กร โดยการส่งเสริมให้ครู บุคลากร และผู้เรียนใช้เทคโนโลยีในการเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ภาวะผู้นำดิจิทัลยังเอื้อต่อการจัดการอาชีวศึกษาให้มีความทันสมัย ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมและตลาดแรงงาน และสุดท้ายยังส่งผลต่อการพัฒนาคุณลักษณะของผู้สำเร็จการศึกษาให้มีความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะที่สอดคล้องกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรมและสังคมในยุคดิจิทัล สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภูริรัตน์ สุกใส (2565) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากับความสามารถของสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาในจังหวัดอุดรธานีในการพัฒนาเป็นองค์กรนวัตกรรม ผลการศึกษาพบว่า ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงกับความเป็นองค์กรนวัตกรรมของสถานศึกษา

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1.1 ผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี ควรพัฒนาตนเองด้านความรู้และทักษะดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและเครื่องมือดิจิทัลในการบริหารจัดการสถานศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 ผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี ควรมุ่งการบริหารงานตามมาตรฐานการอาชีวศึกษา ด้านการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ เช่น การสร้างแหล่งการเรียนรู้ การสร้างนวัตกรรม สิ่งประดิษฐ์ งานสร้างสรรค์ การวิจัย ระหว่างสถานศึกษากับ ภาครัฐ เอกชน ชุมชน และสถานประกอบการ

1.3 ผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี ควรศึกษาและสร้างวิสัยทัศน์ดิจิทัลของตนเองที่สอดคล้องกับการบริหารงานตามมาตรฐานการอาชีวศึกษา ประเด็น ด้านลักษณะของผู้สำเร็จการศึกษาอาชีวศึกษาที่พึงประสงค์

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเรื่องแนวทางการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษาตามมาตรฐานการอาชีวศึกษา สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี

2.2 ควรมีการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากับการบริหารงานตามมาตรฐานการอาชีวศึกษา สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. (2560). *แผนการศึกษาแห่งชาติ (พ.ศ. 2560-2579)* (พิมพ์ครั้งที่ 1).

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษาแห่งชาติ.

กระทรวงศึกษาธิการ. (2561). *แนวทางการประเมินคุณภาพการศึกษาของสถานศึกษาตามมาตรฐาน*

การอาชีวศึกษา พ.ศ. 2561. กระทรวงศึกษาธิการ.

กระทรวงศึกษาธิการ. (2565). *ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง นโยบายและจุดเน้นของ*

กระทรวงศึกษาธิการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567. กระทรวงศึกษาธิการ.

กัญญรัตน์ สุขแสน. (2563). *รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำด้านดิจิทัลของผู้บริหารโรงเรียนในเครือ*

มูลนิธิคณะเซนต์คาเบรียลแห่งประเทศไทย. [วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต].

วิทยาลัยครูสุริยเทพ.

จารุพันธ์ ผิวง และคณะ. (2564). *ภาวะผู้นำยุคดิจิทัลที่ส่งผลต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการบริหารจัดการของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2*. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 15(39), 96-108.

- จิตรกร จันทรสุข. (2566). ข้อเสนอเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลสำหรับผู้บริหารโรงเรียน
ขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3.
วารสารมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์, 25(1), 205-217.
- จิราภรณ์ ปกรณ์. (2564). รูปแบบภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงาน คณะกรรมการ
การศึกษาขั้นพื้นฐาน. [วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษาดุสิตบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ทินกร เผ่ากันทะ และ กัลยารัตน์ เมธีวีรวงศ์. (2565). แนวทางการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล.
วารสารสมาคมพัฒนาวิชาชีพการบริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย, 4(2), 37-45.
- นิรุตต์ บุตรแสนลี. (2565). การเปลี่ยนผ่านสู่ความเป็นดิจิทัลของสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา
การผลิตกำลังคนสมรรถนะสูงแห่งศตวรรษที่ 21. วารสารวิจัยและนวัตกรรมสถาบันการอาชีวศึกษา
กรุงเทพมหานคร, 5(1), b-l.
- บริษัท นวกิจ บ้านเมือง จำกัด. (2567). สอศ.แจงแนวทางการเปิดศูนย์พัฒนาและวัดระดับภาษา
ทักษะดิจิทัลและสมรรถนะวิชาชีพ. บ้านเมือง.
<https://www.banmuang.co.th/news/education/371622>
- พรวิภา เขยกลิ่น. (2566). ภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษายุคดิจิทัล. [วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎี
บัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ภูริรัตน์ สุกใส. (2565). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากับความเป็นองค์กรแห่ง
นวัตกรรมของสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาในจังหวัดอุดรธานี.
[การศึกษาค้นคว้าอิสระการศึกษามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- มณีนรัตน์ ประทุมเกตุ. (2565). แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัด
กรุงเทพมหานคร. [วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
ธัญบุรี.
- วิชานนท์ ทรัพย์ถาวรธานี และคณะ. (2567). ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อ
การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารงาน สถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
มัธยมศึกษา นครพนม. วารสารการบริหารการศึกษาและภาวะผู้นำ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร,
12(48), 300-310.
- สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. (2561). แนวทางการประเมินคุณภาพการศึกษาของสถานศึกษา
ตามมาตรฐานการอาชีวศึกษา พ.ศ. 2561. สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา.
- สุกัญญา แซ่ม้อย. (2562). การบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุทธยา โกมลวานิช. (2563, 27 มีนาคม). องค์ประกอบของภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 23 [เอกสารนำเสนอ]. การประชุมวิชาการเสนอ
ผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาแห่งชาติ ครั้งที่ 21: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

เอกรัตน์ เชื้อวงศ์ และ วัลลภา อาริรัตน์. (2564, 25 มีนาคม). องค์ประกอบของภาวะผู้นำดิจิทัลของ
ผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 4
[เอกสารนำเสนอ]. การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาแห่งชาติ ครั้งที่ 22:
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

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

ความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา อำเภอดงพุมฤ
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา กาญจนบุรี เขต 3

Teachers' Satisfaction with The Academic Administration of School
Administrators in Thong Pha Phum District Under Kanchanaburi Primary
Educational Service Area Office 3

ณัฐชา คำคงอยู่¹ และ นิวัตต์ น้อยมณี^{2*}

Natcha Khumkongyoo¹ and Nivat Noymanee^{2*}

^{1,2}หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร

^{1,2}Master of Education Program in Educational Administration, Faculty of Education,
Bangkok Suvarnabhumi University

*Corresponding author's email: natcha0957904536@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

13 กรกฎาคม 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

19 กันยายน 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

2 ตุลาคม 2568

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้มุ่งศึกษาและเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของครูต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา กาญจนบุรี เขต 3 ในพื้นที่อำเภอดงพุมฤ โดยพิจารณาจากสถานภาพของครู ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อายุ และประสบการณ์การทำงาน การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นครูผู้สอน จำนวน 217 คน ด้วยแบบสอบถามที่สร้างขึ้น และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อหาค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มโดยใช้สถิติค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว ผลการวิจัยพบว่า 1) ความพึงพอใจภาพรวมของครูที่มีต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาอำเภอดงพุมฤ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา กาญจนบุรี เขต 3 อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.22$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านก็อยู่ในระดับมากด้วยเช่นกัน 2) ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจภาพรวมของครูที่มีต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาอำเภอดงพุมฤ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา กาญจนบุรี เขต 3 พบว่า สถานภาพของครูในโรงเรียน อำเภอดงพุมฤ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา กาญจนบุรี เขต 3 ไม่มีความแตกต่างกัน มีเพียงช่วงอายุของครูที่ต่างกันส่งผลให้ความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยครูที่มีช่วงอายุน้อยกว่า 30 ปี มีระดับความพึงพอใจมากกว่าครูที่มีช่วงอายุระหว่าง 30-40 ปี

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, ครู, การบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา

วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ABSTRACT

This quantitative research aimed to study and compare the satisfaction levels of teachers towards the academic administration of school administrators in Thong Pha Phum District, under the Kanchanaburi Primary Educational Service Area Office 3. The study considered personal factors of the teachers, including gender, education level, age, and work experience. The data was collected from a sample of 217 teachers using a self-constructed questionnaire. The data was analyzed for frequency, mean, standard deviation, t-test, and one-way analysis of variance (ANOVA). The research findings revealed that: 1) The overall satisfaction of teachers with the academic administration of school administrators in Thong Pha Phum District, under the Kanchanaburi Primary Educational Service Area Office 3, was at a high level ($\bar{X} = 4.22$). When considering individual aspects, all were also found to be at a high level. 2) In comparing the satisfaction levels, the status of teachers within the schools showed no significant difference. However, a statistically significant difference in overall satisfaction was found based on the age of the teachers at the .05 level. The teachers who are younger than 30 years old reported a higher level of satisfaction than teachers in the 30-40 age range.

Keywords: Satisfaction, Teachers, Academic Administrators

บทนำ

ในโลกของศตวรรษที่ 21 ประเทศไทยและนานาชาติต้องเผชิญกับความท้าทายที่เป็นพลวัตอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยการเปลี่ยนแปลงนี้มีทั้งจากแรงกดดันภายนอกจากกระแสโลกาภิวัตน์และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี รวมถึงการเปลี่ยนแปลงจากภายในประเทศในมิติโครงสร้างประชากร เศรษฐกิจ และสังคม การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อระบบการศึกษาโลกและการศึกษาไทย ซึ่งเป็นกลไกหลักในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และเป็นรากฐานของการพัฒนาประเทศ ดังนั้น การปรับเปลี่ยนระบบการศึกษาให้สามารถรองรับความท้าทายดังกล่าว จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง (อัยรัชดา แก้วโสภะ, 2566) โดยจะต้องดำเนินการควบคู่กันไปทั้งการจัดการเรียนการสอน และการบริหารงานวิชาการของสถานศึกษา

การบริหารงานวิชาการถือเป็นภารกิจหลักและเปรียบเสมือนหัวใจของสถานศึกษา (พระสมุห์สมพร อุทุมโม, 2564) เนื่องจากเป็นส่วนงานที่ชี้วัดความสำเร็จในการจัดการเรียนการสอน และส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพของผู้เรียนและประสิทธิผลของสถานศึกษา (พัศตร์วิภา บุญประสิทธิ์, 2563) สถานศึกษาแต่ละแห่งจะมีคุณภาพมากน้อยเพียงใด สามารถวัดได้จากความสำเร็จของงานวิชาการเป็นสำคัญ

(พระสมุห์สมพร อุซุหมโม, 2564) โดยผู้บริหารสถานศึกษาควรให้ความสำคัญและใช้เวลาประมาณร้อยละ 40 ของเวลาทั้งหมดไปกับการบริหารงานส่วนนี้ (ปริยาภรณ์ ตั้งคุณานันต์, 2563) สถานศึกษาที่มีความเป็นเลิศทางวิชาการ ย่อมได้รับความนิยมนและเป็นที่ยอมรับจากผู้ปกครองและชุมชน ในทางกลับกัน หากสถานศึกษาใดมีความล้าหลังด้านวิชาการ ก็จะทำให้ขาดความเชื่อมั่นและเสื่อมความนิยมในที่สุด (พระสมุห์สมพร อุซุหมโม, 2564) อีกทั้งยังส่งผลเสียต่อตัวผู้เรียน ที่ไม่สามารถพัฒนาศักยภาพจากการบริหารงานวิชาการที่ล้มเหลวของสถานศึกษา แม้ว่าผลการศึกษาที่ผ่านมาจะพบว่า การบริหารงานวิชาการของผู้บริหารในหลายพื้นที่อยู่ในระดับมาก ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความพยายามในการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพของผู้บริหารสถานศึกษา ที่เป็นการพัฒนาระบบการศึกษาให้สามารถทัดเทียมการศึกษาโลกและการศึกษาไทย

แม้จะมีความพยายามในการพัฒนาระบบการศึกษาอย่างต่อเนื่อง แต่ระบบการศึกษายังคงประสบปัญหาและความท้าทายหลายประการ ทั้งในมาตรฐานและคุณภาพ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณลักษณะและทักษะตามเป้าประสงค์ที่ประเทศต้องการ (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560) ความสำเร็จที่ปรากฏให้เห็นมักเป็นเพียงความสำเร็จในเชิงปริมาณมากกว่าคุณภาพ (อัยรัชดา แก้วโสภะ, 2566) กล่าวคือ มีจำนวนผู้เรียนในสถานศึกษาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ผลสัมฤทธิ์ของการเรียนนั้นยังคงไม่สามารถชี้วัดให้เห็นว่ามีคุณภาพเพิ่มขึ้น โดยสามารถวัดได้จากค่าคะแนนจากการสอบที่ผ่านมา

สำหรับกรณีศึกษาในพื้นที่รับผิดชอบของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 3 พบปัญหาที่น่ากังวลสะท้อนผ่านผลการประเมินคุณภาพผู้เรียนในระดับต่างๆ กล่าวคือ ผลการประเมินคุณภาพผู้เรียน (NT) ชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าในระดับประเทศทุกด้าน และควรได้รับการส่งเสริมทักษะด้านคณิตศาสตร์และภาษาไทยอย่างเร่งด่วน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 3, 2567) และผลการสอบทางการศึกษาระดับชาติขั้นพื้นฐาน (O-NET) ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ในภาพรวมมีคะแนนเฉลี่ยลดลง โดยเฉพาะกลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์และภาษาอังกฤษ และเมื่อเปรียบเทียบกับระดับประเทศก็มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าในทุกด้าน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 3, 2567) ปัญหาเหล่านี้มีปัจจัยส่วนหนึ่งมาจากสภาพแวดล้อมที่ซับซ้อน เช่น การที่นักเรียนใช้สองภาษาในการสื่อสารซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการเรียนรู้ และการย้ายงานบ่อยของครูซึ่งส่งผลให้การจัดการเรียนการสอนขาดความต่อเนื่อง (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 3, 2567)

จากสถานการณ์และปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นและมีความสนใจศึกษา “ความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาอำเภอทองผาภูมิ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 3” การศึกษาวิจัยในหัวข้อนี้มีถึงความจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารในสถานศึกษาที่ได้รับการประเมินจากครูผู้สอนในสถานศึกษา สามารถเป็นข้อมูลพื้นฐานและสารตั้งต้นในการวางกลยุทธ์และแผนงานการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการบริหารงานวิชาการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นฐานข้อมูล

ในการพัฒนาผู้บริหารให้สามารถบริหารจัดการสถานศึกษาได้อย่างมีคุณภาพ อันจะนำไปสู่การยกระดับคุณภาพการศึกษาและสร้างความเป็นเลิศทางวิชาการให้นักเรียนอย่างสูงสุดต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา อำเภอดงหลวง สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 3
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา อำเภอดงหลวง สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 3 จำแนกตามสถานภาพของครู

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้อาศัยการทบทวนวรรณกรรมจากการสังเคราะห์การบริหารงานวิชาการจากนักวิชาการ และนักวิจัยทั้งหมด 8 ด้าน เพื่อเป็นเครื่องมือวัดความพึงพอใจของครูในสถานศึกษาของอำเภอดงหลวง ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

ตัวแปรต้น

สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม
1) เพศ
(1) ชาย
(2) หญิง
2) ระดับการศึกษา
(1) ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
(2) สูงกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
3) อายุ
(1) น้อยกว่า 30 ปี
(2) ตั้งแต่ 30-40 ปี
(3) มากกว่า 40 ปี
4) ประสบการณ์การทำงาน
(1) น้อยกว่า 5 ปี
(2) ตั้งแต่ 5-10 ปี
(3) มากกว่า 10 ปี

ตัวแปรตาม

การบริหารงานวิชาการประกอบด้วย 8 ด้าน
1) ด้านการวัดผล ประเมินผลและเทียบโอนผลการเรียน
2) ด้านการพัฒนาหลักสูตรของสถานศึกษา
3) ด้านการพัฒนาและใช้สื่อเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา
4) ด้านการวิจัยเพื่อการพัฒนาคุณภาพการศึกษาในสถานศึกษา
5) ด้านการพัฒนากระบวนการเรียนรู้
6) ด้านการจัดการเรียนการสอน
7) ด้านการประกันคุณภาพภายในและมาตรฐานการศึกษา
8) ด้านการพัฒนาและส่งเสริมให้มีแหล่งเรียนรู้

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) แบบวัดผลครั้งเดียว (One-Shot Case Study) โดยคณะผู้วิจัยได้กำหนดและดำเนินการตามระเบียบวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คณะผู้วิจัยกำหนดประชากรครั้งนี้คือ ครูในโรงเรียนอำเภothongผาภูมิ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 3 จำนวน 492 คน โดยใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากตารางจี้และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970) ได้จำนวนตามตารางคือ 217 คน เพื่อใช้เป็นตัวแทนของประชากรที่ดีและครอบคลุมกลุ่มตัวอย่างมากที่สุดในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

2. การสุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) จากเครือข่ายการจัดการศึกษาในอำเภothongผาภูมิ จำนวน 4 เครือข่าย ในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 3 คือ 1) เครือข่ายการจัดการศึกษาลิ้นถิ่น-หินดาด 2) เครือข่ายการจัดการศึกษาท่าขนุน-สหกรณ์นิคม 3) เครือข่ายการจัดการศึกษาห้วยเขย่ง-ปิล็อก 4) เครือข่ายการจัดการศึกษาชะแล-ปรังเผล แล้วคำนวณขนาดตัวอย่างจากครูในแต่ละเครือข่ายจนครบ 217 ตัวอย่าง โดยเก็บข้อมูลแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากครูในโรงเรียนที่มีการนัดหมายโรงเรียนตามหนังสือ

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ทั้งหมด 2 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาอำเภothongผาภูมิ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 3 มีค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ของเครื่องมือหรือแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ มีผลลัพธ์ความเชื่อมั่นเท่ากับ .86

4. วิธีการรวบรวมข้อมูล มีทั้งหมด 3 ขั้นตอน โดยเริ่มจากการคณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสุพรรณภูมิ เพื่อขอหนังสือในการขอความร่วมมือจากผู้อำนวยการสถานศึกษาอำเภothongผาภูมิ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 3 เพื่อขอเก็บข้อมูลจากครู และขอวัน เวลา ในการเก็บข้อมูล จากนั้นผู้วิจัยได้ส่งหนังสือพร้อมเครื่องมือไปยังสถานศึกษาและลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ตามวัน และเวลาที่ได้นัดหมายไว้กับโรงเรียน โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้นได้ให้ครูกรอกแบบสอบถามแบบออนไลน์จนครบตามจำนวนที่กำหนดไว้ทั้งหมด 217 ชุด ใช้เวลาในการเก็บแบบสอบถามตั้งแต่วันที่ 19 กันยายน 2567 ถึง วันที่ 20 พฤศจิกายน 2567 และนำข้อมูลที่ได้นำมาพิจารณาและตรวจสอบความสมบูรณ์ในการตอบแบบสอบถาม

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการนำสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยเริ่มจากสถิติพื้นฐาน ที่ประกอบด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับสถิติทดสอบสมมติฐาน ประกอบด้วย การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟเมื่อเกิดความแตกต่างจากการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อหาคู่ที่เกิดความแตกต่างระหว่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาอำเภอทองผาภูมิ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 3 ผู้วิจัยสรุปผล โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 ข้อมูลสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตัวแปรที่ศึกษา	ความถี่	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	76	35.02
หญิง	141	64.98
รวม	217	100
2. ระดับการศึกษา		
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	145	66.82
สูงกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	72	33.18
รวม	217	100
3. อายุ		
น้อยกว่า 30 ปี	69	31.79
ตั้งแต่ 30-40 ปี	111	51.15
มากกว่า 40 ปี	37	17.06
รวม	217	100
4. ประสบการณ์การทำงาน		
น้อยกว่า 5 ปี	81	37.32
ตั้งแต่ 5-10 ปี	78	35.94
มากกว่า 10 ปี	58	26.74
รวม	217	100

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นครูเพศหญิง จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 64.98 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 35.02 มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่ามากที่สุด จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 66.82 รองลงมา มีวุฒิการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 33.18 มีช่วงอายุตั้งแต่ 30-40 ปี มากที่สุด จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 51.15 รองลงมา มีอายุน้อยกว่า 30 ปี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 31.79 และมีอายุมากกว่า

40 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 17.06 และมีประสบการณ์การทำงานน้อยกว่า 5 ปี มากที่สุด จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 37.32 รองลงมา มีประสบการณ์ตั้งแต่ 5-10 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 35.94 และมีประสบการณ์มากกว่า 10 ปี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 26.74 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาอำเภอทองผาภูมิ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 3

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาอำเภอทองผาภูมิ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 3

การบริหารงานวิชาการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
1. ด้านการวัดผล ประเมินผลและเทียบโอนผลการเรียน	4.22	.47	มาก	3
2. ด้านการพัฒนาหลักสูตรของสถานศึกษา	4.19	.43	มาก	6
3. ด้านการพัฒนาและใช้สื่อเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา	4.41	.34	มาก	1
4. ด้านการวิจัยเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษาในสถานศึกษา	4.22	.33	มาก	2
5. ด้านการพัฒนาระบบการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง	4.20	.48	มาก	5
6. ด้านการจัดการเรียนการสอนในสถานศึกษา	4.18	.34	มาก	7
7. ด้านการประกันคุณภาพภายในและมาตรฐานการศึกษา	4.21	.45	มาก	4
8. ด้านการพัฒนาและส่งเสริมให้มีแหล่งเรียนรู้	4.14	.47	มาก	8
ระดับความพึงพอใจภาพรวม	4.22	.24	มาก	

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจภาพรวมต่อการบริการวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาอำเภอทองผาภูมิ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 3 ที่ระดับมาก ($\bar{X} = 4.22$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมากด้วยเช่นกัน โดยสามารถลำดับความพึงพอใจได้ว่าด้านการพัฒนาและใช้สื่อเทคโนโลยี เพื่อการศึกษา ($\bar{X} = 4.41$) ด้านการวิจัยเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษาในสถานศึกษาและด้านการวัดผล ประเมินผลและเทียบโอนผลการเรียน ($\bar{X} = 4.22$) ด้านการประกันคุณภาพภายในและมาตรฐานการศึกษา ($\bar{X} = 4.21$) ด้านการพัฒนาระบบการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 4.20$) ด้านการพัฒนาหลักสูตรของสถานศึกษา ($\bar{X} = 4.19$) ด้านการจัดการเรียนการสอนในสถานศึกษา ($\bar{X} = 4.18$) และด้านการพัฒนาและส่งเสริมให้มีแหล่งเรียนรู้ ($\bar{X} = 4.14$) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาอำเภอทองผาภูมิ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 3

1. การเปรียบเทียบความพึงพอใจภาพรวมของครูที่มีต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาอำเภอทองผาภูมิ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 3 จำแนกตามเพศ

พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าครูที่มีเพศแตกต่างกันส่งผลให้มีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2. การเปรียบเทียบความพึงพอใจภาพรวมของครูที่มีต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาอำเภอทองผาภูมิ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 3 จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าครูที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันส่งผลให้มีระดับความพึงพอใจภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3. การเปรียบเทียบความพึงพอใจภาพรวมของครูที่มีต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาอำเภอทองผาภูมิ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 3 จำแนกตามช่วงอายุ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 จึงสามารถสรุปได้ว่าครูที่มีช่วงอายุแตกต่างกันส่งผลให้ความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกัน โดยครูที่มีช่วงอายุน้อยกว่า 30 ปี มีระดับความพึงพอใจมากกว่าครูที่มีช่วงอายุตั้งแต่ 30-40 ปี

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการพัฒนาและส่งเสริมให้มีแหล่งเรียนรู้ เป็นด้านที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงสามารถสรุปได้ว่าครูที่มีช่วงอายุแตกต่างกันส่งผลให้ความพึงพอใจด้านการพัฒนาและส่งเสริมให้มีแหล่งเรียนรู้แตกต่างกัน โดยครูที่มีช่วงอายุ น้อยกว่า 30 ปี มีระดับความพึงพอใจมากกว่าครูที่มีช่วงอายุตั้งแต่ 30-40 ปี

4. การเปรียบเทียบความพึงพอใจภาพรวมของครูที่มีต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาอำเภอทองผาภูมิ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 3 จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าครูที่มีประสบการณ์การทำงานแตกต่างกันส่งผลให้มีระดับความพึงพอใจภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของครูต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านของการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาก็ยังคงอยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งอาจเป็นผลมาจากนโยบายของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 3 ที่ให้ความสำคัญกับงานวิชาการ ซึ่งเป็นภารกิจหลักของโรงเรียนในการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน (กระทรวงศึกษาธิการ, 2564) ตลอดจนการบริหารงานวิชาการจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่ายในโรงเรียนหรือสถานศึกษา เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ศรธรรม รูปสอาด และ ศิริพงษ์ เสาภายน (2564) ที่พบว่าการมีส่วนร่วมของครูส่งผลให้การบริหารงานวิชาการมีประสิทธิภาพและอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการพัฒนาและใช้สื่อเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริหารสถานศึกษาให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีมาใช้

ในการจัดการเรียนการสอน (Geleta, 2015) และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ นภาพร สุทรวงศ์ (2561) ที่พบว่าสภาพการบริหารงานวิชาการด้านการใช้สื่อและเทคโนโลยีอยู่ในระดับมาก

ประเด็นที่น่าสนใจจากการเปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามสถานภาพของครู มีดังนี้

เพศและประสบการณ์การทำงาน ไม่พบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งอาจเป็นเพราะผู้บริหารสถานศึกษาเปิดโอกาสให้บุคลากรทุกคนได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวิชาการอย่างเท่าเทียมกัน (Fry et al., 2009) เชื่อมโยงกับการศึกษาของ พัฒน์ฉิน ชันทศกร และ จรัส อติวิทยากรณ์ (2561) ที่ระบุว่าไม่มีความแตกต่างในปัจจัยดังกล่าว

อายุมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยครูที่มีอายุมากกว่ามีความพึงพอใจมากกว่า ซึ่งอาจเป็นเพราะครูที่มีอายุมากกว่ามีความเข้าใจในหลักการและทฤษฎีการบริหารงานวิชาการมากกว่า สามารถบริหารจัดการทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ศิริพร สว่างจิตร, 2559)

ระดับการศึกษา ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งอาจเป็นเพราะผู้บริหารให้ความสำคัญและสนับสนุนการพัฒนาบุคลากรทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 3, 2567)

โดยสรุป การบริหารงานวิชาการที่มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของครู การพัฒนาการใช้เทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง และการให้ความสำคัญกับบุคลากรทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานด้านการศึกษา

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา อำเภอดงหลวง สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา กาญจนบุรี เขต 3” มุ่งศึกษาและเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของครูต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา กาญจนบุรี เขต 3 ในพื้นที่อำเภอดงหลวง โดยพิจารณาจากสถานภาพของครู ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อายุ และประสบการณ์การทำงาน จึงสามารถสังเคราะห์องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ว่า

1. การบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาตามการสังเคราะห์ของนักวิชาการทั้ง 8 ด้านสามารถส่งเสริมและสนับสนุนงานวิชาการให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ที่มีความเกี่ยวข้องได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยการพัฒนาและใช้สื่อเทคโนโลยีเพื่อการศึกษาที่ผู้บริหารสถานศึกษาได้ดำเนินการนั้น สามารถสร้างการยอมรับเป็นอันดับแรก เนื่องจากการศึกษาในปัจจุบันต้องอาศัยเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนในการดำเนินการ และสถานศึกษาก็ให้ความสำคัญในประเด็นดังกล่าว รองลงมาคือการมีการวิจัยเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษาในสถานศึกษาและการวัดผล ประเมินผลและเทียบโอนผลการเรียน เนื่องจากการวิจัยถือว่า

เป็นเรื่องที่จะต้องนำมาปรับใช้พัฒนาสถานศึกษา รวมถึงการวัด ประเมินและการเทียบโอน ผลการศึกษาของผู้เรียนที่ต้องได้รับการยอมรับในเชิงบวก รวมถึงการประกันคุณภาพภายในและมาตรฐาน การศึกษา เนื่องจากเป็นเครื่องมือชี้วัดถึงสัมฤทธิ์ผลการเรียนรู้ของผู้เรียนและการสอนในสถานศึกษา ตลอดจน การพัฒนากระบวนการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ และเป้าหมายของสถานศึกษา โดยเป็นไปในทิศทาง เดียวกัน หากผู้สอนมองในประเด็นต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้นในทิศทางลบ ก็จะส่งผลเสียต่อการพัฒนาสถานศึกษา ให้มีคุณภาพในสังคมแห่งการเรียนรู้

การพัฒนาหลักสูตรของสถานศึกษา เป็นอีกหนึ่งของตัวชี้วัดการบริหารงานวิชาการของผู้บริหาร เนื่องด้วยหลักสูตรเป็นเครื่องมือสำคัญในการกำกับทิศทางของการเรียนการสอน โดยหลักสูตรนั้นจะต้องให้มีความสอดคล้องกับบริบทสถานศึกษา สังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรมและสุขภาวะของพื้นที่ หากผู้บริหารไม่ให้ความสำคัญและละเลย จะส่งผลเสียต่อสถานศึกษาอย่างชัดเจน ดังนั้น ในมุมมองของผู้สอนก็จำเป็นที่จะต้อง อยู่ในระดับมากขึ้นไปด้วยเช่นกัน สำหรับการจัดการเรียนการสอนในสถานศึกษา จะมีความเชื่อมโยงกับ การพัฒนาหลักสูตร เพราะหลักสูตรจะสามารถกำหนดการจัดการเรียนการสอนได้ ถึงแม้ว่าด้านการพัฒนา และส่งเสริมให้มีแหล่งเรียนรู้จะมีค่าความพึงพอใจน้อยที่สุด และก็ยังคงอยู่ในระดับมากด้วยเช่นกัน ซึ่งนั้นก็ สามารถบ่งชี้ให้เห็นว่า ผู้บริหารควรมีการจัดการแหล่งเรียนรู้ทั้งในและนอกตำราให้กับผู้เรียนได้เพิ่มทักษะ ด้านต่าง ๆ อย่างสมดุล อันจะส่งผลให้เกิดการพัฒนาการเรียน การสอนที่สอดคล้องกับการบริหารงานวิชาการ ของสถานศึกษาอันพึงได้รับ

2. ปัจจัยส่วนบุคคลของครูผู้สอนในสถานศึกษาไม่มีส่วนสำคัญในการสร้างความแตกต่างในระดับ ความคิดเห็นของความพึงพอใจในการบริหารงานวิชาการของผู้บริหาร เนื่องด้วยภารกิจหลักของครูผู้สอน ทุกคนต่างก็มีเพื่อส่งเสริม สนับสนุน และผลักดันงานวิชาการให้บรรลุตามเป้าหมายของตนเอง สถานศึกษา และหน่วยงานที่กำกับการศึกษา เมื่องานวิชาการทุกมิติได้รับการยอมรับและส่งเสริมไปในทิศทางเดียวกัน จะส่งผลเชิงบวกให้กับสถานศึกษา ผู้เรียน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในทิศทางบวกด้วยเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้เสนอแนะข้อมูลที่ได้จากการสังเคราะห์งานวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่ผู้บริหารสถานศึกษาสามารถนำไปต่อยอดเพื่อปรับปรุงและพัฒนาการบริหารงาน วิชาการของโรงเรียนในสังกัด ตลอดจนข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไปในศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กัน ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ โดยผู้บริหารสถานศึกษาควรจัดลำดับความสำคัญในการจัดหาและพัฒนา แหล่งเรียนรู้ทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษาให้มีความหลากหลายและเข้าถึงง่าย เนื่องจากเป็นด้านที่ครู มีความพึงพอใจน้อยที่สุด ตลอดจนเป็นการสร้างการเรียนรู้ให้กับผู้เรียนได้รับความรู้ทั้งในตำราและนอกตำรา อันจะส่งผลให้เกิดค่าการประเมินที่สูงขึ้นทั้งต่อหน่วยงานและความพึงพอใจของครูที่ปฏิบัติงาน

2. การจัดการกิจกรรมการเรียนการสอน ควรกำหนดแนวทางการจัดกิจกรรมให้สอดคล้องกับหลักสูตรและบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับคุณภาพการศึกษา สำหรับประเด็นดังกล่าวนี้สามารถเพิ่มศักยภาพให้กับนักเรียนในพื้นที่ได้ ตลอดจนครูผู้สอนได้มีส่วนร่วมพัฒนาและดำเนินการในการบริหารงานวิชาการที่เป็นภารกิจหลักของครูผู้สอนอยู่แล้ว

3. การพัฒนาหลักสูตร ควรมีการจัดทำโครงสร้างหลักสูตรที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และเป้าหมายของสถานศึกษา เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินคุณภาพการศึกษาในทุกมิติได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยครูผู้สอนจำเป็นต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการดังกล่าวอย่างรอบด้าน เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและเพิ่มระดับความพึงพอใจในการบริหารงานวิชาการของสถานศึกษาด้วย

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาการบริหารงานวิชาการด้านการวิจัยเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษาในสถานศึกษาในแต่ละพื้นที่ เพื่อให้ได้ข้อมูลเฉพาะแต่ละโรงเรียน อันจะนำมาพัฒนาการบริหารวิชาการที่ดีขึ้น

2. ควรศึกษาการมีส่วนร่วมของครูในการบริหารงานวิชาการ เนื่องจากครูในสถานศึกษาเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนงานบริหารวิชาการของสถานศึกษา ให้เกิดทิศทางบวกในทุกระดับ

3. ควรศึกษาปัญหาและแนวทางการพัฒนาการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา เนื่องจากปัญหาที่ได้รับจากการศึกษานั้นสามารถนำมาปรับปรุง เปลี่ยนแปลง และแก้ไขสถานศึกษาให้เกิดการบริหารวิชาการให้ทัดเทียมกันทุกมิติและพื้นที่การศึกษา

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2564). *คู่มือการบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานที่เป็นนิติบุคคล*. กระทรวงศึกษาธิการ.
- นภาพร สุทรวงศ์. (2561). *สภาพการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนเอกชน ระดับประถมศึกษา ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย*. [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยพะเยา.
- ปรียาภรณ์ ตั้งคุณานันต์. (2563). *การบริหารงานวิชาการในสถานศึกษาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน* (พิมพ์ครั้งที่ 2). ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิน เซอร์วิส ซีพพลาย.
- พระสมุห์สมพร อุทุมโม. (2564). *หลักการบริหารงานวิชาการในสถานศึกษา. บัณฑิตศึกษาปริทรรศน์ วิทยาลัยสงฆ์นครสวรรค์*, 9(3), 67-80.
- พักรัตนา บัญประสิทธิ์. (2563). *วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานวิชาการในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครราชสีมา เขต 2*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- พัฒนสินี ขันทศกร และ จรัส อติวิทยภรณ์. (2561). *การบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย จังหวัดนราธิวาส*. มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

- ศรธรรม รูปสอาด และ ศิริพงษ์ เสงี่ยมาน. (2564). ความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา โรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร. *วารสารร้อยแก่นสาร*, 7(2), 58-71.
- ศิริพร สว่างจิต. (2559). *การพัฒนากลยุทธ์การบริหารวิทยาลัยพยาบาลสังกัดกระทรวงกลาโหมตามแนวความคิดการเป็นองค์กรสมรรถนะสูง*. คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 3. (2567). *แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2567*. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 3.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). *แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579*. บริษัท พรักหวานกราฟฟิค จำกัด.
- อัยรัชดา แก้วโสภา. (2566). ปัญหาการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มเครือข่ายสถานศึกษาที่ 15 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุบลราชธานี เขต 2. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 5(2), 1-14.
- Fry, H., et al. (2009). *Handbook for Learning and Teaching in Higher Education: Enhancing Academic Practice (3rd ed.)*. Routledge.
- Geleta, M. (2015). The Role of School Principal as Instructional Leader: The Case of Shambu Primary School. *Open Access Library Journal*, 2, 1-14. doi: 10.4236/oalib.1101709
- Krejcie, R. V. and Morgan, D. W. (1970). *Determining Sample Size for Research Activities*. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.

การศึกษางค์ประกอบสมรรถนะครูพลศึกษา
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ
A Study of Components of Physical Education Teacher Competency
Under Secondary Educational Service Area Office, Bueng Kan

สพล สุภรณ์¹ วาโร เฟ่งสวัสดิ์^{2*} และ นวพร วรรณทอง³
Sapol Suporn¹ Waro Phengsawat^{2*} and Nawaphorn Wannathong³

^{1,2,3}คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
^{1,2,3}Faculty of Education, Sakon Nakhon Rajabhat University

*Corresponding author's email: sapol.su67@snru.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)
14 สิงหาคม 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)
10 ตุลาคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)
12 ตุลาคม 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษางค์ประกอบสมรรถนะครูพลศึกษาเป็นการวิจัยเพื่อการสำรวจโดยแบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 การสังเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะครูพลศึกษา โดยการศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จำนวน 10 แหล่ง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสังเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะครูพลศึกษาในโรงเรียน สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ความถี่และร้อยละ ขั้นตอนที่ 2 การประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบสมรรถนะครูพลศึกษา โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบสมรรถนะครูพลศึกษา ชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ และแบบสอบถามเพื่อประเมินความเหมาะสม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า 1) สมรรถนะครูพลศึกษา ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านความรู้วิชาการ การจัดการเรียนการสอน ทักษะทางการกีฬาและการออกกำลังกาย 2) การพัฒนาตนเองในความเป็นครูพลศึกษา 3) การสื่อสารและการมีมนุษยสัมพันธ์กับทั้งนักเรียน ผู้ปกครอง เพื่อนครู และผู้บริหาร 4) การส่งเสริมพัฒนาผู้เรียนโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ 5) ด้านคุณธรรมจริยธรรม และ 6) ด้านการวิจัย โดยภาพรวม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ 1) ด้านการสื่อสารและการมีมนุษยสัมพันธ์กับทั้งนักเรียน ผู้ปกครอง เพื่อนครู และผู้บริหาร 2) ด้านคุณธรรมจริยธรรม 3) ด้านการวิจัย 4) ด้านความรู้วิชาการ การจัดการเรียนการสอน ทักษะทางการกีฬาและการออกกำลังกาย 5) ด้านการพัฒนาตนเองในความเป็นครูพลศึกษา และ 6) ด้านการส่งเสริมพัฒนาผู้เรียน โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ

คำสำคัญ: สมรรถนะครูพลศึกษา, ครูพลศึกษา, การพัฒนาครู

วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ABSTRACT

This research aimed to study the components of physical education teacher competency as a survey research. The research was divided into 2 steps as follows: Step 1: Synthesizing the components of physical education teacher competency from 10 related documents and research sources. Step 2: Evaluation of the appropriateness of the components of physical education teacher competency indicators by 5 experts. The research tools were a document synthesis form and a 5-level rating scale questionnaire. The statistics used were frequency, percentage, mean, and standard deviation. The research results were found that 1) Physical education teacher competency consisted of 6 components: 1) Academic knowledge, teaching management, sports skills and exercise, 2) Self-development in physical education, 3) Communication and human relations with students, parents, fellow teachers and administrators, 4) Promoting learner development with a focus on learners as the most important factor, 5) morality and ethics, and 6) research. The suitability of these components, in overall, were appropriate at the highest level, when considering each component, the average values ranked from highest to lowest were as follows: 1) Communication and human relations with students, parents, fellow teachers and administrators, 2) Morality and ethics, 3) Research, 4) Academic knowledge, teaching management, sports skills and exercise; 5) Self-development as a physical education teacher, and 6) Promoting learner development with a focus on learners as the most important factor.

Keywords: Competency, Physical Education Teacher, Teacher Development

บทนำ

โลกในยุคปัจจุบันมีความเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็วจากการพัฒนาเทคโนโลยีและการสื่อสาร ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และการศึกษา ครูในศตวรรษที่ 21 จึงต้องปรับบทบาทจาก “ผู้สอน” (Teacher) มาเป็น “ผู้อำนวยความสะดวกการเรียนรู้” (Facilitator) เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีทักษะการเรียนรู้ ในศตวรรษที่ 21 ได้แก่ การคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหา การสื่อสาร และการทำงานร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ (ทีศนา แคมมณี, 2561; อมร พิมพ์ศรี และคณะ, 2566)

ครูพลศึกษาเป็นบุคลากรทางการศึกษาที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาผู้เรียนให้มีสุขภาพกาย แข็งแรง มีวินัย ใฝ่คุณธรรม และมีทักษะชีวิตที่ดี ทั้งยังเป็นผู้ส่งเสริมให้ผู้เรียนเห็นคุณค่าของการออกกำลังกาย และกีฬา ซึ่งส่งผลต่อสมรรถภาพทางกาย จิตใจ และสังคม (ทะเนศ วงศ์นาม, 2565; วราภรณ์ สมคิด, 2567)

การจัดการเรียนรู้พลศึกษาที่มีคุณภาพจึงต้องอาศัยครูที่มีสมรรถนะรอบด้าน ทั้งด้านวิชาการ การจัดการเรียนรู้ และคุณธรรมจริยธรรม เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพตามมาตรฐานการศึกษาแห่งชาติ

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560) กำหนดให้ครูต้องมีสมรรถนะทางวิชาชีพและคุณลักษณะที่เหมาะสมในการจัดการเรียนรู้ โดยในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาได้มีการศึกษาที่เน้นการพัฒนาสมรรถนะครูมากขึ้น เช่น การวิจัยของ นารินทร์ คำสุข (2564) พบว่า การพัฒนาครูตามแนวคิดสมรรถนะช่วยยกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนอย่างมีนัยสำคัญ และงานของ Phothong and Chaisanit (2022) ที่ชี้ว่า สมรรถนะด้านการสื่อสาร และการออกแบบการเรียนรู้มีผลโดยตรงต่อคุณภาพการสอนของครูพลศึกษาในประเทศไทย อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันยังไม่ปรากฏองค์ประกอบสมรรถนะครูพลศึกษาที่ชัดเจนในบริบทของสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษา โดยเฉพาะในพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ ซึ่งมีความต้องการพัฒนาครูพลศึกษาให้มีศักยภาพและสมรรถนะสอดคล้องกับการจัดการศึกษาในศตวรรษที่ 21 การสังเคราะห์สมรรถนะครูเฉพาะสาขาจะช่วยสร้างแนวทางพัฒนาเชิงระบบและใช้ประเมินสมรรถนะครูได้อย่างมีประสิทธิภาพ

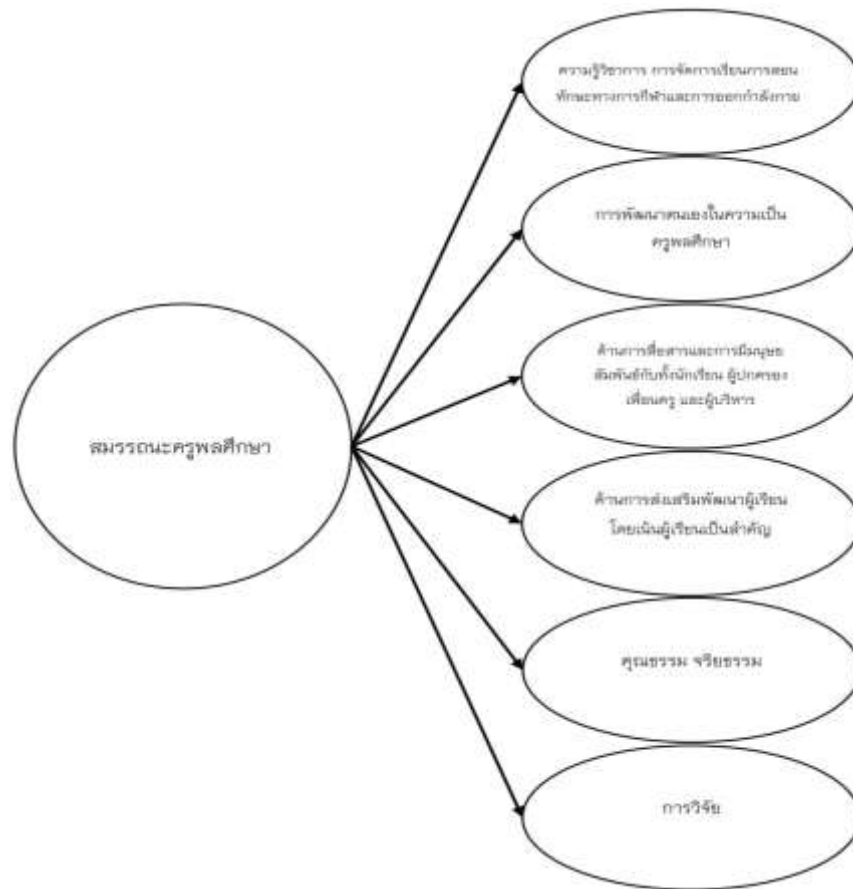
ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาการสังเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะครูพลศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาครูพลศึกษาให้มีสมรรถนะที่เหมาะสมกับการจัดการเรียนรู้ยุคใหม่ อันจะนำไปสู่การยกระดับคุณภาพผู้เรียนและคุณภาพการศึกษาอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบสมรรถนะครูพลศึกษา

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาสังเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะครูพลศึกษา ซึ่งมีกรอบแนวคิดของการวิจัยดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเพื่อการสำรวจ (Exploratory Study) โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสังเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะครูพลศึกษา

1.1 แหล่งข้อมูล

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการสังเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะครูพลศึกษา จำนวน 10 แหล่ง ได้แก่ ฐิติมา ภมรคล (2560); สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (2560); พงษ์ส คงเทศ (2560); ทักษิณ เกษตัน (2561); คณะกรรมการอิสระเพื่อการปฏิรูปการศึกษา (2562); อนงค์นาถ เคนโพธิ์ (2562); อีสริ สะอิตี (2562); วิชา พรหมโชติ (2564); วนิตา ภูขำนิ (2564); ศิริภัสสร คนยีน (2566); นนทนันต์ เผ่าภูรี (2567)

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสังเคราะห์เอกสาร เพื่อใช้สังเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะครูพลศึกษา

1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การดำเนินงานในระยะนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวกับสมรรถนะครูพลศึกษาในโรงเรียน
2. สังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวกับสมรรถนะครูพลศึกษาในโรงเรียน
3. สอบถามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อประเมินองค์ประกอบหลักเกี่ยวกับ

ความเหมาะสมขององค์ประกอบสมรรถนะครูพลศึกษาในโรงเรียน

1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสังเคราะห์เอกสารสมรรถนะครูพลศึกษาในโรงเรียน มาสรุปโดยใช้เกณฑ์ความถี่ตั้งแต่ร้อยละ 50 ของความถี่ทั้งหมด มาเป็นองค์ประกอบของสมรรถนะครูพลศึกษาในโรงเรียน แล้วนำผลที่ได้จากการสังเคราะห์องค์ประกอบเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบต่อไป

1.5 สถิติที่ใช้

สถิติที่ใช้ในการสังเคราะห์องค์ประกอบ ได้แก่ ความถี่และร้อยละ

ขั้นตอนที่ 2 การประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ขององค์ประกอบสมรรถนะครูพลศึกษา

2.1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้วิจัยประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบสมรรถนะครูพลศึกษา เป็นผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 คน ซึ่งได้มาโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจงตามคุณสมบัติที่กำหนด คุณสมบัติของผู้ทรงคุณวุฒิ มีดังนี้ 1) อาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษา ที่มีคุณวุฒิการศึกษา ไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาเอก ทางการบริหาร และมีประสบการณ์ด้านการสอนหรือการบริหารไม่ต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 1 คน 2) ผู้อำนวยการโรงเรียนระดับมัธยมศึกษา ที่มีคุณวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาโททางการบริหารการศึกษา มีวิทยฐานะไม่ต่ำกว่าชำนาญการพิเศษและมีประสบการณ์ด้านการบริหารไม่ต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 2 คน 3) ครูมีคุณวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาโททางการศึกษา มีวิทยฐานะไม่ต่ำกว่าชำนาญการพิเศษและมีประสบการณ์ด้านการสอนไม่ต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 2 คน

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบสมรรถนะครูพลศึกษา ชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนแบบช่วงน้ำหนักไว้ 5 ระดับ ประกอบด้วย มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด 2) การสร้างเครื่องมือผู้วิจัยนำองค์ประกอบสมรรถนะครูพลศึกษา ที่ได้จากการศึกษาเอกสารงานวิจัยในขั้นตอนที่ 1 มาร่างแบบสอบถามเพื่อประเมินความเหมาะสม นำร่างแบบสอบถามเสนอต่อประธานกรรมการและกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบและให้คำแนะนำในเรื่องความเหมาะสมของการใช้ภาษาและความถูกต้องครอบคลุมประเด็นเนื้อหา แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะและจัดพิมพ์แบบสอบถาม

2. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ตรวจสอบอีกครั้งหนึ่ง นำผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์ค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ด้วยค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถามเป็นรายข้อ ถ้าค่าดัชนีความสอดคล้องที่เท่ากับหรือมากกว่า 0.60 ขึ้นไปมาใช้ในแบบสอบถาม

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลโดยนำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน ประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบตัวบ่งชี้สมรรถนะครูพลศึกษา และนำแบบประเมินที่ได้รับคืนมาวิเคราะห์ข้อมูลหาค่าเฉลี่ยและปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาระดับความเหมาะสมขององค์ประกอบ โดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำค่าเฉลี่ยไปแปลความหมายโดยเทียบกับเกณฑ์การประเมินโดยเลือกองค์ประกอบที่มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก หรือมีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.51 ขึ้นไป เพื่อให้ได้องค์ประกอบภาวะผู้นำแบบผู้รับใช้ของผู้บริหารสถานศึกษา ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง องค์ประกอบมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง องค์ประกอบมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง องค์ประกอบมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง องค์ประกอบมีความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง องค์ประกอบมีความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อยที่สุด

2.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบ ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาองค์ประกอบสมรรถนะครูพลศึกษา

ผลจากการสังเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะครูพลศึกษา ซึ่งได้จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจำนวน 10 แหล่ง โดยแจกแจงความถี่และสรุปผลโดยเกณฑ์ค่าเฉลี่ยความถี่ตั้งแต่ 5 ขึ้นไป ซึ่งเท่ากับหรือมากกว่าร้อยละ 50 ขึ้นไปของความถี่ทั้งหมด รายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การสังเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะครูพลศึกษา

องค์ประกอบ สมรรถนะครูพลศึกษา	นักวิชาการและนักวิชาการศึกษา									ความถี่	ร้อยละ	องค์ประกอบที่ตัดสร	
	สมเกียรติ กาทองทุ่ง (2558)	อิสรีย์ ละอิตี (2561) (2560)	พงศธร ไพจิตร (2561)	บุญยพรรณ หมั่นละม้าย (2563)	ฉัตรชัย สุตรสุคนธ์ (2563)	เสาวลักษณ์ ประมาณ และคณะ (2565)	ทนะต วังคัม (2565)	สิริวรรณ กองทรัพย์ และคณะ (2566)	เสาวลักษณ์ ประมาณ และคณะ (2567)				ภูริ ณรงค์วานิช และคณะ (2567)
1.ด้านคุณธรรม จริยธรรม	✓		✓	✓	✓			✓			5	50	✓
2.ด้านความรู้วิชาการ การจัดการเรียนการสอนทักษะทางการกีฬาและการออกกำลังกาย	✓	✓	✓	✓		✓	✓		✓	✓	8	80	✓
3.ด้านการสื่อสารและการมีมนุษยสัมพันธ์กับทั้งนักเรียน ผู้ปกครอง เพื่อนครู และผู้บริหาร	✓	✓				✓	✓	✓		✓	6	60	✓
4.ด้านการวัดและประเมินผล	✓		✓								2	20	
5.ด้านทักษะสุขภาพและการปฏิบัติการสอน	✓										1	10	
6.ด้านการจัดการและพัฒนาหลักสูตรทางพลศึกษา	✓					✓			✓		3	30	
7.ด้านการวิจัย	✓		✓			✓		✓	✓		5	50	✓
8.ด้านภาษา	✓										1	10	
9.ด้านการส่งเสริมพัฒนาผู้เรียน โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ		✓				✓	✓	✓	✓	✓	6	60	✓
10.ด้านการรู้เท่าทันสื่อสารสนเทศและดิจิทัล	✓						✓			✓	3	30	
11.ด้านการพัฒนาตนเองในความเป็นครูพลศึกษา		✓			✓	✓	✓	✓	✓	✓	7	70	✓

ตารางที่ 1 (ต่อ)

องค์ประกอบ สมรรถนะครูพลศึกษา	นักวิชาการและนักวิชาการศึกษา										ความถี่	ร้อยละ	องค์ประกอบที่คัดสรร
	สมเกียรติ กาทองทุ่ง (2558)	อิสริ์ สะอิต (2561) (2560)	พงศธร ไพจิตร (2561)	บุญยพรพรคนน์ หมั่นละม้าย (2563)	ฉัตรชัย สุตรสุคนธ์ (2563)	เสาวลักษณ์ ประมาณ และคณะ (2565)	พะเนศ วงศ์นาม (2565)	สิริวรรณ กองทรัพย์ และคณะ (2566)	เสาวลักษณ์ ประมาณ และคณะ (2567)	ภูริ ณรงค์ควานิช และคณะ (2567)			
12.ด้านการปรับตัวให้เข้ากับนักเรียนและยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลง	✓							✓	✓	✓	4	40	
13.ด้านทักษะชีวิต			✓								1	10	
14.ด้านอุดมการณ์วิชาชีพครู				✓							1	10	
15.ด้านความเป็นผู้นำและการยอมรับผู้อื่น				✓							1	10	
16.ด้านความพอเพียงและจิตสาธารณะ				✓							1	10	
17.ด้านการสร้างความสัมพันธ์ในสังคมพหุวัฒนธรรม				✓							1	10	
18.ด้านการสร้างเสริมสุขภาวะ				✓							1	10	
19.ด้านการทำงานเป็นทีม					✓						1	10	
20.ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน					✓						1	10	
รวม	9	5	5	7	4	6	5	6	6	6	59	100	

จากตารางที่ 1 เห็นได้ว่า องค์ประกอบของสมรรถนะครูพลศึกษา สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์คัดเลือกองค์ประกอบที่มีความถี่ตั้งแต่ 50 ขึ้นไป ทำให้ได้องค์ประกอบทั้งหมด จำนวน 6 องค์ประกอบ เรียงตามความถี่สูงสุดไปหาน้อยที่สุด ได้ดังนี้ 1) ด้านความรู้วิชาการ การจัดการเรียนการสอน ทักษะทางการกีฬาและการออกกำลังกาย 2) ด้านการพัฒนาตนเองในความเป็นครูพลศึกษา 3) ด้านการส่งเสริมพัฒนาผู้เรียน โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ 4) ด้านการสื่อสารและการมีมนุษยสัมพันธ์กับทั้งนักเรียน ผู้ปกครอง เพื่อนครูและผู้บริหาร 5) ด้านคุณธรรมจริยธรรม และ 6) ด้านการวิจัย

2. การประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบสมรรถนะครูพลศึกษา

นำผลการประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบมากำหนดนิยามเชิงปฏิบัติการ นำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน ประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบ สามารถสรุปรายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบสมรรถนะครูพลศึกษา

ชื่อองค์ประกอบ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านความรู้วิชาการ การจัดการเรียนการสอน ทักษะทางการกีฬาและการออกกำลังกาย	5.00	0.00	มากที่สุด
2. ด้านการพัฒนาตนเองในความเป็นครูพลศึกษา	5.00	0.00	มากที่สุด
3. ด้านการสื่อสารและการมีมนุษยสัมพันธ์กับทั้งนักเรียน ผู้ปกครอง เพื่อนครู และผู้บริหาร	5.00	0.00	มากที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมพัฒนาผู้เรียน โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ	5.00	0.00	มากที่สุด
5. ด้านคุณธรรม จริยธรรม	5.00	0.00	มากที่สุด
6. ด้านการวิจัย	4.80	0.44	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.96	0.17	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ผลการประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบสมรรถนะครูพลศึกษา โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน พบว่า ความเหมาะสมขององค์ประกอบสมรรถนะครูพลศึกษา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.96$, $SD = 0.17$) และเมื่อพิจารณารายองค์ประกอบ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกองค์ประกอบ โดยเรียงจากมาก ไปน้อย ได้ดังนี้ 1) ด้านความรู้วิชาการ การจัดการเรียนการสอน ทักษะทางการกีฬาและการออกกำลังกาย ($\bar{X} = 5.00$, $SD = 0.00$) 2) ด้านการพัฒนาตนเองในความเป็นครูพลศึกษา ($\bar{X} = 5.00$, $SD = 0.00$) 3) ด้านการสื่อสารและการมีมนุษยสัมพันธ์กับทั้งนักเรียน ผู้ปกครอง เพื่อนครู และผู้บริหาร ($\bar{X} = 5.00$, $SD = 0.00$) 4) ด้านการส่งเสริมพัฒนาผู้เรียน โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ($\bar{X} = 5.00$, $SD = 0.00$) 5) ด้านคุณธรรม จริยธรรม ($\bar{X} = 5.00$, $SD = 0.00$) 6) ด้านการวิจัย ($\bar{X} = 4.80$, $SD = 0.44$)

อภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า สมรรถนะครูพลศึกษาประกอบด้วย 6 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ ด้านความรู้และทักษะวิชาชีพพลศึกษา ด้านการพัฒนาตนเองทางวิชาชีพ ด้านการสื่อสารและมนุษยสัมพันธ์ ด้านการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ด้านคุณธรรมจริยธรรม และด้านการวิจัยและการใช้ข้อมูลเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ ซึ่งทุกองค์ประกอบมีความเหมาะสมในระดับ “มากที่สุด” ผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าครูพลศึกษาจำเป็นต้องมีสมรรถนะที่ครอบคลุมทั้งด้านวิชาการ การบริหารจัดการเรียนรู้ และคุณธรรม เพื่อให้สามารถจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมพัฒนาผู้เรียนอย่างรอบด้าน

1. ด้านความรู้และทักษะวิชาชีพพลศึกษา

ผลการวิจัยที่พบว่าองค์ประกอบนี้มีความเหมาะสมสูงสุด สอดคล้องกับแนวคิดของ McClelland (1973) ที่ชี้ว่าสมรรถนะเป็นผลรวมของความรู้และทักษะที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน

อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงสอดคล้องกับการศึกษาของ Phothong and Chaisanit (2022) ซึ่งพบว่าครูพลศึกษาที่มีความรู้ความเข้าใจในหลักสูตรและทักษะทางกีฬา สามารถจัดกิจกรรมการเรียนรู้ได้อย่างมีคุณภาพ และสร้างแรงจูงใจให้ผู้เรียนมากกว่า

2. ด้านการพัฒนาตนเองทางวิชาชีพ

ผลการประเมินที่อยู่ในระดับมากที่สุดสะท้อนให้เห็นว่าครูพลศึกษาที่มีความตระหนักในการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นคุณลักษณะสำคัญของครูยุคใหม่ (Darling-Hammond, 2017) และสอดคล้องกับงานของ นาริรัตน์ คำสุข (2564) ที่ชี้ว่าการส่งเสริมให้ครูพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการสอนและการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เชิงรุก

3. ด้านการสื่อสารและมนุษยสัมพันธ์

องค์ประกอบนี้ได้รับการประเมินในระดับมากที่สุดเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานของ อมร พิมพ์ศรี และคณะ (2566) ที่ระบุว่าครูที่มีทักษะการสื่อสารและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี จะสามารถสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่เป็นมิตรและส่งผลต่อความร่วมมือระหว่างครูกับผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ด้านการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ

ผลที่ได้สนับสนุนแนวคิดของทิตินา แซมมณี (2561) ที่เน้นให้ครูเป็นผู้อำนวยความสะดวกการเรียนรู้ และออกแบบกิจกรรมให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอย่างเต็มศักยภาพ รวมทั้งสอดคล้องกับงานของ กิตติศักดิ์ ศรีสุวรรณ (2566) ที่ชี้ว่าครูพลศึกษาควรใช้กระบวนการ Active Learning เพื่อพัฒนาทักษะทางกายและทักษะชีวิตของผู้เรียน

5. ด้านคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ

องค์ประกอบนี้ได้รับค่าเฉลี่ยสูงสุดในทุกด้าน แสดงให้เห็นว่าผู้ทรงคุณวุฒิให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านจริยธรรมของครู ซึ่งเป็นรากฐานของความเป็นครูตามมาตรฐานวิชาชีพครูของคุรุสภา (2563) ผลนี้สอดคล้องกับงานของ วราภรณ์ สมคิด (2567) ที่พบว่าคุณธรรมและจริยธรรมเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของครูพลศึกษาและเพิ่มความน่าเชื่อถือในสายตาผู้เรียน

6. ด้านการวิจัยและการใช้ข้อมูลเพื่อพัฒนาการเรียนรู้

ผลที่ได้สอดคล้องกับงานของ Phothong and Chaisanit (2022) ที่เสนอว่าครูพลศึกษาควรมีสมรรถนะด้านการวิจัยเพื่อใช้ข้อมูลจากการประเมินผลผู้เรียนมาปรับปรุงกระบวนการเรียนการสอน และสอดคล้องกับแนวคิดของ Boyatzis (1982) ที่มองว่าสมรรถนะด้านการคิดวิเคราะห์และการใช้ข้อมูลสะท้อนถึงความเป็นมืออาชีพของครูในศตวรรษที่ 21

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 ผลจากการศึกษาองค์ประกอบสมรรถนะครูพลศึกษา มี 6 องค์ประกอบ ดังนั้น ครูพลศึกษาควรมีการนำองค์ประกอบข้างต้น ไปเป็นแนวทางในการส่งเสริมพัฒนา ซึ่งผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า องค์ประกอบสมรรถนะครูพลศึกษาทุกองค์ประกอบเป็นประโยชน์ในการสร้างความรู้ ความเข้าใจให้กับครูพลศึกษา และ

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง สามารถนำไปกำหนดนโยบายของสถานศึกษา ส่งเสริมและพัฒนาสมรรถนะครูพลศึกษาต่อไป

1.2 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา หรือสถานศึกษาด้านสังกัด ควรนำผลการวิจัยไปพัฒนาสมรรถนะครูพลศึกษาและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยนำไปกำหนดนโยบายของสถานศึกษาส่งเสริมและพัฒนาสมรรถนะครูพลศึกษาต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษารูปแบบการพัฒนาสมรรถนะครูพลศึกษา เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเพื่อสร้างสมรรถนะให้กับครูพลศึกษาในหน่วยงาน

2.2 ควรศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาสมรรถนะครูพลศึกษา เพื่อให้ทราบองค์ประกอบสมรรถนะครูพลศึกษาในด้านที่มีความต้องการได้รับการพัฒนาอย่างเร่งด่วน

2.3 ควรวิจัยพัฒนาตัวบ่งชี้สมรรถนะครูพลศึกษา เพื่อเป็นเครื่องมือในการประเมินสมรรถนะครูพลศึกษา ซึ่งเป็นสารสนเทศในการพัฒนาครูพลศึกษาต่อไป

เอกสารอ้างอิง

คณะกรรมการอิสระเพื่อการปฏิรูปการศึกษา. (2562). รายงานการศึกษาแนวทางการยกระดับสมรรถนะครูและบุคลากรทางการศึกษาเพื่อการปฏิรูปประเทศด้านการศึกษา.

ฐิติมา ภมรคล. (2560). สมรรถนะครูพลศึกษากับการพัฒนาคุณภาพผู้เรียนในศตวรรษที่ 21. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 44(2), 101–115.

ทะเนศ วงศ์นาม. (2565). รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะทางวิชาการด้วยการเรียนรู้แบบนำตนเองของครูพลศึกษาโรงเรียนมัธยมศึกษาในจังหวัดพิษณุโลก. [วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษาดุษฎีบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ทักษิณ เกษตัน. (2561). สมรรถนะหลักของครูพลศึกษาในยุคการศึกษาไทย 4.0. วารสารครุศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี, 15(3), 88–102.

ทิตนา แหมมณี. (2561). ศาสตร์การสอน: องค์ความรู้เพื่อการจัดการกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 23). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นนทนันต์ เผ่าภูรี. (2567). การพัฒนาโมเดลสมรรถนะครูพลศึกษาเพื่อการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21. วารสารนวัตกรรมการเรียนรู้, 11(1), 98–113.

นาริรัตน์ คำสุข. (2564). การพัฒนาครูตามแนวคิดสมรรถนะเพื่อยกระดับคุณภาพผู้เรียน. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 47(3), 112–128.

พหุส คงเทส. (2560). การพัฒนาสมรรถนะครูพลศึกษาตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงรุก. วารสารพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 19(1), 55–69.

- วนิดา ภูขำนิ. (2564). การวิเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะหลักของครูพลศึกษาในสถานศึกษา เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารการวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่*, 7(2), 142–157.
- วราภรณ์ สมคิด. (2567). สมรรถนะหลักของครูพลศึกษาในยุคดิจิทัล. *วารสารพลศึกษาและกีฬามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 19(1), 45–58.
- วิชา พรหมโชติ. (2564). การเสริมสร้างสมรรถนะครูพลศึกษาด้วยกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม. *วารสารพลศึกษาและสุขภาพศึกษา*, 13(1), 34–49.
- ศิริภัสสร คนยีน. (2566). สมรรถนะครูพลศึกษากับการพัฒนาทักษะชีวิตของผู้เรียนในระดับมัธยมศึกษา. *วารสารพลศึกษาและการกีฬา*, 18(1), 60–74.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562. กระทรวงศึกษาธิการ.
- อนงค์นาถ เคนโพธิ์. (2562). การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะครูพลศึกษาในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน. *วารสารครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 26(4), 210–225.
- อมร พิมพ์ศรี และคณะ. (2566). การพัฒนาสมรรถนะครูในศตวรรษที่ 21. *วารสารครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา*, 22(2), 77–95.
- อิสรี สะอิตี. (2561). การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะของครูพลศึกษาในศตวรรษที่ 21 โดยประยุกต์ในการอำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ร่วมกับการสอนแบบเสริมศักยภาพ. [วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต]. <https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/3576/>
- Boyatzis, R. E. (1982). *The Competent Manager: A model for Effective Performance*. John Wiley & Sons. <https://archive.org/details/competentmanager0000boya>
- Darling-Hammond, L. (2017). Testing for Competence Rather than for 'Intelligence'. *American Psychologist*, 72(6), 512–523.
- McClelland, D. C. (1973). Testing for Competence Rather than for "Intelligence". *American Psychologist*, 28(1), 1–14.
- Phothong, S. and Chaisanit, S. (2022). Competency Development of Physical Education Teachers in Thailand. *Journal of Education Studies*, 30(3), 112–126.

การพัฒนาระบบบริหารคลังข้อสอบเพื่อการวัดและประเมินผล “RVC-TBank”

สำหรับเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการสถานศึกษา

กรณีศึกษา วิทยาลัยอาชีวศึกษาร้อยเอ็ด

The Development of 'RVC-TBank': A Test Bank Management System for Measurement and Evaluation to Enhance Educational Administration Efficiency: A Case Study of Roi Et Vocational College

เชาวฤทธิ์ ลำพай^{1*} สุภาดา คำตา² และ สุระชัย วิเศษโวหาร³

Chaowarit Lampai^{1*} Suphada Khamta² and Surachai Wisatvohan³

^{1,2,3}วิทยาลัยอาชีวศึกษาร้อยเอ็ด

^{1,2,3}Roi Et Vocational College

*Corresponding author's email: 2bigchang@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

17 กันยายน 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

17 ตุลาคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

17 ตุลาคม 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) พัฒนาระบบบริหารคลังข้อสอบเพื่อการวัดและประเมินผล “RVC-TBank” สำหรับวิทยาลัยอาชีวศึกษาร้อยเอ็ด (2) ศึกษาประสิทธิภาพของระบบในการจัดการข้อสอบ การจัดเก็บ การเรียกใช้ และการรายงานผลการประเมิน และ (3) ประเมินความพึงพอใจของผู้บริหาร ครู และผู้เรียนที่มีต่อการใช้ระบบดังกล่าว การวิจัยใช้รูปแบบการวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) โดยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ (1) การวิเคราะห์ความต้องการและออกแบบระบบ (2) การพัฒนาระบบด้วยเทคโนโลยีเว็บแอปพลิเคชันที่รองรับการสร้างคลังข้อสอบ การจัดชุดข้อสอบ อัตโนมัติ การสอบออนไลน์ และการสรุปผลรายงาน และ (3) การประเมินคุณภาพระบบโดยผู้เชี่ยวชาญ และผู้ใช้จริง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย ผู้บริหาร ครู และนักเรียนของวิทยาลัยอาชีวศึกษาร้อยเอ็ด จำนวน 320 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามความพึงพอใจ แบบประเมินคุณภาพระบบ และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า ระบบ “RVC-TBank” ที่พัฒนาขึ้นสามารถตอบสนองต่อความต้องการของสถานศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพของระบบอยู่ในระดับดีมากที่สุด ทั้งในด้านความถูกต้อง ความครอบคลุม และความสะดวกต่อการใช้งาน ขณะที่ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริหาร ครู และนักเรียนอยู่ในระดับมากที่สุด ระบบช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังข้อสอบ ลดเวลาในการดำเนินงาน และสร้างความโปร่งใสในกระบวนการวัดและประเมินผลอย่างชัดเจน สรุปได้ว่า การพัฒนาระบบ “RVC-TBank” สามารถนำไป

ประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการวัดและประเมินผลที่มีประสิทธิภาพ สนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหาร และยกระดับคุณภาพการจัดการศึกษาในวิทยาลัยอาชีวศึกษาร้อยเอ็ดได้อย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน

คำสำคัญ: ระบบบริหารคลังข้อสอบ, การวัดและประเมินผล, RVC-TBank, การจัดการศึกษาอาชีวศึกษา

ABSTRACT

This research aimed to (1) develop the “RVC-TBank” test bank management system for assessment at Roi Et Vocational College, (2) examine the efficiency of the system in managing test items, storage, retrieval, and reporting, and (3) evaluate the satisfaction of administrators, teachers, and students regarding the use of the system. The study employed a research and development (R&D) design consisting of three main phases: (1) analyzing user requirements and designing the system, (2) developing the system as a web-based application that supports test bank creation, automatic test set generation, online examination, and reporting functions, and (3) evaluating the system’s quality by experts and end-users. The participants included administrators, teachers, and students of Roi Et Vocational College, selected through purposive sampling, totaling individuals. The research instruments comprised a satisfaction questionnaire, a system quality evaluation form, and in-depth interviews. Data were analyzed using percentage, mean, standard deviation, and content analysis. The findings revealed that the developed “RVC-TBank” system effectively met the needs of the institution. Experts evaluated the system quality at a very high level in terms of accuracy, coverage, and user-friendliness, confirming that the system was appropriate for educational management. In addition, the satisfaction levels of administrators, teachers, and students were rated at a very high level. The system significantly enhanced test bank management efficiency, reduced operational time, minimized redundancy in examination preparation, and increased transparency and accountability in the assessment process. In conclusion, the development of “RVC-TBank” provides an effective and practical tool for managing assessment processes in vocational education. The system not only supports administrative decision-making and improves the quality of educational management at Roi Et Vocational College but also has potential to be adapted and applied in other vocational institutions across Thailand to strengthen digital transformation in education.

Keywords: Test bank management system, Assessment, RVC-TBank,

Vocational education management

บทนำ

การจัดการศึกษาในศตวรรษที่ 21 มุ่งเน้นการพัฒนาผู้เรียนให้มีสมรรถนะตามมาตรฐานวิชาชีพ และสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ หนึ่งในกระบวนการสำคัญที่ส่งผลต่อคุณภาพการเรียนการสอน คือ “การวัดและประเมินผล” เนื่องจากเป็นเครื่องมือที่สะท้อนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนและคุณภาพของการจัดการเรียนการสอน อีกทั้งยังเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับผู้บริหารในการตัดสินใจเชิงนโยบายด้านการจัดการศึกษา อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่พบโดยทั่วไปในสถานศึกษา คือ การจัดการข้อสอบและการประเมินผลที่ยังขาดความเป็นระบบ ข้อสอบกระจายกระจาย ไม่สามารถจัดเก็บค้นหา หรือเรียกใช้งานซ้ำได้สะดวก ส่งผลให้กระบวนการประเมินใช้เวลานาน ขาดความโปร่งใสและความถูกต้องในขั้นตอนการบริหารจัดการ (กาญจนา บุญส่ง และ สมชาย พงษ์สวัสดิ์, 2563) นอกจากนี้ สถานศึกษาส่วนใหญ่ยังขาดระบบสารสนเทศที่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลข้อสอบ การจัดสอบ และการรายงานผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับ Al-Saleem and Ullah (2020) ที่ระบุว่า การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการจัดการข้อสอบแบบออนไลน์ จะช่วยลดภาระงาน เพิ่มความรวดเร็ว และเพิ่มความน่าเชื่อถือของกระบวนการวัดและประเมินผล ปัจจุบันหลายสถานศึกษาในประเทศไทยเริ่มพัฒนาระบบคลังข้อสอบและระบบสอบออนไลน์ เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว แต่ยังมีข้อจำกัดในด้านความครอบคลุมของข้อมูล ฟังก์ชันการใช้งาน และความเหมาะสมกับบริบทของแต่ละสถานศึกษา โดยเฉพาะระดับอาชีวศึกษา ซึ่งมีความหลากหลายของรายวิชาและการสอบปฏิบัติ การพัฒนาระบบบริหารคลังข้อสอบจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการยกระดับคุณภาพการวัดและประเมินผลให้มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และตรวจสอบได้

วิทยาลัยอาชีวศึกษาร้อยเอ็ด เป็นสถาบันการอาชีวศึกษาที่มีบทบาทสำคัญในการผลิตและพัฒนากำลังคนสายวิชาชีพสู่ตลาดแรงงานที่มีคุณภาพ การมีระบบบริหารคลังข้อสอบที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับการใช้งานจริงของครูและผู้บริหาร จะช่วยสนับสนุนการจัดการเรียนการสอนให้มีคุณภาพมากขึ้น สอดคล้องกับ แผนพัฒนาการอาชีวศึกษา พ.ศ. 2566–2570 ของสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา, 2566) ที่เน้นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารจัดการ การพัฒนาคุณภาพผู้เรียน และการสร้างระบบประกันคุณภาพการศึกษาอย่างยั่งยืน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการพัฒนา “ระบบบริหารคลังข้อสอบเพื่อการวัดและประเมินผล ‘RVC-TBank’” ซึ่งเป็นระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการสถานศึกษา มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเก็บข้อสอบ การสร้างชุดข้อสอบ การดำเนินการสอบออนไลน์ และการรายงานผลการประเมิน เพื่อให้ครูสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการเรียนการสอน และผู้บริหารสามารถใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจเชิงนโยบายได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนา “ระบบบริหารคลังข้อสอบและการวัดผล RVC-TBank” สำหรับการจัดการสอบและการประเมินผลในวิทยาลัยอาชีวศึกษาร้อยเอ็ด

2. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของระบบ RVC-TBank ในด้านการจัดเก็บและค้นหาข้อสอบ การจัดสอบออนไลน์ การรายงานผลการสอบ และการจัดการปฏิทินการสอบ

3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริหาร ครู และนักเรียนที่มีต่อการใช้งานระบบ RVC-TBank ในด้านความถูกต้อง ความสะดวก ความโปร่งใส และความคุ้มค่าในการใช้งาน

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรต้น (Independent Variable)

1. การใช้ ระบบบริหารคลังข้อสอบและการวัดผล “RVC-TBank”

ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

1. คุณภาพของระบบ (ประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ)
2. ประสิทธิภาพของระบบ
3. ความพึงพอใจของผู้ใช้ (ผู้บริหาร ครู นักเรียน)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย แสดงกระบวนการจาก Input /Process /Output ระบบ RVC-TBank
ที่มา ผู้วิจัย (2568)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development R&D) มีขั้นตอนดำเนินการดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้บริหาร ครู และนักเรียนของวิทยาลัยอาชีวศึกษาร้อยเอ็ด ซึ่งเป็น ผู้บริหาร 5 คน ครูผู้สอน 83 คน และนักเรียน 1,810 คน รวมทั้งหมด 1,898 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้จากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้ ตารางของ Krejcie and Morgan (1970) เมื่อประชากร $N = 1,900$ คน ($\approx 1,898$) ดังนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่แนะนำคือ ≈ 320 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ระบบบริหารคลังข้อสอบ “RVC-TBank” ที่พัฒนาขึ้น
2. แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้ (มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ)
3. แบบประเมินคุณภาพระบบโดยผู้เชี่ยวชาญ (เช่น ด้านความถูกต้อง ครอบคลุม ความสะดวกในการใช้งาน และการรายงานผล)
4. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

1. ระบบบริหารคลังข้อสอบ “RVC-TBank”
ระบบ “RVC-TBank” ได้รับการพัฒนาขึ้นโดยใช้กระบวนการวิจัยและพัฒนา (R&D) ตามขั้นตอนดังนี้
 - 1) การวิเคราะห์ความต้องการ (Requirement Analysis)
 - ศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการจากผู้บริหาร ครู และนักเรียนเกี่ยวกับการจัดการข้อสอบและการสอบออนไลน์
 - วิเคราะห์ระบบงานเดิม (เช่น การใช้ข้อสอบกระดาษ การใช้ Google Form แยกวิชา)
 - สรุปคุณลักษณะของระบบที่ต้องพัฒนา
 - 2) การออกแบบระบบ (System Design)
 - ออกแบบโครงสร้างฐานข้อมูลสำหรับการจัดเก็บข้อสอบและผลการสอบ
 - ออกแบบส่วนติดต่อผู้ใช้ (User Interface) ให้ใช้งานง่าย ครอบคลุมฟังก์ชัน เช่น การจัดเก็บข้อสอบ การสร้างข้อสอบ การจัดสอบออนไลน์ การออกรายงานผล และการจัดการปฏิทินสอบ
 - ออกแบบสิทธิ์ผู้ใช้งาน (Admin ครูผู้สอน นักเรียน)
 - 3) การพัฒนาระบบ (System Development)
 - พัฒนาด้วยเทคโนโลยีเว็บแอปพลิเคชัน (Web Application) โดยใช้ภาษา PHP และฐานข้อมูล MySQL
 - เชื่อมต่อกับ Google Form/Google Sheet สำหรับการสอบออนไลน์
 - พัฒนาโมดูลย่อย ได้แก่ โมดูลคลังข้อสอบ โมดูลจัดสอบ โมดูลรายงานผล และโมดูลปฏิทินการสอบ
 - 4) การทดสอบระบบ (System Testing)
 - ทดสอบการทำงานเบื้องต้น (Alpha Test) โดยนักพัฒนาและผู้เชี่ยวชาญด้าน IT
 - ทดสอบใช้งานจริง (Beta Test) กับผู้บริหาร ครู และนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง
 - 5) การปรับปรุงและพัฒนาสมบูรณ์ (System Improvement)
 - ปรับปรุงระบบตามข้อเสนอแนะจากผู้ใช้และผู้เชี่ยวชาญ

- ตรวจสอบประสิทธิภาพการทำงานของระบบให้สอดคล้องกับความต้องการ

2. แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้ (มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ)

แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบบริหารคลังข้อสอบ “RVC-TBank” ได้รับการพัฒนาขึ้นเพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้บริหาร ครู และนักเรียน โดยมีขั้นตอนการสร้างและพัฒนา ดังนี้

1) การกำหนดโครงสร้างแบบสอบถาม

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ เช่น เพศ สถานภาพ (ผู้บริหาร ครู นักเรียน) และประสบการณ์การใช้ระบบสอบออนไลน์

- ตอนที่ 2 ความพึงพอใจต่อการใช้ระบบ RVC-TBank แบ่งออกเป็น 4 ด้าน

- (1) ด้านการออกแบบและการใช้งาน (Usability)
- (2) ด้านประสิทธิภาพของระบบ (System Efficiency)
- (3) ด้านการรายงานผลและความโปร่งใส (Reporting & Transparency)
- (4) ด้านประโยชน์และความคุ้มค่า (Usefulness)

- ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมแบบปลายเปิด

2) รูปแบบมาตราส่วนการวัด ใช้มาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ

3) การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

- ส่งแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจสอบ ความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (IOC) กำหนดเกณฑ์ไว้ที่ $IOC \geq 0.50$
- $IOC = 0.83$, Cronbach's Alpha = 0.94
- ปรับปรุงรายการคำถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ
- นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกลุ่มตัวอย่างจริง (Try-out)

จำนวน 320 คน

- วิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยสถิติ Cronbach's Alpha โดยกำหนดเกณฑ์ ≥ 0.80

4) การแปลผลแบบสอบถาม

- ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
- แปลผลตามเกณฑ์ลิเคิร์ต 5 ระดับ

3. แบบประเมินคุณภาพระบบโดยผู้เชี่ยวชาญ

แบบประเมินคุณภาพระบบบริหารคลังข้อสอบและการวัดผล “RVC-TBank” จัดทำขึ้นเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา และผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารการศึกษา ประเมินคุณภาพของระบบตามเกณฑ์มาตรฐาน โดยมีขั้นตอนการสร้างและพัฒนา ดังนี้

1) การกำหนดโครงสร้างแบบประเมิน

แบบประเมินแบ่งออกเป็น 4 ด้านหลัก ได้แก่

- ด้านความถูกต้อง (Accuracy)
- ด้านความครอบคลุม (Coverage)
- ด้านความสะดวกในการใช้งาน (Usability)
- ด้านการรายงานผล (Reporting)

2) รูปแบบมาตราส่วนการวัด (Measurement Scale) ใช้มาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ต

3) การตรวจสอบคุณภาพแบบประเมิน

ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ใช้ดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ≥ 0.50 ปรับปรุงรายการประเมินตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ และหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบประเมินโดยใช้สถิติ Cronbach's Alpha กำหนดเกณฑ์ ≥ 0.80 (IOC = 0.83, Cronbach's Alpha = 0.94)

4) การแปลผลแบบประเมิน

- ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
- เกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ย
 - 4.21–5.00 = คุณภาพดีมากที่สุด
 - 3.41–4.20 = คุณภาพดีมาก
 - 2.61–3.40 = คุณภาพปานกลาง
 - 1.81–2.60 = คุณภาพน้อย
 - 1.00–1.80 = คุณภาพน้อยที่สุด

4. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ถูกสร้างขึ้นเพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับการใช้งานและประสบการณ์ของผู้ใช้ระบบบริหารคลังข้อสอบและการวัดผล “RVC-TBank” โดยมีขั้นตอนการสร้างและพัฒนา ดังนี้

1) กำหนดวัตถุประสงค์การสัมภาษณ์

- เพื่อสำรวจความคิดเห็น ประสบการณ์ และข้อเสนอแนะของผู้บริหาร ครู และนักเรียนที่ได้ใช้งานระบบ RVC-TBank

- เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติมจากผลการประเมินเชิงปริมาณ

2) การออกแบบโครงสร้างแบบสัมภาษณ์ แบบสัมภาษณ์เป็นแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ประกอบด้วยหัวข้อหลัก ดังนี้

- ประสบการณ์การใช้งานระบบ
- ด้านความสะดวกในการใช้งาน (Usability)

- ด้านประสิทธิภาพของระบบ (System Efficiency)
- ด้านการรายงานและความโปร่งใส (Reporting & Transparency)
- ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม (Suggestions)

3) การตรวจสอบคุณภาพแบบสัมภาษณ์

- ส่งแบบร่างคำถามให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเหมาะสมและความครอบคลุมเนื้อหา
- ปรับปรุงคำถามตามคำแนะนำ เพื่อให้ได้คำถามที่ชัดเจน เข้าใจง่าย และกระตุ้นให้

ผู้ตอบให้ข้อมูลเชิงลึก

4) การเก็บรวบรวมข้อมูล

- ดำเนินการสัมภาษณ์กับผู้บริหาร ครู และนักเรียนตัวแทน
- ใช้การจดบันทึกและบันทึกเสียง (หากได้รับอนุญาต) เพื่อความถูกต้องของข้อมูล
- นำข้อมูลไปวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยนี้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. เตรียมความพร้อมและทดลองใช้ระบบ

- นำระบบบริหารคลังข้อสอบและการวัดผล “RVC-TBank” ไปติดตั้งและแนะนำการใช้งานแก่ผู้บริหาร ครู และนักเรียน <https://test.rvc.ac.th/>
- เปิดให้ใช้งานระบบในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการข้อสอบและการสอบจริง

2. การประเมินคุณภาพระบบโดยผู้เชี่ยวชาญ

- เชิญผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา และผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารการศึกษา จำนวน 3–5 คน

○ ให้ผู้เชี่ยวชาญใช้ระบบและประเมินคุณภาพใน 4 ด้าน ได้แก่ ความถูกต้อง ความครอบคลุม ความสะดวกในการใช้งาน และการรายงานผล

- เก็บข้อมูลผ่าน แบบประเมินคุณภาพระบบ (Likert Scale 5 ระดับ)

3. การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้

- แจก แบบสอบถามความพึงพอใจ แก่ผู้บริหาร ครู และนักเรียนที่ใช้ระบบ
- แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป ความพึงพอใจใน 4 ด้าน (Usability, Efficiency, Reporting, Usefulness) และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

- เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามที่กำหนด

4. การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ

- ดำเนินการ สัมภาษณ์เชิงลึก กับผู้แทนกลุ่มตัวอย่าง (ผู้บริหาร ครู และนักเรียน)
- มุ่งเก็บข้อมูลเชิงประสบการณ์การใช้งาน ปัญหาที่พบ และข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงระบบ

- ใช้การบันทึกและการจัดบันทึกภาคสนามประกอบ
- 5. การตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล
 - ตรวจสอบแบบประเมินและแบบสอบถามว่ามีการตอบครบถ้วนหรือไม่
 - รวบรวมข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากการสัมภาษณ์และแบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลเชิงปริมาณ และ ข้อมูลเชิงคุณภาพ ดังนี้

1. ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้จาก แบบประเมินคุณภาพระบบโดยผู้เชี่ยวชาญ และ แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้
2. ข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้จาก การสัมภาษณ์เชิงลึก และ ข้อเสนอแนะปลายเปิดในแบบสอบถาม

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

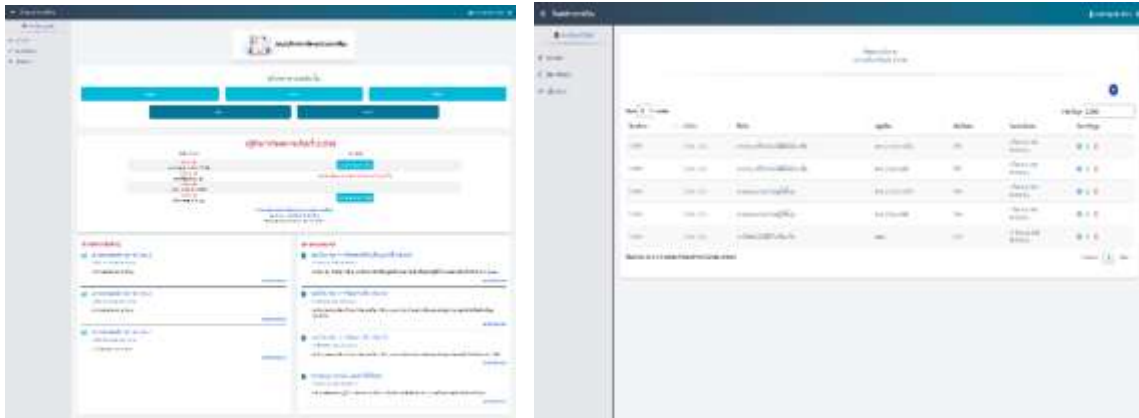
ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ โดยใช้สูตรทางสถิติ ดังนี้

1. ร้อยละ (Percentage)
2. ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2553)

สรุปผลการวิจัย

ระบบ RVC-TBank ได้รับการพัฒนาตามหลักการออกแบบระบบสารสนเทศ เพื่อให้สามารถจัดเก็บข้อสอบ จัดการสอบ และออกรายงานผลได้อย่างครบวงจร ช่วยลดภาระงานของครู เพิ่มความโปร่งใสในการสอบ และอำนวยความสะดวกให้ผู้บริหารในการติดตามผลการเรียนรู้ของนักเรียน ซึ่งสามารถแสดงหน้าตาและโครงสร้างของระบบได้ดังนี้

1. การจัดการคลังข้อสอบ (Test Bank Management)
2. การสร้างและจัดชุดข้อสอบ (Exam Creation)
3. การจัดสอบออนไลน์ (Online Examination)
4. การตรวจและรายงานผล (Reporting)
5. การจัดการปฏิทินการสอบ (Exam Calendar Management)



ภาพที่ 2 ระบบ RVC-TBank
ที่มา ผู้วิจัย (2568)

ตารางที่ 1 สรุปผลความพึงพอใจต่อการใช้งานระบบ (n = 320)

ประเด็นความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
1. ด้านการออกแบบและการทำงาน (Usability)			
1.1 หน้าตากระบบมีความชัดเจน อ่านง่าย ใช้งานไม่ซับซ้อน	4.48	0.52	มากที่สุด
1.2 ระบบมีเมนูและฟังก์ชันการใช้งานตรงตามความต้องการ	4.37	0.53	มากที่สุด
1.3 การเข้าสู่ระบบและการใช้งานมีความสะดวก รวดเร็ว	4.38	0.54	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	4.41	0.53	มากที่สุด
2. ด้านประสิทธิภาพของระบบ (System Efficiency)			
2.1 ระบบสามารถจัดเก็บและค้นหาข้อสอบได้อย่างถูกต้อง	4.55	0.51	มากที่สุด
2.2 ระบบสามารถสร้างชุดข้อสอบอัตโนมัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.52	0.51	มากที่สุด
2.3 ระบบรองรับการสอบออนไลน์ได้อย่างราบรื่น ไม่มีข้อผิดพลาด	4.32	0.53	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	4.46	0.52	มากที่สุด
3. ด้านการรายงานและผลลัพธ์ (Reporting)			
3.1 ระบบสามารถออกรายงานผลการสอบได้ครบถ้วน	4.46	0.52	มากที่สุด
3.2 รูปแบบรายงานผลมีความเข้าใจง่ายและนำไปใช้ได้จริง	4.47	0.53	มากที่สุด
3.3 ระบบช่วยเพิ่มความโปร่งใสและตรวจสอบย้อนกลับได้	4.36	0.54	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	4.43	0.53	มากที่สุด
4. ด้านประโยชน์และความคุ้มค่า (Usefulness)			
4.1 ระบบช่วยลดเวลาและขั้นตอนในการจัดการสอบ	4.52	0.51	มากที่สุด
4.2 ระบบช่วยเพิ่มความโปร่งใสและตรวจสอบได้	4.51	0.51	มากที่สุด
4.3 โดยรวมแล้วท่านพึงพอใจต่อระบบ “RVC-TBank”	4.54	0.52	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	4.52	0.51	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม 4 ด้าน	4.46	0.52	มากที่สุด

จากตาราง พบว่า ผู้ใช้มีความพึงพอใจต่อระบบ RVC-TBank ในภาพรวมอยู่ในระดับ “มากที่สุด” โดยมีค่าเฉลี่ยรวมทุกด้านเท่ากับ 4.46 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.52 แสดงว่าผู้บริหาร ครู และนักเรียนส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่าระบบมีคุณภาพและตอบสนองต่อการใช้งานได้ดีมาก

ด้านการออกแบบและการใช้งาน (Usability) ค่าเฉลี่ย = 4.41, S.D. = 0.53 อยู่ในระดับ มากที่สุด ผู้ใช้เห็นว่าระบบมีหน้าตาชัดเจน ใช้งานง่าย และสะดวกต่อการเข้าใช้งาน

ด้านประสิทธิภาพของระบบ (System Efficiency) ค่าเฉลี่ย = 4.46, S.D. = 0.52 อยู่ในระดับ มากที่สุด ระบบสามารถจัดเก็บและค้นหาข้อสอบได้ถูกต้อง สร้างข้อสอบได้อย่างมีประสิทธิภาพ และทำงานราบรื่น

ด้านการรายงานผลและความโปร่งใส (Reporting & Transparency) ค่าเฉลี่ย = 4.45, S.D. = 0.53 อยู่ในระดับ มากที่สุด รายงานผลมีความครบถ้วน เข้าใจง่าย และช่วยเพิ่มความโปร่งใสในการสอบ

ด้านประโยชน์และความคุ้มค่า (Usefulness) ค่าเฉลี่ย = 4.52, S.D. = 0.51 อยู่ในระดับ มากที่สุด ผู้ใช้เห็นว่าระบบช่วยลดเวลา เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการสอบ และโดยรวมมีความพึงพอใจต่อระบบในระดับสูงที่สุด

ตารางที่ 2 ผลการประเมินคุณภาพระบบ RVC-TBank โดยผู้เชี่ยวชาญ (n = 3)

ลำดับ	ด้านที่ประเมิน	($\bar{X}$)	S.D.	แปลความหมาย
1	ด้านความถูกต้อง (Accuracy)	4.56	0.51	ดีมากที่สุด
2	ด้านความครอบคลุม (Coverage)	4.48	0.53	ดีมากที่สุด
3	ด้านความสะดวกในการใช้งาน (Usability)	4.42	0.52	ดีมากที่สุด
4	ด้านการรายงานผล (Reporting)	4.50	0.50	ดีมากที่สุด
	ค่าเฉลี่ยรวม	4.49	0.52	ดีมากที่สุด

จากตาราง พบว่า ผู้เชี่ยวชาญประเมินว่าระบบ RVC-TBank มีคุณภาพโดยรวมในระดับ ดีมากที่สุด ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.52) ครอบคลุมทั้งความถูกต้อง ความครบถ้วน ความสะดวกในการใช้งาน และความเหมาะสมของรายงานผล

ตารางที่ 3 สรุปผลการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับการใช้ระบบ RVC-TBank

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล	ประเด็นคำถาม	สรุปความคิดเห็น/ข้อมูลเชิงลึก	ข้อเสนอแนะ
ผู้บริหาร	ความเหมาะสมของระบบต่อการบริหาร	ระบบช่วยลดภาระการจัดสอบและตรวจสอบผลได้เร็วขึ้น มีรายงานที่ชัดเจน สนับสนุนการตัดสินใจเชิงบริหาร	อยากให้เพิ่มฟังก์ชัน Dashboard รวมผลสถิติในภาพรวม
	การจัดการ		
	ความสะดวกในการสร้างข้อสอบและจัดสอบ	ระบบช่วยให้จัดเก็บข้อสอบเป็นระบบ ระเบียบ สะดวกต่อการนำมาใช้ซ้ำ และลดความซ้ำซ้อน	ควรเพิ่มการ Import ข้อสอบจากไฟล์ Word/Excel ได้โดยตรง

ตารางที่ 3 (ต่อ)

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล	ประเด็นคำถาม	สรุปความคิดเห็น/ข้อมูลเชิงลึก	ข้อเสนอแนะ
นักเรียน	ประสบการณ์ใช้งาน	ระบบใช้งานง่าย เข้าได้ทั้งมือถือและ	อยากให้มีการแจ้งเตือน
	ระบบสอบออนไลน์	คอมพิวเตอร์ สะดวกในการตรวจสอบ	(Notification) เมื่อประกาศ
		คะแนน	ผลสอบ
ทุกกลุ่ม	มุมมองต่อประสิทธิภาพ	ทุกฝ่ายเห็นตรงกันว่าระบบช่วยสร้าง	ควรมีคู่มือการใช้งานระบบ
	และความโปร่งใส	ความโปร่งใส ตรวจสอบผลสอบ	แบบ Step-by-step เพิ่มเติม
		ย้อนหลังได้	

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ทุกกลุ่มผู้ที่มีทัศนคติเชิงบวกต่อระบบ RVC-TBank โดยเห็นว่าระบบช่วยเพิ่มความสะดวกและลดภาระงาน, ระบบมีความโปร่งใสและตรวจสอบได้ และระบบส่งผลต่อการบริหารจัดการสอบทั้งในระดับผู้บริหาร ครู และนักเรียน พร้อมกันนี้ยังได้รับข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาระบบเพิ่มเติม เช่น การเชื่อมต่อกับไฟล์ภายนอก, การสร้าง Dashboard และการแจ้งเตือนอัตโนมัติ

อภิปรายผลการวิจัย

ระบบบริหารคลังข้อสอบและการวัดผล “RVC-TBank” มีคุณภาพในระดับดีมากที่สุด ตามการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ และผู้ใช้ (ผู้บริหาร ครู และนักเรียน) มีความพึงพอใจต่อระบบในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมทุกด้านเท่ากับ 4.46 (S.D. = 0.52) ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

การพัฒนาระบบบริหารคลังข้อสอบ RVC-TBank ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าระบบ RVC-TBank ที่พัฒนาขึ้นสามารถตอบสนองต่อความต้องการของสถานศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพของระบบอยู่ในระดับสูง ทั้งด้านความถูกต้อง ความครอบคลุม ความสะดวกในการใช้งาน และการรายงานผล สอดคล้องกับแนวคิดของ DeLone and McLean (2003) ที่ระบุว่า ความสำเร็จของระบบสารสนเทศขึ้นอยู่กับคุณภาพของระบบ คุณภาพข้อมูล และความพึงพอใจของผู้ใช้ ซึ่งระบบ RVC-TBank มีคุณสมบัติครบถ้วนและช่วยสนับสนุนการจัดการสอบได้อย่างเป็นระบบ ตรงกับ กาญจนา บุญส่ง และ สมชาย พงษ์สวัสดิ์ (2563) ที่พัฒนาระบบคลังข้อสอบออนไลน์เพื่อการเรียนการสอน พบว่าการใช้เทคโนโลยีช่วยเพิ่มความถูกต้องและลดภาระการจัดการข้อสอบของครูผู้สอนได้อย่างมีนัยสำคัญ

ประสิทธิภาพของระบบและความโปร่งใสในการใช้งาน ด้านการใช้งานจริง (Usability) ผู้ใช้ส่วนใหญ่เห็นว่าระบบมีความสะดวกในการเข้าใช้งาน เมนูชัดเจน และลดขั้นตอนการทำงาน สอดคล้องกับแนวคิดของ Davis (1989) ที่อธิบายว่า “การยอมรับเทคโนโลยี” ขึ้นอยู่กับการรับรู้ประโยชน์ใช้สอย (Perceived Usefulness) และการใช้งานง่าย (Perceived Ease of Use) เมื่อผู้ใช้รับรู้ว่าจะมีประโยชน์และใช้งานสะดวก ย่อมส่งผลให้เกิดการยอมรับและใช้งานอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ระบบยังช่วยเพิ่มความโปร่งใสและตรวจสอบย้อนหลังได้ ซึ่งสอดคล้องกับ รังสรรค์ สิงห์คำ (2565) ที่ศึกษารูปแบบการบริหารโดยใช้เครือข่ายความร่วมมือ พบว่าการใช้ระบบสารสนเทศช่วยส่งเสริมความน่าเชื่อถือและความโปร่งใสในการบริหารจัดการภายในสถานศึกษา

ความพึงพอใจของผู้ใช้ต่อระบบ ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริหาร ครู และนักเรียนพบว่าอยู่ในระดับ มากที่สุด โดยเฉพาะด้านประโยชน์และความคุ้มค่า ซึ่งสะท้อนถึงการที่ระบบสามารถช่วยลดเวลาเพิ่มประสิทธิภาพ และอำนวยความสะดวกในการจัดการข้อสอบ สอดคล้องกับ จุฑารัตน์ สุขสวัสดิ์ (2562) และ ปาริชาติ พุ่มพวง (2561) ที่พบว่า การใช้เทคโนโลยีในการบริหารสถานศึกษาช่วยยกระดับคุณภาพและประสิทธิภาพของการจัดการเรียนการสอนได้อย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 320 คน ถูกกำหนดตามทฤษฎีของ Krejcie and Morgan (1970) และ Slovin (1960) ทำให้ผลการวิจัยมีความน่าเชื่อถือและเป็นไปตามมาตรฐานการวิจัยเชิงปริมาณ

โดยสรุป การพัฒนาระบบ RVC-TBank ไม่เพียงแต่ตอบสนองต่อการบริหารจัดการสอบเท่านั้น แต่ยังช่วยยกระดับคุณภาพการจัดการศึกษา เพิ่มความโปร่งใส และสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริหาร ครู และนักเรียน ตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับทั้งทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1) ควรส่งเสริมให้ครูและบุคลากรในสถานศึกษาเข้าร่วมอบรมการใช้งานระบบ RVC-TBank อย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มทักษะและประสิทธิภาพในการบริหารจัดการข้อสอบ

2) ควรขยายการใช้ระบบไปยังสถานศึกษาอื่นในระดับอาชีวศึกษา เพื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์และต่อยอดการพัฒนาระบบให้ครอบคลุมทุกบริบท

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาผลของการใช้ระบบ RVC-TBank ต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนในรายวิชาเฉพาะทาง

2) ควรพัฒนาโมดูลใหม่ เช่น ระบบวิเคราะห์ข้อสอบอัตโนมัติ หรือระบบรายงานผลแบบ Dashboard เพื่อยกระดับระบบให้เป็นแพลตฟอร์มดิจิทัลสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา บุญส่ง และ สมชาย พงษ์สวัสดิ์. (2563). การพัฒนาระบบคลังข้อสอบออนไลน์เพื่อการจัดการเรียนการสอน. *วารสารวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์*, 12(2), 45–56.
- จุฑารัตน์ สุขสวัสดิ์. (2562). การพัฒนารูปแบบการบริหารสถานศึกษาโดยใช้เครือข่ายความร่วมมือเพื่อส่งเสริมคุณภาพการศึกษา. *วารสารวิจัยทางการศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 22(3), 45–60.
- ปาริชาติ พุ่มพวง. (2561). การบริหารสถานศึกษาแบบมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับชุมชน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*, 8(2), 91–102.
- รังสรรค์ สิงห์คำ. (2565). รูปแบบการบริหารโดยใช้เครือข่ายความร่วมมือเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ต่อสายอาชีวศึกษา. *วารสารวิจัยและนวัตกรรม*, 10(2), 15–28.

สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. (2566). รายงานสถานการณ์การจัดการอาชีวศึกษา พ.ศ. 2566.

สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา.

Al-Saleem, M., and Ullah, H. (2020). An Online Test Bank System for Higher Education Institutions. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 11(5), 123–131. <https://doi.org/10.14569/IJACSA.2020.0110517>

Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>

DeLone, W. H. and McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>

Krejcie, R. V. and Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610. <https://doi.org/10.1177/001316447003000308>

Slovin, R. (1960). *Slovin's Formula for Sampling Technique*. Quezon City. Philippine Statistics Authority.

คุณลักษณะของร้านค้าที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภคร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

เขตอำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น

The Store Attributes Influencing Consumer Repeat Purchases at Traditional Retail Stores in Ban Haet District, Khon Kaen Province

นุชนารถ สมนึก^{1*} และ ฐิตารีย์ ศิริมงคล²

Nuchanart Somnuek^{1*} and Thitaree Sirimongkol²

^{1,2}หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

^{1,2}Master of Business Administration, Faculty of Business Administration, Northeastern University

*Corresponding author's email: Lomhnaw22@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

7 พฤษภาคม 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

15 ตุลาคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

22 ตุลาคม 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม พฤติกรรมการซื้อซ้ำของผู้บริโภค และวิเคราะห์คุณลักษณะร้านค้าต่อการซื้อซ้ำ การวิจัยเป็นแบบเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จำนวน 400 คน ได้จากการสุ่มแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC = 0.67–1.00) และมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.994 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อคุณลักษณะของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.68$, S.D. = 0.52) และมีพฤติกรรมการซื้อซ้ำในระดับมากที่สุดเช่นกัน ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.42) การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่า คุณลักษณะของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีผลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยตัวแปรทั้ง 3 ด้านสามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการซื้อซ้ำได้ ร้อยละ 43.6 ($R^2 = 0.436$) ทั้งนี้ ด้านความสะอาดสวยงามมีผลมากที่สุด ($B = 0.221$, Sig. = 0.000) รองลงมา คือด้านการจัดเรียงสินค้า ($B = 0.088$, Sig. = 0.002) และด้านบรรยากาศภายในร้าน ($B = 0.038$, Sig. = 0.004) ผลดังกล่าวสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย โดยชี้ให้เห็นว่าการส่งเสริมความสะอาดสวยงามในการให้บริการ เช่น ช่องทางการชำระเงิน และการเข้าถึงร้าน มีส่วนสำคัญในการกระตุ้นให้ผู้บริโภคกลับมาซื้อซ้ำในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

คำสำคัญ : ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม, คุณลักษณะของร้านค้า, การซื้อซ้ำ

ABSTRACT

This research aimed to study the characteristics of traditional retail stores, consumers' repurchase behavior, and to analyze the influence of store attributes on repurchase intention. The study employed a quantitative research design. The sample consisted of 400 consumers who purchased products from traditional retail stores, selected through convenience sampling. The research instrument was a questionnaire that was verified for content validity (IOC = 0.67–1.00) and reliability (Cronbach's Alpha = 0.994). Data were analyzed using descriptive statistics and multiple linear regression analysis.

The results revealed that consumers' overall opinions toward the characteristics of traditional retail stores were at the highest level ($\bar{X} = 4.68$, S.D. = 0.52), and their repurchase behavior was also at the highest level ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.42). Multiple regression analysis indicated that store attributes significantly affected consumers' repurchase behavior at the 0.05 level, explaining 43.6% of the variance in repurchase behavior ($R^2 = 0.436$). Among the variables, convenience had the strongest influence ($B = 0.221$, Sig. = 0.000), followed by product arrangement ($B = 0.088$, Sig. = 0.002) and store atmosphere ($B = 0.038$, Sig. = 0.004). These findings are consistent with the research hypotheses, suggesting that enhancing convenience factors-such as payment options and store accessibility-plays a crucial role in encouraging consumers to repurchase from traditional retail stores.

Keywords: Traditional Retail Stores, Store Attributes, Repurchase Behavior

บทนำ

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมหรือที่เรียกกันทั่วไปว่า “ร้านโชห่วย” เป็นกลไกทางเศรษฐกิจระดับฐานรากที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศและวิถีชีวิตของคนไทยมาอย่างยาวนาน เพราะเป็นแหล่งกระจายสินค้าขั้นสุดท้ายจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคในระดับชุมชน อีกทั้งยังเป็นช่องทางสร้างรายได้ การจ้างงาน และความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้ประกอบการกับลูกค้าในท้องถิ่น (สุนิสา โพธิ์เพชร, 2566) อย่างไรก็ตาม ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และการเปิดเสรีทางการค้าในภูมิภาคอาเซียน ส่งผลให้ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่และร้านสะดวกซื้อขยายตัวอย่างรวดเร็วและเข้ามามีบทบาทในแทบทุกชุมชน ส่งผลให้ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ทั้งด้านราคา ความสะดวก ความหลากหลายของสินค้า และมาตรฐานการให้บริการ (ธานินทร์ กาญจนพิบูลย์, 2565) ปัจจัยดังกล่าวทำให้ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อคงอยู่ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

งานวิจัยในช่วงหลังพบว่า การปรับปรุงคุณลักษณะของร้านค้ามีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความพึงพอใจ และกระตุ้นการซื้อซ้ำของผู้บริโภค โดยเฉพาะองค์ประกอบด้านบรรยากาศภายในร้าน ความสะอาดสบาย การจัดเรียงสินค้า ความสะอาด และความสัมพันธ์อันดีระหว่างเจ้าของร้านกับลูกค้า ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความไว้วางใจและความภักดีของผู้บริโภค (Chatzoglou et al., 2022; Chen, 2024) ในขณะเดียวกันการวิจัยของ อรุณศรี วิชยานนท์ (2567) พบว่า การสร้างบรรยากาศร้านที่อบอุ่นและการให้บริการด้วยความจริงใจเป็นจุดแข็งของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ยังคงรักษาลูกค้าประจำไว้ได้แม้ในยุคที่ร้านสะดวกซื้อเฟื่องฟู ส่วนงานของ ศศิธร ทองทิพย์ (2566) ได้ชี้ว่า ความสัมพันธ์เชิงชุมชน เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความภักดี และกลับมาซื้อซ้ำในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Scholdra et al. (2023) ที่พบว่าการให้บริการแบบเฉพาะบุคคล สามารถเพิ่มความผูกพันและความตั้งใจซื้อซ้ำของลูกค้าได้อย่างมีนัยสำคัญ

สำหรับพื้นที่ อำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น ซึ่งเป็นอำเภอมานกลางในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมกระจายอยู่ในทุกตำบลและหมู่บ้าน รวมทั้งสิ้น 438 แห่ง ร้านค้าเหล่านี้เป็นแหล่งหมุนเวียนรายได้ที่สำคัญของเศรษฐกิจในระดับครัวเรือนและชุมชน อย่างไรก็ตาม จากสภาพ การแข่งขันในปัจจุบันพบว่าร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในพื้นที่ เริ่มประสบปัญหาการลดลงของยอดขาย การสูญเสียลูกค้าประจำ และขาดความสามารถในการปรับตัวให้ทันกับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ที่เน้นความสะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงผ่านช่องทางออนไลน์ได้ง่ายขึ้น (Thanachart, 2024) ดังนั้น การศึกษาปัจจัยด้าน “คุณลักษณะของร้านค้า” ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภคจึงมีความจำเป็น เพื่อค้นหากลยุทธ์การพัฒนาและแนวทางการยกระดับร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมให้สามารถแข่งขันได้ในบริบทของเศรษฐกิจยุคใหม่

การศึกษานี้จึงมุ่งวิเคราะห์คุณลักษณะของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของผู้บริโภคในอำเภอบ้านแฮด เพื่อสร้างองค์ความรู้เชิงประจักษ์ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้พัฒนาร้านค้าปลีกให้มีศักยภาพและความยั่งยืนในระยะยาว ผลการศึกษจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในชุมชนให้เข้าใจปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า อีกทั้งยังสามารถใช้เป็นข้อมูลเชิงนโยบายสำหรับหน่วยงานภาครัฐและท้องถิ่นในการวางแผนสนับสนุนธุรกิจค้าปลีกฐานรากให้คงอยู่ในระบบเศรษฐกิจของประเทศอย่างมั่นคงต่อไป

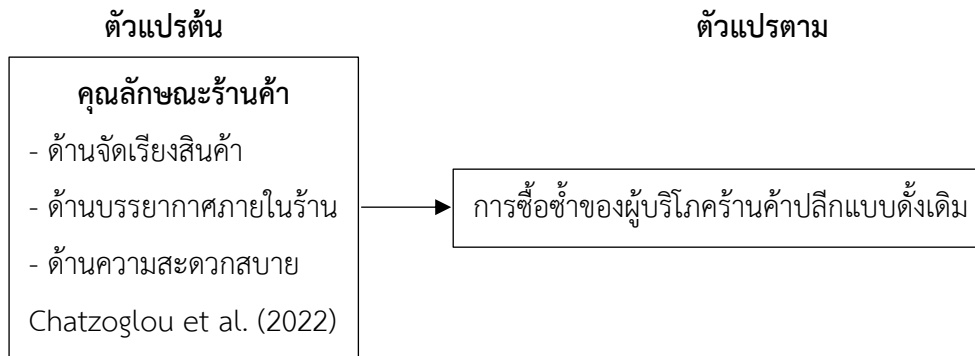
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมการซื้อซ้ำของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น
3. เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น

สมมติฐานของการวิจัย

ปัจจัยด้านคุณลักษณะของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมส่งผลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้มารับบริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม เขตอำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น ซึ่งประชากรมีขนาดใหญ่หรือไม่ทราบจำนวนแน่นอน จึงใช้หลักการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของ Cochran (Cochran, 1977)

$$\text{โดย } n = \frac{Z^2 \times p(1-p)}{e^2}$$

n คือ จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

p คือ สัดส่วนตัวอย่าง (กำหนดไว้ 50%)

Z คือ ระดับความเชื่อมั่น 95% (เท่ากับ 1.96)

e คือ ระดับความคลาดเคลื่อน

$$\text{แทนในสูตร ได้ดังนี้ } n = \frac{(1.96 \times 1.96) \times [0.50 \times (1-0.50)]}{(0.05 \times 0.05)} = 385$$

จากผลการคำนวณจะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้เป็นจำนวน 400 คน รวมทั้งมีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลคุณลักษณะร้านค้า ที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภคร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม เขตอำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย 2.1) ด้านจัดเรียงสินค้า 2.2) ด้านบรรยากาศภายในร้าน และ 2.3) ด้านความสะดวกสบาย ด้านละ 10 ข้อ รวม 3 ด้าน จำนวน 30 ข้อ

ส่วนที่ 3 การซื้อซ้ำของผู้บริโภคร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จำนวน 10 ข้อ

โดยส่วนที่ 2 และ ส่วนที่ 3 ใช้รูปแบบการวัดของ ลิเคิร์ต สเกล กำหนดให้เลือกตอบได้ 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนคือ 5 = เห็นด้วยมากที่สุด, 4 = เห็นด้วยมาก, 3 = เห็นด้วยปานกลาง, 2 = เห็นด้วยน้อย และ 1 = ไม่เห็นด้วย แปลผลคะแนนจากค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้บริโภค เป็น 5 ระดับ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2557) คือ ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = เห็นด้วยระดับมากที่สุด, 3.51-4.50 = เห็นด้วยระดับมาก, 2.51-3.50 = เห็นด้วยระดับปานกลาง, 1.51-2.50 = เห็นด้วยระดับน้อย และ 0.50-1.00 = เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม จำนวน 1 ข้อ เป็นคำถามปลายเปิด

การสร้างและการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม สร้างขึ้นจากการศึกษาทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมากำหนดวัตถุประสงค์และกรอบเนื้อหา จากนั้นจัดทำแบบร่างเสนออาจารย์ที่ปรึกษา และปรับแก้ตามข้อเสนอแนะ ก่อนนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้แก่ ดร.สัมฤทธิ์ ศิริชนะรัตน์, ดร.รุ่งนภา กิตติลาภ และผศ.ดร.วัลย์จรรยา วิระกุล ประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ผลได้ค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา (IOC) ระหว่าง 0.67–1.00 ทุกข้อ หลังจากปรับปรุงตามคำแนะนำแล้ว ได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าเท่ากับ 0.994

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form ดำเนินการดังนี้

1. ผู้วิจัยลงพื้นที่หน้าร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอบ้านแฮด ระหว่างวันจันทร์ถึงวันศุกร์ เวลา 17.00–20.00 น. เพื่อเชิญอาสาสมัครเข้าร่วมการวิจัย
2. ผู้วิจัยแนะนำตนเอง ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย และขอความยินยอมจากอาสาสมัครก่อนเข้าร่วมตอบแบบสอบถาม
3. ผู้ที่ยินยอมจะสแกน QR Code เพื่อกรอกแบบสอบถามออนไลน์ จนกว่าจะรวบรวมครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน
4. ก่อนส่งออกข้อมูล มีการตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถาม คิดเป็นอัตราการตอบกลับครบ ร้อยละ 100 จึงรวบรวมเพื่อเตรียมนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบไปด้วย ข้อมูลทางด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. คุณลักษณะของร้านค้าและการซื้อซ้ำของผู้บริโภคร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

3. ผู้วิจัยได้ตรวจสอบสมมติฐานเบื้องต้นของข้อมูลก่อนการวิเคราะห์ ได้แก่ ความเป็นปกติของข้อมูล ความเป็นอิสระของค่าคลาดเคลื่อน ความเป็นเส้นตรง ความแปรปรวนคงที่ และปัญหาความสัมพันธ์เชิงพหุร่วม โดยใช้ค่า Durbin-Watson, VIF, Tolerance และกราฟ Residual Plot ผลการตรวจสอบพบว่าข้อมูลมีความเหมาะสมต่อการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ จึงเลือกใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อระบุปัจจัยของคุณลักษณะร้านค้าที่มีผลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภค

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคที่มารับบริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จำแนกตามเพศ

ข้อมูลเพศ	จำนวน (N=400 คน)	ร้อยละ
ชาย	194	48.5
หญิง	206	51.5
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 ด้านข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคที่มารับบริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตอำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น พบว่า ผู้ให้ข้อมูล เป็นเพศชาย ร้อยละ 48.5 เพศหญิง ร้อยละ 51.5

ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคที่มารับบริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จำแนกตามอายุ

ข้อมูลอายุ	จำนวน (N=400 คน)	ร้อยละ
อายุ 18 – 20 ปี	36	9.0
อายุ 21 – 30 ปี	45	11.25
อายุ 31 – 40 ปี	129	32.25
อายุ 41-50 ปี	89	22.25
อายุ 51-60 ปี	73	18.25
อายุ 61 ปี ขึ้นไป	28	7.0
อายุเฉลี่ยเท่ากับ 39.7 ปี (อายุมากที่สุด 65 ปี และอายุน้อยที่สุด 18 ปี)		
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 ผู้บริโภคที่มารับบริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 32.25 รองลงมาคืออายุ 41-50 ปี ร้อยละ 22.25 และอายุ 51-60 ปี ร้อยละ 18.25 ตามลำดับ โดยภาพรวมแล้วมีอายุเฉลี่ยเท่ากับ 39.7 ปี (มีอายุมากที่สุด 65 ปี และอายุน้อยที่สุด 18 ปี)

ตารางที่ 3 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคที่มารับบริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จำแนกตามระดับการศึกษา

ข้อมูลระดับการศึกษา	จำนวน (N=400 คน)	ร้อยละ
ไม่ได้เรียนหนังสือ	38	9.5
ประถมศึกษา	62	15.5
มัธยมศึกษาตอนต้น	51	12.75
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	70	17.5
อนุปริญญา/ปวส.	122	30.5
ปริญญาตรี	32	8.0
สูงกว่าปริญญาตรี	25	6.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 3 ด้านระดับการศึกษา พบว่า จบการศึกษาในระดับอนุปริญญา/ปวส. มากที่สุด ร้อยละ 30.5 รองลงมาคือมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. ร้อยละ 17.5 และประถมศึกษา ร้อยละ 15.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคที่มารับบริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จำแนกตามอาชีพ

ข้อมูลอาชีพ	จำนวน (N=400 คน)	ร้อยละ
ไม่ได้ทำงาน	39	9.75
นักเรียน/นักศึกษา	69	17.25
แม่บ้าน	73	18.25
เกษตรกร	76	19
รับจ้าง/พนักงานเอกชน	96	24
ราชการ/พนักงานราชการ	36	9
ประกอบอาชีพส่วนตัว	11	2.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 ด้านอาชีพ พบว่า ประกอบอาชีพรับจ้าง/พนักงานเอกชน มากที่สุด ร้อยละ 24 รองลงมาคือ เกษตรกร ร้อยละ 19 และอาชีพแม่บ้าน ร้อยละ 18.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคที่มารับบริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จำแนกตามรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ย

ข้อมูลรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ย	จำนวน (N=400 คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	28	7.00
5,000 - 10,000 บาท	78	19.50
10,001-15,000 บาท	105	26.25
15,001-20,000 บาท	89	22.25
20,001- 25,000 บาท	67	16.75
25,001 บาท ขึ้นไป	33	8.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 5 ด้านรายได้ พบว่า มีรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ย 10,001-15,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 26.25 รองลงมาคือ 15,001-20,000 บาท ร้อยละ 22.25 และ 5,000 - 10,000 บาท ร้อยละ 19.50 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์คุณลักษณะร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม เขตอำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น

ตารางที่ 6 แสดงคุณลักษณะร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ด้านการจัดเรียงสินค้า

คุณลักษณะร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ด้านการจัดเรียงสินค้า	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมจัดเรียงสินค้าให้ท่านสามารถมองเห็นได้ง่าย	4.92	0.48	ระดับมากที่สุด
2. ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมจัดเรียงสินค้าอย่างเป็นระเบียบ น่ามอง	4.66	0.44	ระดับมากที่สุด
3. ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมจัดเรียงสินค้าที่มีความหลากหลายให้ท่านเลือกซื้ออย่างเพียงพอ	4.64	0.45	ระดับมากที่สุด
4. ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมจัดเรียงสินค้าตามวันหมดอายุของสินค้า	4.25	0.46	ระดับมาก
5. ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมจัดเรียงสินค้าบนชั้นวางให้สอดคล้องกับน้ำหนักของสินค้า	4.20	0.50	ระดับมาก
6. ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมจัดเรียงสินค้าอย่างเป็นหมวดหมู่และสัมพันธ์กัน	4.82	0.54	ระดับมากที่สุด
7. ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมจัดวางสินค้าให้ท่านสามารถเลือกซื้อสินค้าได้อย่างสะดวก	4.65	0.42	ระดับมากที่สุด
8. ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมแสดงราคาบนชั้นวางสินค้าอย่างชัดเจน	4.45	0.55	ระดับมาก
9. ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมจัดเรียงสินค้าโปรโมชันอย่างโดดเด่น	4.55	0.39	ระดับมากที่สุด
10. ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมจัดเรียงสินค้ายอดนิยมในตำแหน่งระดับสายตา	4.78	0.58	ระดับมากที่สุด
รวม	4.59	0.51	ระดับมากที่สุด

จากตารางที่ 6 คุณลักษณะร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ด้านการจัดเรียงสินค้า พบว่า ความคิดเห็นภาพรวม มีความคิดเห็นระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยภาพรวม $\bar{X} = 4.59$, S.D. = 0.51 โดยข้อที่มีระดับความคิดเห็นสูงที่สุด ได้แก่ ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมจัดเรียงสินค้าให้ท่านสามารถมองเห็นได้ง่าย $\bar{X} = 4.92$, S.D. = 0.48 รองลงมา คือ ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมจัดเรียงสินค้าอย่างเป็นหมวดหมู่และสัมพันธ์กัน $\bar{X} = 4.82$, S.D. = 0.54 และ ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมจัดเรียงสินค้ายอดนิยมในตำแหน่งระดับสายตา $\bar{X} = 4.78$, S.D. = 0.58 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงคุณลักษณะร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ด้านบรรยากาศภายในร้านค้า

คุณลักษณะร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ด้านบรรยากาศภายในร้านค้า	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ขนาดพื้นที่ของร้านค้าปลีกไม่แออัดคับแคบจนเกินไป	4.37	0.54	ระดับมาก
2. ร้านค้าปลีกมีการจัดรูปแบบชั้นวาง โต๊ะ หรือการจัดแสดงสินค้าที่สวยงาม และสะดวก ให้เลือกซื้อสินค้า	4.48	0.58	ระดับมาก
3. รูปแบบการวางผังร้านมีช่องทางเดินที่สะดวกต่อการเลือกเดินซื้อสินค้า	3.46	0.32	ระดับปานกลาง
4. สภาพแวดล้อมภายในร้านค้าปลีกโดยรวมไม่วุ่นวายจนเกินไป	4.58	0.51	ระดับมากที่สุด

ตารางที่ 7 (ต่อ)

คุณลักษณะร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ด้านบรรยากาศภายในร้านค้า	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
5. ภายในร้านค้าปลีกมีอุณหภูมิอุณหภูมิที่เหมาะสม ช่วยเพิ่มความสะอาดสบายของลูกค้า	4.24	0.54	ระดับมาก
6. ภายในร้านค้าปลีกมีความสะอาดและไม่สกปรก	4.11	0.37	ระดับมาก
7. ภายในร้านค้าปลีกมีป้ายหรือโปสเตอร์แนะนำสินค้า	3.36	0.38	ระดับปานกลาง
8. ภายในร้านค้าปลีกมีแสงสว่างที่เพียงพอต่อการเลือกซื้อสินค้า	4.57	0.53	ระดับมากที่สุด
9. ภายในร้านค้าปลีกมีการจัดวางสินค้าในปริมาณเหมาะสม ไม่แออัดและรกรุงรัง	4.39	0.66	ระดับมาก
10. ภายในร้านค้ามีการจัดหน้าร้านค้ากว้าง มองเห็นสินค้าได้ชัดเจน	4.67	0.54	ระดับมากที่สุด
รวม	4.54	0.52	ระดับมากที่สุด

จากตารางที่ 7 คุณลักษณะร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ด้านบรรยากาศภายในร้านค้า พบว่า ความคิดเห็นภาพรวมมีความคิดเห็นระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยภาพรวม $\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.52 โดยข้อที่มีระดับความคิดเห็นสูงที่สุด ได้แก่ ภายในร้านค้ามีการจัดหน้าร้านค้ากว้าง มองเห็นสินค้าได้ชัดเจน $\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.54 รองลงมา คือ สภาพแวดล้อมภายในร้านค้าปลีกโดยรวมไม่วุ่นวายจนเกินไป $\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.51 และภายในร้านค้าปลีกมีแสงสว่างที่เพียงพอต่อการเลือกซื้อสินค้า $\bar{X} = 4.57$, S.D. = 0.53 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงความคิดเห็นต่อคุณลักษณะร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมด้านความสะดวกสบาย

คุณลักษณะร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ด้านความสะดวกสบาย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ร้านค้าปลีกให้บริการชำระเงินอย่างสะดวกและรวดเร็ว	4.82	0.55	ระดับมากที่สุด
2. ร้านค้าปลีกมีทางเลือกในการชำระเงินหลากหลายช่องทาง เช่น เงินสด หรือ โอนเงินผ่าน QR code	4.62	0.52	ระดับมากที่สุด
3. ร้านค้าปลีกมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า เช่น ตะกร้าหรือรถเข็น เป็นต้น	4.65	0.42	ระดับมากที่สุด
4. ร้านค้าปลีกมีสินค้าให้เลือกซื้อหลากหลายประเภทสินค้า (ประเภทสินค้าอุปโภค บริโภค และสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน)	4.68	0.39	ระดับมากที่สุด
5. ร้านค้าปลีกมีสินค้าให้เลือกซื้อหลากหลายรายการ (เช่น ผงซักฟอกสูตรมาตรฐาน ผงซักฟอกสูตรเข้มข้น น้ำยาล้างจาน ชักผ้าขาว ผ้าสี กลิ่น)	4.88	0.48	ระดับมากที่สุด
6. ร้านค้าปลีกมีป้ายแสดงรายการสินค้าที่สามารถมองเห็นชัดเจน	4.55	0.45	ระดับมากที่สุด
7. ร้านค้าปลีกมีพนักงานนำเสนอสินค้าและให้คำแนะนำสินค้า	4.65	0.54	ระดับมากที่สุด
8. ร้านค้าปลีกมีทำเลที่ตั้งสะดวกสบาย ท่านสามารถเดินทางมายังร้านค้าปลีกได้อย่างรวดเร็ว	4.86	0.56	ระดับมากที่สุด

ตารางที่ 8 (ต่อ)

คุณลักษณะร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
ด้านความสะดวกสบาย			
9. ร้านค้าปลีกมีที่จอดรถเพียงพอต่อการมาใช้บริการ	4.70	0.56	ระดับมากที่สุด
10. ร้านค้าปลีกเปิดจำหน่ายสินค้าก่อนและปิดจำหน่ายสินค้าหลังจากร้านค้าปลีกอื่น ๆ ในบริเวณใกล้เคียง	4.76	0.44	ระดับมากที่สุด
รวม	4.72	0.54	ระดับมากที่สุด

จากตารางที่ 8 คุณลักษณะร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ด้านความสะดวกสบายพบว่า ความคิดเห็นภาพรวมมีความคิดเห็นระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยภาพรวม $\bar{X} = 4.72$, S.D. = 0.54 โดยบริการที่มีระดับความคิดเห็นสูงที่สุด ได้แก่ ร้านค้าปลีกมีสินค้าให้เลือกซื้อหลากหลายรายการ (เช่น ผงซักฟอกสูตรมาตรฐาน ผงซักฟอกสูตรเข้มข้น น้ำยาซักผ้า ซักผ้าขาว ผ้าสี กลิ่น) $\bar{X} = 4.88$, S.D. = 0.48 รองลงมา คือ ร้านค้าปลีกมีทำเลที่ตั้งสะดวกสบาย ท่านสามารถเดินทางมายังร้านค้าปลีกได้อย่างรวดเร็ว $\bar{X} = 4.86$ S.D. = 0.56 และร้านค้าปลีกให้บริการชำระเงินอย่างสะดวกและรวดเร็ว $\bar{X} = 4.82$ S.D. = 0.55 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงความคิดเห็นต่อคุณลักษณะร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมด้านความสะดวกสบาย

คุณลักษณะร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านการจัดเรียงสินค้า	4.59	0.51	ระดับมากที่สุด
2. ด้านบรรยากาศภายในร้านค้า	4.54	0.52	ระดับมากที่สุด
3. ด้านความสะดวกสบาย	4.72	0.54	ระดับมากที่สุด
รวม	4.68	0.52	ระดับมากที่สุด

จากตารางที่ 9 คุณลักษณะร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม พบว่า ความคิดเห็นภาพรวมทั้ง 3 ด้าน มีความคิดเห็นระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยภาพรวม $\bar{X} = 4.68$, S.D. = 0.52 โดยคุณลักษณะด้านที่มีระดับความคิดเห็นสูงที่สุด ได้แก่ ด้านความสะดวกสบาย $\bar{X} = 4.72$, S.D. = 0.54 ด้านการจัดเรียงสินค้า $\bar{X} = 4.59$, S.D. = 0.51 และด้านบรรยากาศภายในร้านค้า $\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.52 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์การซื้อซ้ำของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น

ตารางที่ 10 แสดงความคิดเห็นคุณลักษณะร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมด้านการซื้อซ้ำ

ระดับความคิดเห็นของท่านที่มีต่อการซื้อซ้ำ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมอยู่ใกล้บ้าน จึงสะดวกต่อการกลับมาซื้อซ้ำ	4.82	0.39	ระดับมากที่สุด
2. รายได้ของท่านมีส่วนทำให้ท่านซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม	4.71	0.45	ระดับมากที่สุด
3. ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมสามารถซื้อแบบปลีกย่อยได้	4.92	0.54	ระดับมากที่สุด

ตารางที่ 10 (ต่อ)

ระดับความคิดเห็นของท่านที่มีต่อการซื้อซ้ำ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
4. ท่านตัดสินใจซื้อซ้ำในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม เนื่องจากราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ	4.55	0.64	ระดับมากที่สุด
5. การให้บริการเวลาเปิด-ปิด ในช่วงเวลาที่ลูกค้าสะดวก	4.66	0.35	ระดับมากที่สุด
6. บรรยากาศภายในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำ	4.52	0.48	ระดับมากที่สุด
7. ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีการปรับช่องทางการชำระเงินที่หลากหลายช่องทางมากขึ้น	4.45	0.56	ระดับมาก
8. มีสินค้าหลากหลายเพียงพอต่อการเลือกซื้อสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน	4.86	0.55	ระดับมากที่สุด
9. ภายในร้านค้าไม่แออัดจนยากจากลูกค้ามาเลือกซื้อสินค้า	4.68	0.59	ระดับมากที่สุด
10. พึงพอใจในโปรโมชั่น หรือการเข้าร่วมนโยบายการกระตุ้นเศรษฐกิจของร้านค้าที่เข้าร่วมกับรัฐบาล	4.35	0.42	ระดับมาก
รวม	4.65	0.42	ระดับมากที่สุด

จากตารางที่ 10 คุณลักษณะร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมด้านการซื้อซ้ำ พบว่า ความคิดเห็นภาพรวมมีความคิดเห็นระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยภาพรวม $\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.42 โดยบริการที่มีระดับความคิดเห็นสูงที่สุด ได้แก่ ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมสามารถซื้อแบบปลีกย่อยได้ $\bar{X} = 4.92$, S.D. = 0.54 รองลงมาคือ มีสินค้าหลากหลายเพียงพอต่อการเลือกซื้อสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน $\bar{X} = 4.86$, S.D.=0.55 และร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมอยู่ใกล้บ้าน จึงสะดวกต่อการกลับมาซื้อซ้ำ $\bar{X} = 4.82$, S.D. = 0.39 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์คุณลักษณะร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น

การทดลองสมมติฐาน คุณลักษณะร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น สามารถเขียนเป็นสมมติฐาน ทางสถิติได้ดังนี้

H0 : คุณลักษณะร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมไม่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น

H1 : คุณลักษณะร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น

ตาราง ที่ 11 แสดงผลการวิเคราะห์คุณลักษณะร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
Regression	8.804	6	1.732	23.821	.000 ^b
Residual	12.828	154			
Total	23.654	158			

a. Dependent Variable: Image

b. Predictor: (Constant), Empathy, Responsive, Assurance, Reliability

จากตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์ พบว่า คุณลักษณะร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า สามารถสร้างสมการที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง ที่ 12 แสดงผลคุณลักษณะร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตอำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น

ตัวแปร	B	SE	t	Sig
1. ด้านการจัดเรียงสินค้า (X_1)	.088	.054	1.462	.002*
2. ด้านบรรยากาศภายในร้านค้า (X_2)	.038	.042	0.334	.004*
3. ด้านความสะอาดสวยงาม (X_3)	.221	.059	5.167	.000*
ค่าคงที่ (Constant)	1.764	0.514	4.337	.000*

$R = 0.618$, $R^2 = 0.436$, Adjust $R^2 = 0.428$, SE = 0.2821

จากตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ตัวแปรของคุณลักษณะร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น (Y) โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านความสะอาดสวยงาม (X_3) ด้านการจัดเรียงสินค้า (X_1) และด้านบรรยากาศภายในร้านค้า (X_2) ตามลำดับ โดยตัวแปรทั้ง 3 ตัวนี้ สามารถส่งผลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น (Y) ได้ร้อยละ 42.8 (Adjust $R^2 = .428$) ผู้วิจัยจึงได้นำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรที่ส่งผล มาเขียนเป็นสมการที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น (Y) โดยใช้คะแนนดิบ ดังนี้

$$Y = 1.764 + .088 X_1 + .038 X_2 + .221 X_3$$

ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ตัวแปรของคุณลักษณะร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีความสัมพันธ์ทางบวกและส่งผลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น

(Y) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านความสะดวกสบาย (X_3) ด้านการจัดเรียงสินค้า (X_1) และด้านบรรยากาศภายในร้านค้า (X_2) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .221, .088 และ .038 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ
อิทธิพลของคุณลักษณะร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น	สอดคล้อง

จากตารางที่ 13 พบว่า ผลการศึกษาสอดคล้องกับสมมติฐาน คือคุณลักษณะ ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตอำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าทั้ง 3 ตัวแปรอิสระมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำ โดยเฉพาะ ด้านความสะดวกสบาย ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยสูงที่สุด ($B = .221$, $Sig. = .000$) สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคยุคปัจจุบันให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเข้าถึงสินค้าและบริการมากกว่าปัจจัยอื่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler and Keller (2023) ที่พบว่า ความสะดวก เป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญของ Customer Value Proposition ที่ส่งผลโดยตรงต่อความภักดี และการซื้อซ้ำของผู้บริโภค นอกจากนี้ งานวิจัยของ Chatzoglou et al. (2022) ยังพบว่า ความสะดวกในการใช้บริการ และการเข้าถึงช่องทางการชำระเงินที่รวดเร็ว เป็นตัวแปรสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของลูกค้าในธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมและร้านสะดวกซื้อ ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับบริบทของร้านค้าปลีกในอำเภอบ้านแฮด ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกกลับมาซื้อซ้ำเพราะร้านค้าอยู่ใกล้บ้าน เดินทางสะดวก และมีช่องทางชำระเงินที่ทันสมัย เช่น การโอนเงินผ่าน QR Code หรือ Prompt Pay ซึ่งสะท้อนถึงการปรับตัวของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมให้เข้ากับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล

ส่วนด้านการจัดเรียงสินค้า ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ $B = .088$ และมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Sig. = .002$) บ่งชี้ว่าการจัดเรียงสินค้าอย่างเป็นระบบและดึงดูดสายตายังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้า ผลลัพธ์นี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Syahputra et al. (2025) ที่พบว่าการจัดเรียงสินค้าที่เป็นหมวดหมู่และแสดงราคาชัดเจนสามารถกระตุ้นความสนใจและเพิ่มโอกาสการซื้อซ้ำในตลาดค้าปลีกดั้งเดิมของอินโดนีเซีย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวทางของ QUICKPOS (2566) ที่ระบุว่า การจัดเรียงสินค้ายอดนิยมนให้อยู่ในระดับสายตาและการจัดแสดงโปรโมชันอย่างโดดเด่นมีส่วนช่วยกระตุ้นยอดขายและสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า

ขณะเดียวกันด้านบรรยากาศภายในร้านค้า ซึ่งแม้จะมีค่าสัมประสิทธิ์ค่อนข้างต่ำ ($B = .038$, $Sig. = .004$) แต่ก็มีผลเชิงบวกต่อการซื้อซ้ำอย่างมีนัยสำคัญ นั่นก็แสดงว่าผู้บริโภคยังคงให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมในร้าน เช่น แสงสว่าง อุณหภูมิ ความสะดวก และพื้นที่ที่ไม่แออัด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Gounaris et al. (2023) ที่พบว่า บรรยากาศร้าน มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า และส่งผลทางอ้อมต่อความภักดีและการซื้อซ้ำในธุรกิจค้าปลีก ผลการวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับงานของ อรุณศรี วิชญาณนท์ (2567) ที่พบว่า การสร้างบรรยากาศร้านที่อบอุ่น

และเป็นมิตรส่งผลให้ลูกค้ารู้สึกสบายใจและไว้วางใจ ส่งผลต่อการกลับมาซื้อซ้ำอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ศศิธร ทองทิพย์ (2566) ยังพบว่า ความสัมพันธ์เชิงชุมชน และบรรยากาศที่สะท้อนความเป็นกันเองของร้านค้าท้องถิ่น เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความภักดีของลูกค้าในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

เมื่อพิจารณาภาพรวมของแบบจำลองทางสถิติ ค่า Adjusted $R^2 = 0.428$ แสดงว่าตัวแปรทั้ง 3 ด้านสามารถ อธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมซื้อซ้ำได้ร้อยละ 42.8 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับปานกลางถึงสูง และอยู่ในเกณฑ์ที่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chatzoglou et al. (2022) ที่รายงานค่า R^2 ในช่วง 0.40–0.60 ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผล ต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำในธุรกิจค้าปลีก อย่างไรก็ตาม ค่าที่เหลืออีกร้อยละ 57.2 ซึ่งแบบจำลองยังไม่สามารถอธิบายได้ อาจเกิดจากปัจจัยอื่นที่อยู่นอกเหนือกรอบการวิจัย เช่น ปัจจัยด้านความภักดีต่อแบรนด์, การรับรู้คุณภาพสินค้า, ความพึงพอใจในการให้บริการ หรือปัจจัยทางสังคมและเทคโนโลยี เช่น การเข้าถึงร้านค้าออนไลน์ ซึ่งควรถูกนำมา พิจารณาเพิ่มเติมในการศึกษาครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

ผู้ประกอบการควรปรับปรุงคุณลักษณะร้านค้าปลีกดั้งเดิมอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความสะดวกและ ความประทับใจแก่ลูกค้า รวมถึงพัฒนาเอกลักษณ์ของร้านให้สะท้อนความเป็นร้านค้าชุมชนที่ทันสมัย โดยการใช้ เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารจัดการเพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพร้านค้าและสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม เขตอำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น ครั้งต่อไป ควรขยายกลุ่มประชากรในพื้นที่อื่น ๆ รวมทั้งศึกษาเพิ่มเติมร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยคุณลักษณะที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแต่ละประเภทดังกล่าว เพื่อนำ ผลวิจัยมาปรับปรุงร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม
2. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อให้ผลการวิจัยที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ควรเพิ่มการทำวิจัย เชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม ควบคู่กับการวิจัยเชิงปริมาณ

เอกสารอ้างอิง

- ธานินทร์ กาญจนพิบูลย์. (2565). การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและผลกระทบต่อร้านค้าปลีกขนาดเล็กใน ประเทศไทย. *วารสารการพาณิชย์ไทย*, 18(2), 45–59.
- ศศิธร ทองทิพย์. (2566). ความสัมพันธ์เชิงชุมชนกับความภักดีของผู้บริโภคร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารเศรษฐกิจและสังคมชนบท*, 21(3), 88–101.
- ศศิธร ทองทิพย์. (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้าร้านค้าชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารวิชาการการตลาดไทย*, 15(3), 112–128.
- สุนิสา โพธิ์เพชร. (2566). โอกาสและความท้าทายเพื่อความอยู่รอดของร้านค้าปลีกขนาดเล็กภายใต้ สถานการณ์หลังโควิด-19. *วารสาร MC Journal*, 4(1), 112–126.

- อรุณศรี วิชญาณนท์. (2567). คุณภาพบริการและบรรยากาศร้านค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคร้านโชห่วยในจังหวัดนครราชสีมา. *วารสารบริหารธุรกิจร่วมสมัย*, 10(1), 55–70.
- อรุณศรี วิชญาณนท์. (2567). บรรยากาศร้านค้ากับความภักดีของลูกค้าในร้านค้าปลีกท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคาม. *วารสารบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์*, 9(1), 45–59.
- Chatzoglou, P., et al. (2022). Factors Affecting Repurchase Intentions in Retail Shopping: An Empirical Study. *Heliyon*, 8(9).
- Chen, Y. (2024). The Relationship Among Store Image, Perceived Price, Perceived Value and Customer Experience on Purchase Intention: The Case of Traditional Retail Stores, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, Thailand. *The EURASEANs: Journal on Global Socio-Economic Dynamics*, 3(46), 344–356.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Gounaris, S., et al. (2023). Exploring the Impact of Store Atmosphere on Customer Satisfaction and Loyalty In Retail Contexts. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 72, 103215.
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2023). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- QuickPOS. (2566). *กลยุทธ์การจัดเรียงสินค้าเพื่อกระตุ้นยอดขายในร้านค้าปลีกขนาดเล็ก*.
<https://www.quickpos.co.th>
- Syahputra, R., et al. (2025). An Analysis of Product Arrangement, Services, and Product Prices in Retail Stores At Traditional Markets in Medan City on purchase interest. *Asian Journal of Management Science*, 14(2), 110–122.
- Scholdra, T. P., et al. (2023). Reimagining Personalization in the Physical Store. *Journal of Retailing*, 99(4), 563–579.
- Thanachart Research. (2024). *Retail Industry Outlook Thailand 2024–2026*. Thanachart Securities.

รูปแบบการพัฒนาการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ
แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
The Development Model for Primary School Administration
Toward Becoming Quality Schools in Savannakhe District,
Lao People's Democratic Republic

วันปะเสิต แก้วมะณีไซ^{1*} ธวัชชัย ไพไธ² และ ไชยา ภาวะบุตร³

Vanpaseut Keomanyxay^{1*} Tawatchai Pailai² and Chaiya Pawabutra³

^{1,2,3}หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

^{1,2,3}Doctor of Philosophy in Educational Administration, Sakon Nakhon Rajabhat University

*Corresponding author's email: Vanpaseut4444@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

11 กันยายน 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

6 พฤศจิกายน 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

7 พฤศจิกายน 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาองค์ประกอบการพัฒนาการบริหารของโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ 2) สร้างและพัฒนารูปแบบการพัฒนาการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ และ 3) ศึกษาผลการทดลองใช้รูปแบบการพัฒนาการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ใช้ระเบียบวิธีวิจัยและพัฒนา กลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในขั้นตอนการวิจัยเชิงสำรวจ จำนวน 116 คน ได้มาโดยการเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) 2) กลุ่มตัวอย่างในการทดลองใช้รูปแบบ จำนวน 35 คน ได้มาโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจงและสมัครใจเข้าร่วมเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบประเมิน แบบสัมภาษณ์ แบบสอบถามความต้องการจำเป็น มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.97 และแบบสอบถามความพึงพอใจมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.95 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า

1. องค์ประกอบการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มี 6 องค์ประกอบ 42 ตัวชี้วัด
2. รูปแบบการพัฒนาการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ คือ 1) หลักการ 2) วัตถุประสงค์ 3) เนื้อหา 4) กระบวนการพัฒนา และ 5) การวัดและประเมินผล

3. ผลของการทดลองใช้ รูปแบบการพัฒนาการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ แขวงสวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีดังนี้คือ 1) ผลการศึกษาเอกสารประกอบการพัฒนา พบว่า กลุ่มทดลองที่เข้ารับการพัฒนา ได้ศึกษาเรียนรู้และทำความเข้าใจรายละเอียดของแต่ละองค์ประกอบ ทำให้เกิดความเข้าใจในบทบาทและหน้าที่เพิ่มมากขึ้น 2) ผลการอบรมเชิงปฏิบัติการพบว่า กลุ่มทดลองที่เข้ารับการพัฒนา มีค่าเฉลี่ยรวมหลังการอบรมเชิงปฏิบัติการสูงกว่าก่อนการอบรมเชิงปฏิบัติการ และมีค่าร้อยละความก้าวหน้า 45.40 3) ความพึงพอใจของกลุ่มทดลองที่เข้ารับการพัฒนา พบว่า มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 4) ผลการนิเทศ ติดตาม และการประเมินผลการพัฒนาพบว่า มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยรวมในการประเมินกลุ่มทดลองที่เข้ารับการพัฒนา ครั้งที่ 5 อยู่ในระดับมากที่สุด สูงกว่าครั้งที่ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 2.30 มีค่าความก้าวหน้า 85.19

คำสำคัญ: รูปแบบการพัฒนา, การบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ, สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ABSTRACT

This research is a research and development (R&D) with the objectives of: 1) studying the components of the development of primary school administration towards becoming a quality school 2) creating and developing a model for the development of primary school administration towards becoming a quality school and 3) studying the results of the experiment using the model for the development of primary school administration towards becoming a quality school in Savannakhet Province, Lao People's Democratic Republic. This research and development approach (R&D) The sample were divided into 2 groups: 1) The sample group in the survey included 116 people, selected by purposive sampling; 2) The sample group in the experimental phase of the model consisted of 35 participants, selected by purposive sampling and voluntary participation. The research instruments were interview forms and needs questionnaires, with reliability values of 0.97 and 0.95, respectively. Data analysis was performed using percentages, means, and standard deviations.

The research results found that:

1. The study identified the following stakeholders and other constituent elements in the development of primary school administration towards becoming a quality school in Savannakhet Province, Lao People's Democratic Republic involved 6 components with 42 indicators

2. The development model of primary school administration towards becoming a quality school in Savannakhet Province, Lao People's Democratic Republic, consists of 5 components: principles, objectives, content, development process, and measurement and evaluation.

3. The results of the experiment using the primary school administration development model to become a quality school in Savannakhet Province, Lao People's Democratic Republic, are as follows: 1) The results of the study of the development documents found that the experimental group that received the development studied, learned, and understood the details of each component, resulting in a greater understanding of the roles and responsibilities; 2) The results of the workshop training found that the experimental group that underwent the training had a higher average after the workshop than before the workshop, with a progress percentage of 45.40; 3) The satisfaction of the experimental group that received the training found that the overall average was at the highest level; 4) The results of the supervision, monitoring, and evaluation of the development found that there was continuous development. The overall average in the evaluation of the experimental group that received the development, was the highest after the group underwent the fifth round of training, higher than the 1st time, with an average increase of 2.30, and a progress value of 85.19

Keywords: Model Development, Administration Primary school, Quality school, Lao People Democratic Republic

บทนำ

สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ได้ตั้งเป้าหมายในการพัฒนาประเทศ เพื่อให้หลุดพ้นจากประเทศด้อยพัฒนาภายในปี พ. ศ. 2568 และเพื่อก้าวไปสู่ระดับสากล และกลายเป็นประเทศอุตสาหกรรม ซึ่งการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ จึงเป็นปัจจัยสำคัญของรัฐบาลและพรรค ดังนั้นในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมครั้งที่ 8 พ.ศ.2568 เป็นต้นมา จึงให้ความสำคัญต่อการจัดการศึกษาและแผนการพัฒนาบุคลากรครู ให้มีความรู้ความสามารถ และมีทัศนคติเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนให้เกิดผลสัมฤทธิ์ ในด้านปัญญาศึกษา พลศึกษา ศิลปศึกษาและแรงงานศึกษา เพื่อตอบสนองนโยบายกระทรวงศึกษาธิการและกีฬาของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เพื่อให้ทุกคนได้รับการศึกษาทั้งในระดับประถมศึกษาและระดับชั้นมัธยมศึกษาอย่างต่อเนื่อง และมีคุณภาพ ทั้งในด้านผู้เรียน การเรียนการสอน สภาพแวดล้อม สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อการศึกษา การคุ้มครองการบริหาร และการมีส่วนร่วมของชุมชน พร้อมได้นำผล

การดำเนินงานของโรงเรียนไปเผยแพร่ต่อสาธารณชนได้รับทราบอย่างทั่วถึง ดังนั้น ผู้บริหารโรงเรียนและครูที่สอนในสถาบันสร้างครูและโรงเรียนประถมศึกษาของสถาบันสร้างครู ได้มีการพัฒนาฝีมือแนะนำในการจัดตั้งปฏิบัติและนำไปสู่การปฏิบัติในปี พ.ศ. 2553 เป็นต้นมา พร้อมกันนั้น การพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการและกีฬา ให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายในการจัดการเรียนการสอนของนักเรียน ทุกคนได้เรียนรู้เต็มขีดความสามารถของตนเอง เพื่อให้มีทักษะการดำเนินชีวิตที่สอดคล้องกับความต้องการของสังคม มีสุขภาพแข็งแรง มีความรับผิดชอบต่อการเรียน และมีคุณสมบัติที่ดี (กระทรวงศึกษาธิการและกีฬา, 2013)

กระทรวงศึกษาธิการ และกีฬา มีการพัฒนางานการศึกษาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน มีการขยายสถานศึกษา และขยายโอกาสการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ด้วยวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนในการพัฒนาการศึกษาทุกระดับไปตามแผนพัฒนาการป้องกันชาติป้องกันความสงบ สร้างบุคลากรเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลก การให้บริการประชาชนอย่างทั่วถึง โดยให้ความสำคัญด้วย การยกระดับคุณภาพการศึกษาควบคู่ไปกับการขยายโอกาสด้านการศึกษาอย่างกว้างขวางและทั่วถึงอย่างเท่าเทียมกัน ทั้งชายและหญิงและผู้ด้อยโอกาส โดย การพัฒนาด้านหลักสูตร สถานศึกษา สื่อ วัสดุ อุปกรณ์การเรียนการสอน และการยกระดับครู อาจารย์ และบุคลากรทางการศึกษา เพื่อตอบสนองโรงเรียนและสถาบันการศึกษาทั่วประเทศ (กระทรวงศึกษาธิการและกีฬา, 2013)

แต่ในปัจจุบันพบว่าการบริหารโรงเรียนเพื่อตอบสนองนโยบายของกระทรวงศึกษาธิการ ยังไม่บรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้โดย พบว่ามีปัญหาในด้านอัตรากำลังของครูกับนักเรียนที่ไม่เหมาะสมภาระงานของครูมีมากเกินไปทำให้มีผลกระทบต่อการจัดการเรียนการสอนที่ส่งผลไปถึงคุณภาพของผู้เรียนขาดงบประมาณ สนับสนุนรวมทั้งการบริหารทรัพยากรมีไม่เพียงพอ ดังนั้นการดำเนินงานของโรงเรียนให้เกิดประโยชน์ และมีประสิทธิผลนั้น จะต้องมีการพัฒนาโรงเรียนให้มีสภาพทางกายภาพอันได้แก่ บรรยากาศโรงเรียนสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัวผู้เรียน ที่เอื้อต่อการเรียนรู้อย่างเหมาะสม มีความพร้อมในด้าน ทรัพยากรต่าง ๆ ทั้งในด้านตำราเรียน สื่อ วัสดุ อุปกรณ์ เทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสม มีคุณภาพและประสิทธิภาพมีงบประมาณเพียงพอ และการจัดกิจกรรมเรียนรู้ในด้านต่าง ๆ เพื่อให้กระบวนการจัดการศึกษาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถพัฒนาผู้เรียนให้เป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เห็นคุณค่าของการดำรงไว้ ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม อยู่ในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมีความสุขก่อให้เกิดการพัฒนาประเทศได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

การบริหารโรงเรียนคุณภาพ เป็นการจัดการเรียนการสอนที่มุ่งให้ผู้เรียนมีลักษณะ พึงประสงค์ตามมาตรฐานการจัดการศึกษาเพื่อยกระดับคุณภาพ การจัดการเรียนการสอนอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ผู้เรียนมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์เป็นไปตามมาตรฐานของการจัดการเรียนการสอน ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจจะศึกษารูปแบบการพัฒนาการบริหารโรงเรียนประถมศึกษา สู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เพื่อพัฒนาบุคลากรของโรงเรียนให้มีความรู้

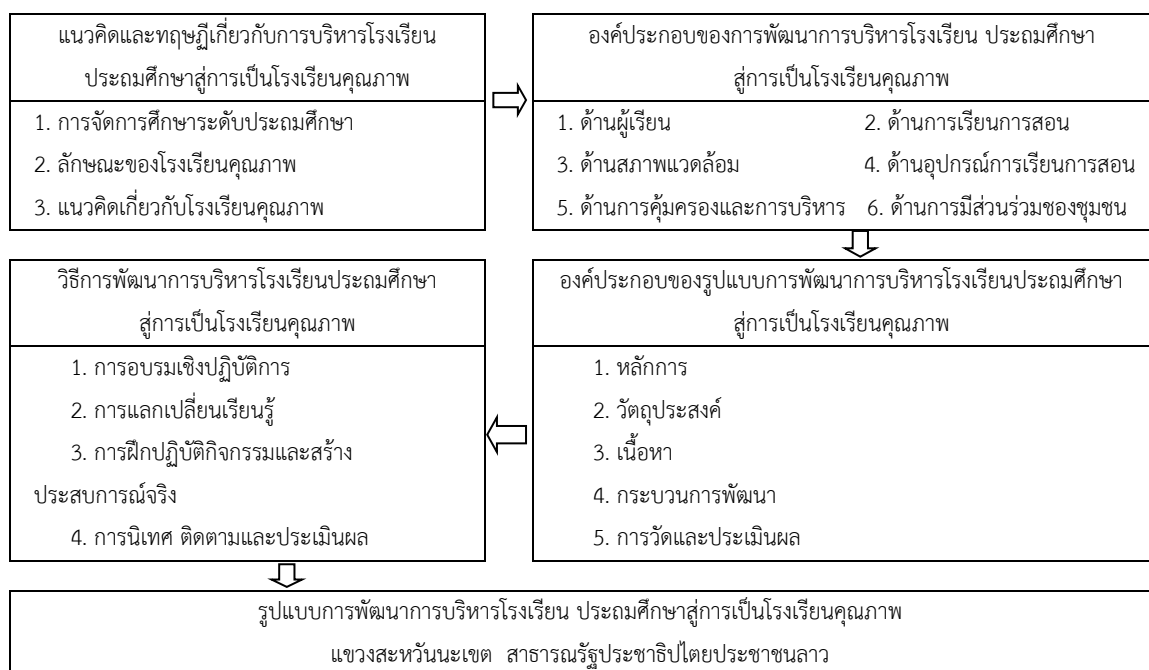
ความสามารถในการจัดการเรียนการสอนที่ส่งผลต่อคุณภาพของผู้เรียน ตามมาตรฐาน ที่กำหนดไว้ อันจะส่งผลต่อการเป็นโรงเรียนคุณภาพต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบการบริหารของโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ
แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
2. เพื่อสร้างและพัฒนารูปแบบการพัฒนาการบริหารโรงเรียนประถมศึกษา สู่การเป็นโรงเรียน
คุณภาพ แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
3. เพื่อศึกษาผลการทดลองใช้รูปแบบการพัฒนาการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียน
คุณภาพ แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการพัฒนาการบริหารโรงเรียน
ประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว ผู้วิจัย
ได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย แบ่งเป็น 3ระยะ คือ

ระยะที่ 1 ศึกษาองค์ประกอบการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยใช้เครื่องมือคือ 1) แบบสำรวจเอกสาร และงานวิจัยเพื่อได้องค์ประกอบการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ 2) แบบสัมภาษณ์ เพื่อยืนยันองค์ประกอบการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3) แบบสอบถามความคิดเห็น แบบมาตราส่วนประมาณค่า เพื่อหาค่าความต้องการจำเป็น โดยใช้สถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ระยะที่ 2 สร้างและพัฒนาแบบแผนการบริหารโรงเรียนประถมศึกษา สู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยผู้วิจัยศึกษาองค์ประกอบของแบบแผนการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยใช้เครื่องมือคือ 1) แบบสำรวจเอกสาร และงานวิจัยเพื่อได้องค์ประกอบของแบบแผนการพัฒนา 2) แบบสัมภาษณ์ เพื่อยืนยันองค์ประกอบของแบบแผนการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ โดยผู้ทรงคุณวุฒิ

ระยะที่ 3 ศึกษาผลการทดลองใช้รูปแบบแผนการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยผู้วิจัยศึกษาผลการทดลองใช้รูปแบบแผนการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ จากกลุ่มเป้าหมายในการพัฒนา โดยใช้เครื่องมือคือ 1) แบบประเมินผลการศึกษาเอกสารการพัฒนาการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ 2) แบบทดสอบก่อน-หลังการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ใช้สถิติค่าเฉลี่ย และค่าร้อยละความก้าวหน้า 3) แบบสอบถามความพึงพอใจ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า ใช้สถิติค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรทุกคนคือ ผู้อำนวยการและรองผู้อำนวยการโรงเรียน จำนวน 36 คน ครูผู้สอน จำนวน 80 คน รวมทั้งสิ้น 116 คน จากจำนวนทั้งหมด 12 โรงเรียน สังกัดสำนักงานแผนกศึกษาธิการและกีฬา แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

กลุ่มทดลองประกอบด้วย ผู้อำนวยการ รองผู้อำนวยการโรงเรียนและครู สังกัดสำนักงานแผนกศึกษาธิการและกีฬา แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน 35 คน ซึ่งเป็นผู้ที่มีความพร้อมและความตั้งใจในการพัฒนาตนเอง สามารถเข้าร่วมกิจกรรมตลอด จนเสร็จสิ้นกระบวนการพัฒนา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

- 1.แบบสำรวจเอกสารและงานวิจัยเพื่อได้องค์ประกอบการบริหารและองค์ประกอบของรูปแบบการพัฒนา
- 2.แบบสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อยืนยันองค์ประกอบการบริหารและองค์ประกอบของรูปแบบการพัฒนา
- 3.แบบสอบถาม แบ่งเป็น
 - 3.1 แบบสอบถามความคิดเห็นเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า เพื่อหาค่าความต้องการจำเป็น มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.97
 - 3.2 แบบสอบถามความพึงพอใจ เพื่อสอบถามความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรม มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.95
- 4.แบบประเมินรูปแบบการพัฒนาการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
- 5.แบบนิเทศติดตามผลเพื่อใช้ในการนิเทศติดตามผลการพัฒนาตนเองของผู้เข้ารับการอบรม ในสถานที่ปฏิบัติงาน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเบื้องต้นในการการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการประเมินความต้องการจำเป็น เพื่อเรียงลำดับความสำคัญขององค์ประกอบของรูปแบบ เพื่อการสร้างและพัฒนารูปแบบการพัฒนาการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยเรื่อง รูปแบบการพัฒนาการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัย ดังนี้

1. องค์ประกอบการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มี 6 องค์ประกอบ 42 ตัวชี้วัด ประกอบด้วย 1) ด้านผู้เรียน มี 9 ตัวชี้วัด 2) ด้านการเรียนการสอน มี 8 ตัวชี้วัด 3) ด้านสภาพแวดล้อม มี 8 ตัวชี้วัด 4) ด้านอุปกรณ์การเรียนการสอน มี 5 ตัวชี้วัด 5) ด้านการจัดการและการบริหาร มี 9 ตัวชี้วัด และ 6) การมีส่วนร่วมของชุมชน มี 3 ตัวชี้วัด
2. รูปแบบการพัฒนาการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ คือ 1) หลักการ

2) วัตถุประสงค์ 3) เนื้อหา 4) กระบวนการพัฒนา และ 5) การวัดและประเมินผล ประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิ เกี่ยวกับองค์ประกอบของรูปแบบการพัฒนา เอกสารประกอบการพัฒนา และคู่มือสำหรับผู้นิเทศ พบว่ามีค่าเฉลี่ยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด เพื่อพิจารณารายด้านพบว่า ความถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือความเป็นไปได้ ความเหมาะสม และความเป็นประโยชน์ตามลำดับ โดยมีเอกสารประกอบการพัฒนามีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือคู่มือสำหรับผู้นิเทศ และองค์ประกอบของรูปแบบการพัฒนาตามลำดับ

3. ผลการทดลองใช้รูปแบบการพัฒนาการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สรุปผลการทดลองใช้รูปแบบตามลำดับ ดังนี้

3.1 ระยะก่อนปฏิบัติการ ผู้เข้าร่วมพัฒนาจำนวนทั้งสิ้น 35 คน ได้ศึกษาเอกสารประกอบการพัฒนา จำนวน 6 เล่ม และศึกษาคู่มือการใช้รูปแบบการพัฒนาด้วยตนเองครบถ้วน โดยผู้วิจัยใช้โทรศัพท์เป็นช่องทางในการสอบถามกลุ่มผู้เข้าร่วมพัฒนาทุกคน พบว่า ผู้เข้าร่วมการพัฒนาได้ศึกษาเรียนรู้และทำความเข้าใจในรายละเอียดแต่ละด้าน ทำให้เกิดความเข้าใจในบทบาทและหน้าที่ของตนเอง ในการบริหารโรงเรียนประถมศึกษา สู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพเพิ่มมากขึ้นและจะตั้งใจปฏิบัติงานตามตัวชี้วัดของแต่ละด้าน

3.2 ระยะปฏิบัติการ ให้กลุ่มผู้เข้าร่วมพัฒนาอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่องการพัฒนาการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สรุปผลได้ว่า คะแนนเฉลี่ยรวมทุกด้านหลังการอบรม สูงกว่าคะแนนเฉลี่ยก่อนการอบรมเชิงปฏิบัติการ และมีค่าร้อยละความก้าวหน้า 45.40 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแต่ละด้านพบว่า ด้านการเรียนการสอน มีค่าร้อยละความก้าวหน้าของคะแนนเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ด้านอุปกรณ์การเรียนการสอน ด้านผู้เรียน ด้านการคุ้มครองและการบริการ และด้านสภาพแวดล้อม ตามลำดับ

3.3 ระยะหลังปฏิบัติการ เป็นกิจกรรมใช้กระบวนการนิเทศ ติดตามและประเมินผลการพัฒนา ในสถานที่กลุ่มผู้เข้าร่วมพัฒนาปฏิบัติหน้าที่จริง พบว่า หลังการฝึกปฏิบัติกิจกรรมและสร้างประสบการณ์จริงของผู้ที่เข้าร่วมการพัฒนา มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยรวมการประเมินตนเองครั้งที่ 5 สูงกว่าครั้งที่ 1 มีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 2.30 มีค่าความก้าวหน้าร้อยละ 85.19 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อตามรายการประเมินพบว่าการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและท้องถิ่นในการจัดการเรียนการสอน มีค่าความก้าวหน้ามากที่สุด รองลงมาคือการปรับปรุงอาคารสถานที่ให้มีมาตรฐาน เหมาะสมและปลอดภัย และสามารถเตรียมความพร้อมทางด้านการเรียนให้แก่ครูและนักเรียนตามลำดับ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง รูปแบบการพัฒนาการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ผู้วิจัยเสนอการอภิปรายผล ดังนี้

1. ผลการศึกษาองค์ประกอบการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ
 แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พบว่า มี 6 องค์ประกอบ 42 ตัวชี้วัด ที่เป็นเช่นนี้
 สืบเนื่องมาจากทุกโรงเรียนที่สังกัดในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ต่างก็ให้
 ความสำคัญและ เห็นความจำเป็นที่จะให้โรงเรียนพัฒนาไปสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ เป็นโรงเรียน
 ที่มีความพร้อมและจัดสรร ตลอดจน ระดมทรัพยากรในการจัดการเรียนรู้ เพื่อให้ผู้เรียนได้พัฒนาความรู้
 ความเข้าใจ และทักษะต่าง ๆ ที่เกิดจากการเรียนรู้ในรายวิชาต่าง ๆ โดยต้องการให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม
 ในการระดมทรัพยากรทางการศึกษา และจัดการเรียนรู้ร่วมกับครูผู้สอน ในขณะเดียวกันก็ให้เรียนรู้เกี่ยวกับ
 การคุ้มครองและการให้บริการ ตลอดจนด้านสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการจัดการเรียนรู้ และความปลอดภัยของ
 นักเรียน ดังจะเห็นได้จากตัวชี้วัดในแต่ละด้านที่โรงเรียนประถมศึกษา ในแขวงสะหวันนะเขต ที่มีความต้องการ
 จะให้โรงเรียนเป็นโรงเรียนคุณภาพ ดังเช่น ด้านอุปกรณ์การเรียนการสอน พบว่าโรงเรียนมีอุปกรณ์ศิลปะ
 และนำไปใช้งานได้เหมาะสมนักเรียนทุกคนมีสื่อการเรียนรู้เพียงพอ โรงเรียนมีอุปกรณ์กีฬาและนำไปใช้ได้
 อย่างเพียงพอ และเหมาะสม มีอุปกรณ์การเรียนการสอนเพียงพอ ครูมีอุปกรณ์การสอนครบถ้วนและเพียงพอ
 นักเรียนรักการเรียนรู้ แสวงหาความรู้ด้วยตนเองและพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง มีผลการเรียนดีขึ้นนักเรียน
 มีคุณสมบัติได้รับการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องจนจบการศึกษา มีการรักษานามัยส่วนตัว ได้รับการบริการ
 ด้านสุขภาพขั้นพื้นฐานและความรู้ด้านโภชนาการ เด็กทุกคนได้เข้าเรียนโดยไม่จำแนก เพศ ชนเผ่า ฐานะทาง
 สังคมและเด็กที่มีความต้องการพิเศษ ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน มีดังนี้ หน่วยงาน สังคมและแกนนำ
 นักเรียน มีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียน หน่วยงานภาครัฐและสังคม มีส่วนร่วม
 ในการบริหารจัดการ คุ้มครองและพัฒนาโรงเรียน โรงเรียนมีการส่งเสริมการร่วมมือกับหน่วยงานราชการและ
 สังคมเป็นอย่างดี ด้านการเรียนการสอน มีดังนี้ ครูผู้สอนมีอัตราส่วนเพียงพอต่อนักเรียนในแต่ละชั้นเรียน
 ได้รับการพัฒนาวิชาชีพอยู่อย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ มีวุฒิการศึกษาที่เหมาะสม นำหลักสูตรไปใช้ให้
 เหมาะสมกับท้องถิ่น นำวิชาการใช้สอนนักเรียนให้เกิดการเรียนรู้ มีการวัดประเมินผลการเรียนรู้ และนำผลไป
 ใช้ในการปรับปรุงการเรียนการสอน ด้านการคุ้มครองและการบริหาร มีดังนี้ โรงเรียนมีระบบจัดการสถิติและ
 ข้อมูลข่าวสาร มีการพัฒนาสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงอย่างเป็นระบบ มีการบริหารจัดการทรัพยากร
 อย่างเป็นระบบ มีสภาพแวดล้อมที่เป็นมิตรและปกป้องนักเรียนจากความรุนแรงที่ส่งผลต่อร่างกายและจิตใจ
 ด้านสภาพแวดล้อม มีดังนี้โรงเรียนมีน้ำดื่ม น้ำใช้ และห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอ มีอาคารที่ได้มาตรฐาน
 และเหมาะสมกับนักเรียนทุกคน จัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ของนักเรียน จัดสภาพแวดล้อมที่ดี
 เพื่อส่งเสริมการอ่าน เช่น ห้องสมุด มุมอ่านหนังสือ และคำขวัญติดตามต้นไม้ มีองค์ประกอบสำคัญที่เป็น
 สัญลักษณ์ของโรงเรียน เช่น เสาธง สนามเด็กเล่น และอุปกรณ์สนามเด็กเล่นต่าง ๆ สอดคล้องกับ
 กันตพัฒน์ มณฑา (2561) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ
 ได้แก่ด้านผู้บริหารสถานศึกษา ด้านครูผู้สอน ด้านการบริหารจัดการ ด้านการจัดการเรียนการสอน
 ด้านความสัมพันธ์และความร่วมมือกับชุมชน สอดคล้องกับ ฉวีวรรณ แก้วตะคุ (2562) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบ
 การบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ ได้แก่ ภาวะผู้นำ กระบวนการเรียนการสอน

บรรยากาศโรงเรียน ลักษณะครูและบุคลากร ทรัพยากรเทคโนโลยีและสารสนเทศ ด้านการบริหารจัดการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสอดคล้องกับ ยลพรรษย์ ศิริรัตน์ (2561) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบการบริหารโรงเรียน ประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ ได้แก่ การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง การมุ่งเน้นลูกค้าและการตลาด การมีส่วนร่วมของบุคลากร การพัฒนาบุคลากร การจัดสภาพการเรียนรู้ ความเป็นผู้นำและความผูกพัน การวางแผน และการจัดองค์การ สอดคล้องกับสุภาวดี คำนาต (2564) องค์ประกอบการบริหารโรงเรียน ประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ ได้แก่ การบริหารจัดการศึกษา กระบวนการบริหาร ภาวะผู้นำ การพัฒนาบุคลากร เทคโนโลยีและสารสนเทศ สอดคล้องกับงานของ Shanmugapriya and Subramanian (2016) องค์ประกอบการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ ได้แก่ด้านอาคารสถานที่ ภาวะผู้นำ ด้านหลักสูตร การพัฒนาบุคลากร การจัดการเรียนการสอนและด้านความสัมพันธ์และความร่วมมือ กับชุมชน สอดคล้องกับงานของ Crum-Allen, and Palmer (2016) องค์ประกอบการบริหารโรงเรียน ประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ ได้แก่ ภาวะผู้นำ การวางแผน ด้านหลักสูตรเทคโนโลยีและสารสนเทศ การพัฒนาบุคลากร ด้านสภาพแวดล้อม และการดูแลนักเรียน สอดคล้องกับงานวิจัยของชนิดา ปากหวาน (2565) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาแนวทางการบริหารสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงาน เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรสาคร พบว่า มีองค์ประกอบดังนี้ 1) ด้านการวัดผลการวิเคราะห์และ การจัดการความรู้ 2) ด้านผลลัพธ์การดำเนินการ 3) ด้านการมุ่งเน้นบุคลากร 4) ด้านกระบวนการดำเนินการ 5) ด้านการมุ่งเน้นผู้เรียน 6) ด้านการนำองค์กร และ 7) ด้านการวางแผนเชิงกลยุทธ์ ตามลำดับ

2. รูปแบบการพัฒนาการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ประกอบด้วย 1) หลักการ คือ แนวทางที่สำคัญในการบริหารโรงเรียน คุณภาพ แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เป็นการจัดการเรียนการสอนที่มุ่งให้ ผู้เรียนมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ตามมาตรฐานการจัดการศึกษา เพื่อยกระดับคุณภาพการจัดการเรียน การสอนอย่างเป็น 2) วัตถุประสงค์ คือ จุดมุ่งหมายหรือสิ่งที่ตั้งใจจะทำให้บรรลุผลสำเร็จ วัตถุประสงค์ เป็นสิ่งสำคัญในการวางแผนและดำเนินการพัฒนาการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว 3) เนื้อหา คือ ข้อมูลหรือความรู้ที่ถูกคัดเลือกมา เพื่อการพัฒนาการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีเนื้อหาจำนวน 6 เล่ม ประกอบด้วย ด้านอุปกรณ์การเรียนการสอน ด้านผู้เรียน ด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชน ด้านการเรียนการสอน ด้านการคุ้มครองและการบริหาร และด้านสภาพแวดล้อม 4) กระบวนการพัฒนา คือ เป็นขั้นตอนที่ช่วยให้การพัฒนาการบริหารโรงเรียน ประถมศึกษา สู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สามารถ ปรับปรุง และพัฒนาไปสู่จุดที่ดียิ่งขึ้นได้ และ 5) การวัดและประเมินผล คือ เป็นการประเมินประสิทธิภาพ การเรียนรู้สอน การวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อน และการปรับปรุงกระบวนการบริหารโรงเรียนประถมศึกษา สู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ที่เป็นเช่นนี้

สืบเนื่องมาจาก ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ตลอดจนผลการวิจัย เกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนา ของนักศึกษาระดับปริญญาโท และปริญญาเอก สาขาวิชาการบริหารการศึกษา และสาขาวิจัยหลักสูตร การสอน และสาขา อื่น ๆ ในมหาวิทยาลัย ของประเทศไทย พบว่า องค์ประกอบของรูปแบบการพัฒนา จะประกอบด้วย หลักการ วัตถุประสงค์ เนื้อหาการพัฒนา กระบวนการพัฒนา และการวัดประเมินผลการพัฒนา เมื่อผู้วิจัยทำการสังเคราะห์ แล้วจึงนำองค์ประกอบของรูปแบบที่ได้ ไปขอคำยืนยันความเห็นชอบ และข้อเสนอแนะ จากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนา ทั้งประเทศไทยและประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิ ต่างก็ เห็นชอบ ว่า องค์ประกอบของรูปแบบที่ได้ มีความถูกต้อง เหมาะสม เปลี่ยนไปได้ และเป็นประโยชน์ ต่อการพัฒนาการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพของแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สอดคล้องกับ อุมพร ธรรมสมบัติ (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำของผู้บริหารโรงเรียนตำรวจ ตระเวนชายแดน สังกัดกองกำกับ ตำรวจตระเวนชายแดนที่ 24 มี 6 องค์ประกอบ คือ หลักการ วัตถุประสงค์ เนื้อหา กระบวนการพัฒนา และการวัดและประเมินผล สอดคล้องกับ อนุสรณ์ พิพิธภณท์ (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงบูรณาการของครูโรงเรียนประถมศึกษาสังกัด สำนักงานศึกษาธิการภาค 11 มี 5 องค์ประกอบ ได้แก่ หลักการของรูปแบบ วัตถุประสงค์ของรูปแบบ กระบวนการพัฒนา เนื้อหาของรูปแบบ และการวัดประเมินผลรูปแบบ สอดคล้องกับ สมภาร ดอนจันดา (2567) ได้ทำการวิจัยเรื่อง รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะ การปฏิบัติงานในยุคดิจิทัลของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ ตำแหน่งนักวิชาการศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มี 5 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) หลักการ 2) วัตถุประสงค์ 3) เนื้อหา 4) กระบวนการพัฒนาและ 5) การวัดและประเมินผล สอดคล้องกับ Dubrin (1998) ได้กล่าวถึงรูปแบบการพัฒนาประกอบด้วย 1) หลักการ 2) วัตถุประสงค์ 3) เนื้อหา 4) กระบวนการพัฒนา และ 5) การวัดและประเมินผล

3. ผลการทดลองใช้รูปแบบการพัฒนาการบริหารโรงเรียนประถมศึกษา สู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพของแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พบว่า

3.1 ระยะก่อนปฏิบัติการกลุ่มทดลอง จำนวนทั้งสิ้น 35 คน ได้ศึกษาเอกสารประกอบการพัฒนาจำนวน 6 เล่ม และศึกษาคู่มือการใช้รูปแบบการพัฒนาด้วยตนเองครบถ้วน พบว่า ผู้เข้าร่วมการพัฒนาได้ศึกษาเรียนรู้ และทำความเข้าใจในรายละเอียดแต่ละด้าน ทำให้เกิดความเข้าใจในบทบาทและหน้าที่ของตนเองในการบริหารโรงเรียนประถมศึกษา สู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพเพิ่มมากขึ้นและจะตั้งใจปฏิบัติงานตามตัวชี้วัดของแต่ละด้าน

3.2 ระยะปฏิบัติการ ให้กลุ่มทดลองอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่อง การพัฒนาการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สรุปผลได้ว่า คะแนนเฉลี่ยรวมทุกด้านหลังการอบรม สูงกว่าคะแนนเฉลี่ยก่อนการอบรมเชิงปฏิบัติการ และมีค่าร้อยละความก้าวหน้า 45.40 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแต่ละด้านพบว่า ด้านการเรียนการสอน มีค่าร้อยละความก้าวหน้าของคะแนนเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ด้านอุปกรณ์

การเรียนการสอน ด้านผู้เรียน ด้านการคุ้มครองและการบริการ และด้านสภาพแวดล้อม ตามลำดับแรก ที่เป็นเช่นนี้ สืบเนื่องมาจาก ผู้วิจัย ได้ดำเนินการ ตามองค์ประกอบของรูปแบบการวิจัยและพัฒนาที่เริ่มตั้งแต่ 1) หลักการ โดยผู้วิจัยและวิทยากรร่วมกันสร้างความตระหนัก โดยใช้แนวทางการศึกษาจากการวิเคราะห์เนื้อหา สถานการณ์ อภิปราย สร้างข้อสรุป และโดยการฝึกการคิดให้ถูกวิธี 2) การเรียนรู้จากการสังเกต ตัวแบบ โดยการกระตุ้นให้ผู้เข้ารับการอบรมเข้าใจในวัตถุประสงค์ คือ จุดมุ่งหมายหรือสิ่งที่ตั้งใจจะทำให้ บรรลุผลสำเร็จ วัตถุประสงค์เป็นสิ่งสำคัญในการวางแผนและดำเนินการพัฒนาการบริหารโรงเรียน ประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จากนั้น จึงให้ผู้เข้ารับการอบรมฟังบรรยายจากวิทยากรและศึกษาเนื้อหาในเอกสารประกอบจำนวน 6 เล่ม ประกอบด้วย ด้านอุปกรณ์การเรียนการสอน ด้านผู้เรียน ด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชน ด้านการเรียนการสอน ด้านการคุ้มครองและการบริการ และด้านสภาพแวดล้อม และในกระบวนการพัฒนา คือ เป็นขั้นตอนที่ช่วยให้ การพัฒนาการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐ ประชาธิปไตยประชาชนลาว สามารถปรับปรุงและพัฒนาไปสู่จุดที่ดียิ่งขึ้นได้ โดยการเปิดโอกาส ให้ผู้เข้ารับการอบรม ชักถาม อภิปราย และให้ข้อเสนอแนะ ร่วมกัน จึงทำให้เกิด ความรู้ ความเข้าใจ และเห็นความสำคัญขององค์ประกอบการบริหารโรงเรียนคุณภาพ ทั้ง 6 องค์ประกอบ และทำการวัดและ ประเมินผล จึงทำให้คะแนนเฉลี่ยหลังอบรม สูงกว่าก่อนอบรม

3.3 ระยะหลังปฏิบัติการเป็นกิจกรรมใช้กระบวนการนิเทศ ติดตามและประเมินผลการพัฒนา ในสถานที่กลุ่มทดลองปฏิบัติหน้าที่จริง พบว่า หลังการฝึกปฏิบัติกิจกรรมและสร้างประสบการณ์จริงของผู้ที่ เข้าร่วมการพัฒนา มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยรวมการประเมินตนเองครั้งที่ 5 สูงกว่าครั้งที่ 1 มีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 2.30 มีค่าความก้าวหน้าร้อยละ 85.19 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อตามรายการประเมินพบว่า การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและท้องถิ่นในการจัดการเรียนการสอน มีค่าความก้าวหน้ามากที่สุด รองลงมาคือการปรับปรุงอาคารสถานที่ให้มีมาตรฐาน เหมาะสมและปลอดภัย และสามารถเตรียมความพร้อม ทางด้านการเรียนให้แก่ครูและผู้เรียนตามลำดับ ที่เป็นเช่นนี้เป็นผลมาจากการพัฒนารูปแบบการพัฒนา การบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาวที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีความเหมาะสม สามารถที่จะนำไปใช้ในการพัฒนาการบริหารโรงเรียน ประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้วิจัยได้นำรูปแบบการพัฒนาที่สร้างขึ้น ไปขอความเห็นชอบ และยืนยันจากผู้ทรงคุณวุฒิ ที่เป็นอาจารย์ในมหาวิทยาลัยในประเทศไทย และมหาวิทยาลัยที่อยู่ในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวพบว่าผู้ทรงคุณวุฒิมีความคิดเห็นว่ารูปแบบ การพัฒนาการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐ ประชาธิปไตยประชาชนลาว มีความถูกต้อง ความเหมาะสม มีความเป็นไปได้และมีประโยชน์ สอดคล้องกับ งานวิจัยของชนิดา ปากหวาน (2565) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาแนวทางการบริหารสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียน ขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาภูมิดาหาร พบว่า ผลการพัฒนาแนวทางการบริหาร

สู่ความเป็นเลิศของโรงเรียน พบว่า แนวทางการปฏิบัติ ได้แก่ 1) ด้านการนำองค์กร มีแนวทางการปฏิบัติ จำนวน 6 ข้อ 2) ด้านการวางแผนเชิงกลยุทธ์ มีแนวทางการปฏิบัติ จำนวน 6 ข้อ 3) ด้านการมุ่งเน้นผู้เรียน มีแนวทางการปฏิบัติ จำนวน 7 ข้อ 4) ด้านการมุ่งเน้นบุคลากร มีแนวทางการปฏิบัติ จำนวน 6 ข้อ 5) ด้านกระบวนการดำเนินการ มีแนวทางการปฏิบัติ จำนวน 6 ข้อ 6) ด้านการวัดผล การวิเคราะห์และการจัดการความรู้มีแนวทางการปฏิบัติ จำนวน 6 ข้อ 7) ผลลัพธ์การดำเนินการ มีแนวทางการปฏิบัติ จำนวน 6 ข้อ ซึ่งการพัฒนาแนวทางการบริหารถูกขับเคลื่อนการดำเนินงานตามหลักการบริหารโรงเรียนโดยใช้วงจรคุณภาพเดมมิง (PDCA) ผลการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของแนวทางการบริหารสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียน พบว่า ความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของแนวทางโดยรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่อง รูปแบบการพัฒนาการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1.1 จากข้อค้นพบผลการศึกษาความต้องการจำเป็นของการพัฒนาการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ทั้ง 6 องค์ประกอบ ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญในการพัฒนาตามที่ได้เรียงลำดับไว้ ดังนี้คือ ด้านอุปกรณ์การเรียน การสอน รองลงมาคือ ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ด้านการเรียนการสอน ด้านการคุ้มครองและการบริหาร และด้านสภาพแวดล้อม ตามลำดับ

1.2 รูปแบบการพัฒนาการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สามารถที่จะนำไปประยุกต์ใช้ได้ทั้งในกรณี การพัฒนารายบุคคล รายกลุ่ม หรือโรงเรียนได้

1.3 สามารถนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนการพัฒนาภาวะผู้นำผู้อำนวยการ รองผู้อำนวยการและครูผู้สอน ในโรงเรียนอื่น ๆ เพื่อเป็นผลดีในภาพรวมของการพัฒนาการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป

2.1 ควรดำเนินการวิจัยรูปแบบการพัฒนาการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ในด้านอื่น ๆ เพื่อนำข้อค้นพบที่ได้มา เปรียบเทียบว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกัน หากมีความแตกต่างจะได้พิจารณาถึงสาเหตุที่แตกต่าง ถ้ามีความเหมือนกันจะได้เป็นเครื่องยืนยันข้อค้นพบ ซึ่งจะทำให้ข้อค้นพบที่ได้มีความน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น

2.2 ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพ แขวงสหัสวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการบริหารโรงเรียนประถมศึกษาสู่การเป็นโรงเรียนคุณภาพต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการและกีฬา. (2013). *มาตรฐานคุณภาพการศึกษา สำหรับชั้นประถมศึกษา*
สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. กระทรวงศึกษาธิการและกีฬา.
- กันตพัฒน์ มณฑา. (2561). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการศึกษาของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่*
การประถมศึกษากรุงเทพมหานคร. [วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย].
มหาวิทยาลัยสยาม.
- ฉวีวรรณ แผ้วตะคุ. (2562). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเป็นเลิศของการบริหารโรงเรียนประถมศึกษา*
ขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. [วิทยานิพนธ์ปริญญา
ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชนิดา ปากหวาน. (2565). *การพัฒนาแนวทางการบริหารสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัด*
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชุมพร. [วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต].
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ยลพรรษย์ ศิริรัตน์. (2561). *ตัวบ่งชี้คุณภาพการศึกษาของโรงเรียนประถมศึกษา*. [วิทยานิพนธ์ปริญญา
ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สมภาร ดอนจันดา. (2567). *รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุน*
วิชาการ ตำแหน่งนักวิชาการศึกษา ในมหาวิทยาลัยราชภัฏภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.
[วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- สุภาวดี คำนาดี. (2564). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าสู่คุณภาพการศึกษาตามเกณฑ์โรงเรียน*
มาตรฐานสากล. *Lawarath Social E-Journal*, 3(3), 123 – 134.
- อนุสรรา พิพิพิธรัตน์. (2563). *รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงบูรณาการของครูโรงเรียนประถมศึกษา*
สังกัดสำนักงานศึกษาธิการภาค 11. [วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต]. มหาวิทยาลัย
- ราชภัฏสกลนคร.
- อุมาพร ธรรมสมบัติ. (2563). *รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำของผู้บริหารในโรงเรียนตำรวจ*
ตระเวนชายแดน สังกัดกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 24. [วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตร
ดุษฎีบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- Crum-Allen, P., and Palmer, L. B. (2016). Alignment of CTE Centers with the Baldrige Quality Award in Education Criteria: Perceptions of Leaders and Faculty. *Career and Technical Education Research*, 41(1), 49 - 64.

Dubrin, J. (1998). *Leadership Research Finding : Practice and skills*. Boston Houghton Mifflin Company.

Shanmugapriya. S., and Subramanian, K. (2016). Developing a PLS Path Model to Investigate the Factors Influencing Safety Performance Improvement in Construction Organizations. *KSCE Journal of Civil Engineering*, 20(4), 1138 - 1150.

การเสริมสร้างสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูลด้วยการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ สำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษา

Enhancing Data Literacy Competencies through the Application of Artificial Intelligence for Primary School Students

สิทธิชัย ป้อมทอง¹ อรณิชา ทศตา² และ สิตา ทับมงคล^{3*}

Sittichai Pomthong¹ Onnitcha Thossata² and Sita Tubmongkhon^{3*}

^{1,3}หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ วิทยาลัยนครราชสีมา

²หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต คณะศึกษาศาสตร์ วิทยาลัยนครราชสีมา

^{1,3}Bachelor of Science, Faculty of Business Administration and Information Technology, Nakhonratchasima College

²Master of Education, Faculty of Education, Nakhonratchasima College

*Corresponding author's email: sita@nmc.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

11 มิถุนายน 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

26 พฤศจิกายน 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

14 ธันวาคม 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยกึ่งทดลองแบบกลุ่มเดียววัดก่อนและหลัง การทดลองครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนากิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ที่ส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูล 2) เปรียบเทียบสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูลของนักเรียนก่อนและหลังได้รับการจัดการเรียนรู้ 3) ศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อกิจกรรม การเรียนรู้ที่ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ กลุ่มตัวอย่างคือ นักเรียนโรงเรียนบ้านหนองตาคง สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครราชสีมา เขต 1 จำนวน 30 คน ได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน โดยสุ่มโรงเรียนแบบเจาะจง จากโรงเรียนที่มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยี จากนั้นสุ่มห้องเรียนด้วยวิธีการสุ่มแบบกลุ่ม ได้ห้องเรียนหนึ่ง และคัดเลือกนักเรียนทั้งหมดในห้องจำนวน 30 คน เครื่องมือประกอบด้วย 1) แบบทดสอบสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูล จำนวน 20 ข้อ (คะแนนเต็ม 5 คะแนน) มีค่าความยาก 0.25-0.78 อำนาจจำแนก 0.33-0.68 และค่าความเชื่อมั่น (KR-20) เท่ากับ 0.81 2) แบบสอบถามความพึงพอใจ จำนวน 20 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha) เท่ากับ 0.79 3) แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) 0.67-1.00 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) และสถิติเชิงอนุมาน (Dependent t-test และ Cohen's d สำหรับวัด Effect Size) ผลการวิจัยพบว่า 1) กิจกรรมการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นมี 3 กิจกรรม ได้แก่ "นักสืบการหาข้อมูลแห่งอนาคต" "ผู้ตรวจจับข่าวปลอม AI" และ "นักวิเคราะห์ข่าวชื่อน้อย" ซึ่งบูรณาการเทคโนโลยี AI โดยเน้นกระบวนการคิด 5 ขั้นตอน ผู้เชี่ยวชาญประเมินความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.57) 2) คะแนนสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูลหลังเรียน ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.31) สูงกว่า

ก่อนเรียน ($\bar{X} = 2.15$, S.D. = 0.35) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($t = 16.905$, $p < .01$) โดยมีขนาดอิทธิพล (Effect Size) ขนาดใหญ่มาก (Cohen's $d = 5.33$) แสดงให้เห็นถึงนัยสำคัญเชิงปฏิบัติ (Practical Significance) ที่สูงของกิจกรรม 3) นักเรียนมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมการเรียนรู้ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.60)

คำสำคัญ: การเสริมสร้างสมรรถนะ, การคิดเชิงข้อมูล, การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์

ABSTRACT

This study adopted a one-group pretest–posttest quasi-experimental design (no control group) to develop and evaluate artificial-intelligence (AI)–integrated learning activities that enhance data literacy competencies among lower-secondary students. The objectives were to: (1) design AI-enabled learning activities that foster data-driven thinking; (2) compare students' data-literacy performance before and after the intervention; and (3) examine learner satisfaction with the AI-based activities. The participants were 30 students from Ban Nong Ta Khong School, under Nakhon Ratchasima Primary Educational Service Area Office 1. A multi-stage sampling procedure was employed: the school was first selected by purposive sampling based on ICT infrastructure readiness; a classroom was then chosen via cluster random sampling; and all 30 students in that class were included. Research instruments were: (1) a 20-item data-literacy competency test scored on a five-point scale (max = 5) with item difficulty 0.25–0.78, discrimination 0.33–0.68, and KR-20 = .81; (2) a 20-item learner-satisfaction questionnaire with Cronbach's $\alpha = .79$; and (3) a semi-structured interview protocol with IOC = 0.67–1.00. Data were analyzed using descriptive statistics (mean, standard deviation) and inferential statistics (dependent/paired-samples t-test and Cohen's d for effect size). Findings showed that: (1) three AI-enhanced learning activities were developed "Future Data Detectives," "AI Fake-News Detector," and "Headline-Only News Analyst" all aligned with a five-stage data-thinking process; expert review rated their appropriateness at a high level ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.57). (2) Posttest scores ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.31) were significantly higher than pretest scores ($\bar{X} = 2.15$, S.D. = 0.35) at the .01 level ($t = 16.905$, $p < .01$), indicating a very large effect (reported Cohen's $d = 5.33$), evidencing strong practical significance of the intervention. (3) Learners' satisfaction with the AI-enhanced learning activities was at a high level ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.60).

Keywords: Competency Enhancement, Data Literacy, Application of Artificial Intelligence

บทนำ

ในศตวรรษที่ 21 สังคมโลกได้เปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัลที่ข้อมูลมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตและการเรียนรู้ ผู้เรียนต้องเผชิญและปฏิสัมพันธ์กับข้อมูลจำนวนมากจากหลากหลายแหล่ง เช่น สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ข่าวสาร และแพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์ โดยข้อมูลเหล่านี้มีทั้งที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือ และข้อมูลที่คลาดเคลื่อนหรือบิดเบือน (Head et al., 2020; McGrew et al., 2018) สถานการณ์ดังกล่าวส่งผลให้ผู้เรียนจำเป็นต้องมีความสามารถในการกลั่นกรอง วิเคราะห์ และตัดสินใจจากข้อมูลอย่างมีเหตุผล เพื่อหลีกเลี่ยงการรับรู้ข้อมูลผิดพลาดหรือถูกชักจูงได้ง่าย ซึ่งทักษะที่ตอบโจทย์ความท้าทายนี้ คือ “สมรรถนะการคิดเชิงข้อมูล” ซึ่งเป็นความสามารถในการเข้าถึง วิเคราะห์ ประเมิน ตีความ และนำข้อมูลไปใช้ประกอบการตัดสินใจอย่างมีเหตุผลและมีจริยธรรม สมรรถนะดังกล่าวเป็นรากฐานสำคัญของการคิดอย่างมีวิจารณญาณ และการแก้ปัญหาที่ซับซ้อน อันเป็นสมรรถนะหลักของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 ตามกรอบแนวคิด Partnership for 21st Century Learning (2019) ตลอดจนได้รับการยืนยันจากงานของ Wolff et al. (2016) ; Kellner and Otrell-Cass (2020) ว่าความสามารถในการจัดการข้อมูลอย่างเป็นระบบส่งผลต่อการพัฒนาการเรียนรู้ในระยะยาวและการดำรงชีวิตในโลกยุคดิจิทัล อย่างไรก็ตาม งานของ Mandinach and Gummer (2016) รวมถึง Wineburg et al. (2016) พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ยังขาดทักษะในการแยกแยะข้อมูลที่เชื่อถือได้ ไม่สามารถประเมินแหล่งที่มาของข้อมูล และไม่สามารถสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อสร้างองค์ความรู้ได้อย่างมีเหตุผล ปัญหาดังกล่าวสะท้อนถึงความจำเป็นเร่งด่วนในการพัฒนาสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูลในกลุ่มผู้เรียนวัยนี้ ในขณะเดียวกัน ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในภาคการศึกษา โดยเฉพาะเครื่องมือ AI ประเภทโต้ตอบ เช่น ChatGPT, Bing AI และ Gemini ซึ่งสามารถส่งเสริมการเรียนรู้ที่เน้นการคิดวิเคราะห์ การถาม-ตอบเชิงลึก การตั้งคำถามเชิงวิพากษ์ และการประเมินข้อมูลในหลากหลายบริบทได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Chiu et al., 2023; Deng and Yu, 2023; Holmes et al., 2019) นอกจากนี้ AI ยังสนับสนุนการเรียนรู้ด้วยตนเอง ซึ่งเป็นหัวใจของการพัฒนาทักษะในยุคดิจิทัล

แม้ว่าประเทศไทยจะให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะดิจิทัลของผู้เรียนอย่างต่อเนื่อง แต่ผลการประเมินสมรรถนะของผู้เรียนชี้ว่ามีช่องว่างเชิงทักษะที่สำคัญ โดยรายงาน PISA (สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2567ก) ระบุว่าร้อยละ 60 ขึ้นไปของนักเรียนไทยยังประสบปัญหาในการตีความกราฟหรือสถิติพื้นฐานอย่างถูกต้อง ซึ่งสะท้อนถึงความบกพร่องในการสอนทักษะการคิดเชิงข้อมูลและการใช้เหตุผลบนฐานข้อมูลเชิงปริมาณในระบบการศึกษาไทย นอกจากนี้ผลการศึกษาในประเทศ (กัญชารักษ์ ทิปกการ, 2568) ก็ยืนยันว่าผู้เรียนยังขาดทักษะการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเชิงเหตุผล ขณะที่ระบบการศึกษาของประเทศที่มีบริบทใกล้เคียง เช่น สิงคโปร์ และมาเลเซีย ได้บูรณาการ Data Literacy เข้ากับการเรียนรู้ด้าน STEM และการใช้ AI เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลอย่างมีระบบ (Tan et al., 2022;

Rahim et al., 2023) แต่ในประเทศไทยยังขาดกรอบแนวทางเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติที่ชัดเจนในการใช้ AI เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะด้านนี้โดยเฉพาะ

แม้เทคโนโลยีสารสนเทศหลายรูปแบบสามารถใช้ในการเรียนรู้ได้ แต่ AI มีศักยภาพโดดเด่นในฐานะ “ผู้ช่วยรู้มากกว่า” (MKO) ที่สามารถโต้ตอบ วิเคราะห์ และให้ข้อเสนอแนะ ตามระดับความสามารถของผู้เรียนได้แบบเรียลไทม์ (Luckin, 2018; Holmes et al., 2019) โดยเฉพาะ AI แบบสนทนา เช่น ChatGPT และ Bing AI ที่สามารถกระตุ้นให้ผู้เรียนคิดเชิงวิเคราะห์ ตั้งคำถามเชิงวิพากษ์ และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลได้อย่างมีระบบ (Chiu et al., 2023; Deng and Yu, 2023) ดังนั้น การใช้ AI จึงไม่เพียงช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเองเท่านั้น แต่ยังเป็นเครื่องมือที่ช่วยพัฒนาสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูลผ่านกระบวนการคิด และการตัดสินใจบนฐานข้อมูลอย่างมีเหตุผล ซึ่งเทคโนโลยีอื่นไม่สามารถตอบสนองได้ในระดับเดียวกัน ซึ่งการวิจัยครั้งนี้อิงแนวคิด Social Constructivist Learning Theory ของ Vygotsky (1978) ซึ่งมองว่า การเรียนรู้เกิดจากปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดย AI ทำหน้าที่เป็น MKO ที่ช่วยพัฒนา Zone of Proximal Development (ZPD) ของผู้เรียน ร่วมกับ Data Literacy Framework ของ Ridsdale et al. (2015) เพื่อออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการคิดเชิงข้อมูลผ่านการโต้ตอบกับ AI ซึ่งช่วยให้ผู้เรียนได้ฝึกใช้เหตุผล วิเคราะห์ข้อมูล และสะท้อนความเข้าใจอย่างต่อเนื่อง

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่า งานวิจัยในต่างประเทศ (Wolff et al., 2016; Ridsdale et al., 2015) ชี้ให้เห็นว่าการพัฒนา Data Literacy ควรมียุทธศาสตร์ประกอบเชิงระบบตั้งแต่การรวบรวม วิเคราะห์ ตีความ ไปจนถึงการสื่อสารข้อมูล ขณะที่ในประเทศไทยยังขาดกรอบแนวทางเชิงปฏิบัติที่ชัดเจน สำหรับผู้เรียน อีกทั้งงานของ Luckin (2018) ; Chen et al. (2022) พบว่า AI สามารถส่งเสริมการคิดขั้นสูง และการเรียนรู้เชิงลึกได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ส่วนใหญ่ของงานวิจัยเน้นในระดับอุดมศึกษา เช่น การใช้ AI เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจหรือการเขียนโปรแกรม (Liu et al., 2024) ขณะที่งานศึกษาที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะในบริบทประเทศไทย มีจำนวนจำกัด และไม่มีการมุ่งเน้นการพัฒนา Data Literacy โดยเฉพาะ ซึ่งจากการทบทวนดังกล่าวจะเห็นได้ว่า งานวิจัยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการใช้ AI ในระดับอุดมศึกษา (Chen et al., 2022; Liu et al., 2024) ขณะที่การศึกษาในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานโดยเฉพาะในบริบทของประเทศไทย ยังมีข้อจำกัดและขาดการออกแบบกิจกรรมที่บูรณาการ AI เพื่อพัฒนา Data Literacy อย่างเป็นระบบ อีกทั้งนักเรียนไทยยังขาดทักษะในการใช้ AI อย่างมีจริยธรรมและวิจารณญาณ (Luckin, 2018; Zhang et al., 2023) ดังนั้น งานวิจัยนี้ จึงมุ่งเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว โดยพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ที่บูรณาการเทคโนโลยี AI เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะ การคิดเชิงข้อมูลของนักเรียนระดับประถมศึกษา ให้สอดคล้องกับความต้องการของการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21

ด้วยเหตุนี้ จึงเกิดคำถามวิจัยสำคัญว่า “การออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่บูรณาการเทคโนโลยี AI จะสามารถเสริมสร้างสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูลของนักเรียนระดับประถมศึกษาได้หรือไม่ และในระดับใด” ซึ่งสะท้อนถึงความจำเป็นของการวิจัยเพื่อพัฒนานวัตกรรมการจัดการเรียนรู้ที่ใช้ศักยภาพของเทคโนโลยี AI ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ พร้อมตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนในโลกที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ที่ส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูล
2. เพื่อเปรียบเทียบสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูลของนักเรียนก่อนและหลังได้รับการจัดการเรียนรู้ด้วยกิจกรรมที่ประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อกิจกรรมการเรียนรู้ที่ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการเสริมสร้างสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูล

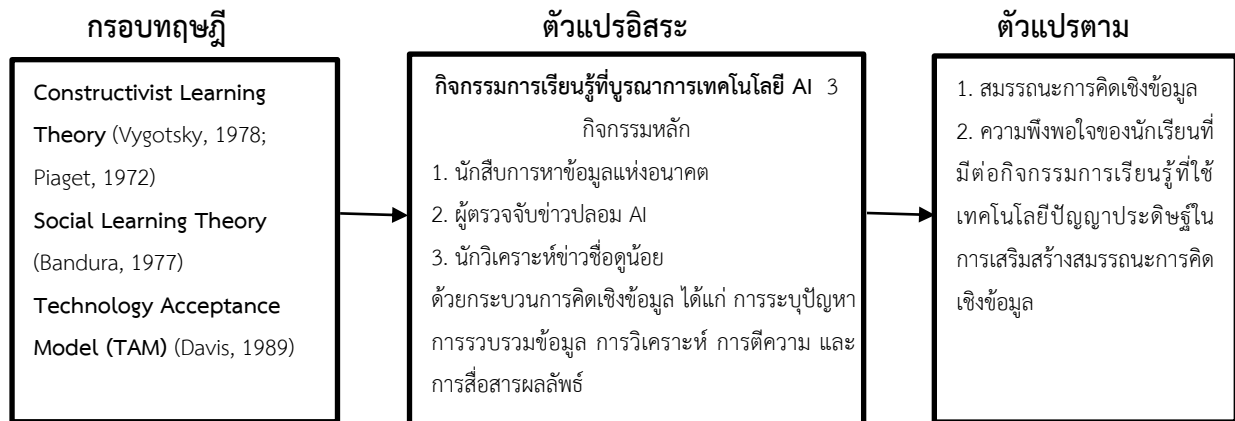
สมมติฐานการวิจัย

นักเรียนที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ด้วยกิจกรรมที่ประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์จะมีสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูลสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กรอบแนวคิดในการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้มีพื้นฐานจากแนวคิดทางทฤษฎีด้านการเรียนรู้และการยอมรับเทคโนโลยี ภายใต้บริบทของการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูลของผู้เรียน โดยอาศัยแนวคิดจาก 3 ทฤษฎีสำคัญ ได้แก่ (1) ทฤษฎีการสร้างความรู้ด้วยตนเองของ Vygotsky (1978); Piaget (1972) ซึ่งอธิบายว่าผู้เรียนสามารถสร้างองค์ความรู้ใหม่ได้จากการลงมือปฏิบัติการสำรวจ และการปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม (2) ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม ของ Bandura (1977) ซึ่งมองว่าการเรียนรู้เกิดจากการสังเกต การเลียนแบบ และการปฏิสัมพันธ์ กับผู้อื่น โดย AI ทำหน้าที่เสมือน “ผู้รู้มากกว่า” ที่ช่วยกระตุ้นการเรียนรู้แบบมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนกับเทคโนโลยี และระหว่างผู้เรียนกับเพื่อนร่วมกลุ่ม (3) ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีของ Davis (1989) ซึ่งอธิบายว่าการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีขึ้นอยู่กับ การรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายในการใช้ ซึ่งส่งผลต่อทัศนคติและระดับความพึงพอใจของผู้เรียนต่อการเรียนรู้ด้วย AI

ดังนั้นภายใต้กรอบแนวคิดดังกล่าว การวิจัยนี้จึงกำหนดตัวแปรอิสระ คือ กิจกรรมการเรียนรู้ที่บูรณาการเทคโนโลยี AI ที่มุ่งเสริมสร้างทักษะการตีความและการสื่อสารข้อมูลอย่างเป็นระบบ ซึ่งกิจกรรมทั้งหมด ออกแบบตามกระบวนการคิดเชิงข้อมูล 5 ขั้นตอน ได้แก่ การระบุปัญหา การรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ การตีความและการสื่อสารผลลัพธ์ เพื่อพัฒนาการคิดเชิงเหตุผลและการใช้ข้อมูลอย่างมีจริยธรรม สำหรับตัวแปรตาม ประกอบด้วย (1) สมรรถนะการคิดเชิงข้อมูลของนักเรียน ซึ่งสะท้อนความสามารถในการเข้าถึง วิเคราะห์ ประเมิน และใช้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจอย่างมีเหตุผล และ (2) ความพึงพอใจของนักเรียนต่อกิจกรรมการเรียนรู้ที่ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ซึ่งสะท้อนทัศนคติและแรงจูงใจภายในที่เกิดจากประสบการณ์การเรียนรู้เชิงบวก ดังนั้นกรอบแนวคิดการวิจัยนี้จึงสะท้อนความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่าง กิจกรรมการเรียนรู้ที่บูรณาการเทคโนโลยี AI (ตัวแปรอิสระ) กับสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูลและความพึงพอใจของผู้เรียน (ตัวแปรตาม) ดังแผนภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ได้แก่ นักเรียนโรงเรียนบ้านหนองตาคง ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 – 6 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครราชสีมา เขต 1 ปีการศึกษา 2567 จำนวน 150 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนโรงเรียนบ้านหนองตาคง สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครราชสีมา เขต 1 ได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน โดยสุ่มโรงเรียนแบบเจาะจง จากนั้นสุ่มห้องเรียนด้วยวิธีการสุ่มแบบกลุ่มได้ห้องเรียนหนึ่ง และคัดเลือกนักเรียนทั้งหมดในห้อง จำนวน 30 คน

ตัวแปรที่ศึกษา

2.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ กิจกรรมที่บูรณาการเทคโนโลยี AI

2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ 1) สมรรถนะการคิดเชิงข้อมูล และ 2) ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อกิจกรรมการเรียนรู้ที่ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการเสริมสร้างสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูล

ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างเดือนมกราคม-พฤษภาคม พ.ศ. 2567

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

1. แบบทดสอบสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูล โดยประเมินสมรรถนะ 5 ด้าน คือ ระบุปัญหา รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล ตีความ และนำเสนอข้อมูล จำนวน 20 ข้อ มีดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 1.00, ความยาก (0.25-0.78), อำนาจจำแนก (0.33-0.68) และความเชื่อมั่นเท่ากับ .81

2. แบบสอบถามความพึงพอใจของนักเรียนต่อกิจกรรมการเรียนรู้ที่ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการเสริมสร้างสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูล จำนวน 20 ข้อ โดยประเมิน 3 ด้าน คือ กิจกรรมการเรียนรู้ เครื่องมือและเทคโนโลยี ประโยชน์และการนำไปใช้ มีดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 1.00 และความเชื่อมั่นเท่ากับ .79

3. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเพื่อสะท้อนผลการเรียนรู้ มีดัชนีความสอดคล้อง อยู่ระหว่าง 0.67–1.00

วิธีรวบรวมข้อมูล

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยกึ่งทดลองแบบกลุ่มเดียววัดก่อนและหลังเพื่อศึกษาผลของกิจกรรมการเรียนรู้ที่บูรณาการเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ต่อสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูลของนักเรียน

2. ก่อนดำเนินกิจกรรมนักเรียนได้ทำแบบทดสอบสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูลโดยใช้เวลา 30 นาที จากนั้นได้เข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ที่บูรณาการเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ เช่น ChatGPT-4 หรือ Bing AI ผ่านกิจกรรมการเรียนรู้ 3 กิจกรรม ได้แก่ (1) นักสืบการหาข้อมูลแห่งอนาคต (2) ผู้ตรวจจับข่าวปลอม AI และ (3) นักวิเคราะห์ข่าวชื่อดูน้อย ซึ่งออกแบบให้สอดคล้องกับกระบวนการคิดเชิงข้อมูล 5 ขั้นตอน ได้แก่ การระบุปัญหา การรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การตีความ และการสื่อสารผลลัพธ์

3. การดำเนินการทดลองใช้เวลาทั้งสิ้น 4 สัปดาห์ สัปดาห์ละ 2 คาบเรียน ๆ ละประมาณ 50-60 นาที รวมเป็น 8 คาบ โดยในสัปดาห์แรกได้ทำการปฐมนิเทศและเก็บข้อมูลก่อนเรียน ส่วนสัปดาห์ ที่ 1-3 ดำเนินกิจกรรมการเรียนรู้ทั้งสามกิจกรรมตามลำดับ โดยเน้นให้ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์กับ AI เพื่อฝึกทักษะการคิดเชิงข้อมูลอย่างเป็นระบบ และสัปดาห์ที่ 4 จัดกิจกรรมสรุปผลและเก็บข้อมูลหลังเรียน ใช้เวลา 30 นาที พร้อมให้ผู้เรียนตอบแบบสอบถามความพึงพอใจต่อกิจกรรมการเรียนรู้ จำนวน 20 ข้อ ใช้เวลาประมาณ 20 นาที

4. หลังจากสิ้นสุดกิจกรรมการเรียนรู้ ได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างกับนักเรียนจำนวน 5-7 คน เพื่อสะท้อนประสบการณ์การเรียนรู้จากการมีปฏิสัมพันธ์กับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ และเพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพเพิ่มเติม ข้อมูลที่ได้จากแบบทดสอบก่อนและหลังเรียนถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติ t-test แบบกลุ่มสัมพันธ์ เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูลก่อน และหลังการเรียนรู้ ข้อมูลจากแบบสอบถามความพึงพอใจวิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์วิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา เพื่อสังเคราะห์ประเด็นสำคัญ และสะท้อนผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสถิติเชิงพรรณนาและทดสอบค่าที่

สรุปผลการวิจัย

1. กิจกรรมการเรียนรู้ที่ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ที่ส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูลสำหรับนักเรียน มีรายละเอียดดังนี้

1.1 หลักการ

1) ยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง โดยเปิดโอกาสให้นักเรียนได้ลงมือปฏิบัติจริงผ่านการตั้งคำถาม ค้นคว้า และสังเคราะห์ข้อมูลด้วยตนเอง

2) พัฒนาระบบการคิดเชิงข้อมูล ด้วยกระบวนการระบุปัญหา, รวบรวมข้อมูล, วิเคราะห์, แปลความ และสื่อสารผล

3) ใช้ AI ในการสนับสนุนกระบวนการคิด พร้อมทั้งส่งเสริมทักษะการคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหา การสื่อสาร การทำงานเป็นทีม และการรู้เท่าทันเทคโนโลยี

1.2 กิจกรรมการเรียนรู้ จำนวน 3 กิจกรรม ดังนี้

ตารางที่ 1 กิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ที่ส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูลสำหรับนักเรียน

กิจกรรม	วัตถุประสงค์
1. นักวิเคราะห์ข้อมูลแห่งอนาคต	1. เพื่อพัฒนาทักษะการรวบรวม วิเคราะห์ และตีความข้อมูล 2. เพื่อฝึกการใช้ AI เป็นเครื่องมือสนับสนุนการวิเคราะห์ข้อมูล 3. เพื่อส่งเสริมการคิดเชิงวิพากษ์เกี่ยวกับข้อมูลและการแปลความหมาย
2. ผู้ตรวจจับข่าวปลอม AI	1. เพื่อพัฒนาทักษะการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูล 2. เพื่อเข้าใจวิธีการที่ AI สร้างและตรวจจับข้อมูลที่บิดเบือน 3. เพื่อส่งเสริมการคิดเชิงวิพากษ์เกี่ยวกับแหล่งข้อมูลและความเชื่อถือได้
3. นักวิเคราะห์ข่าวลือน้อย	1. เพื่อฝึกการตั้งคำถามวิจัยและสมมติฐานจากข้อมูล 2. เพื่อเรียนรู้การใช้ AI ในการทำนายและสร้างโมเดลจากข้อมูล 3. เพื่อพัฒนาทักษะการแสดงผลข้อมูลและการสื่อสารผลลัพธ์

1.3 เครื่องมือ ประกอบด้วย 1) AI Chatbot เช่น ChatGPT-4 หรือ Bing AI 2) ข่าวออนไลน์จากเว็บไซต์จริง/ข่าวปลอม (Fake news) 3) ใบงานวิเคราะห์ข้อมูล

1.4 ความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้ที่ประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูล โดยผู้เชี่ยวชาญ 5 คน เพื่อพิจารณาความเหมาะสมของกิจกรรมในด้านต่าง ๆ สำหรับปรับปรุง และพัฒนาให้มีความสมบูรณ์และเหมาะสมต่อการนำไปใช้จริง โดยปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้ที่ประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูล โดยผู้เชี่ยวชาญ

รายการประเมิน	ระดับความเหมาะสม		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. หลักการของกิจกรรม	3.75	0.86	มาก
2. วัตถุประสงค์ของกิจกรรม	3.65	0.88	มาก
3. ขั้นตอนการจัดกิจกรรม	4.20	0.45	มาก
4. การประเมินผล	4.10	0.22	มาก
5. สื่อ/วัสดุการประกอบกิจกรรม	3.80	0.45	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.90	0.57	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า กิจกรรมการเรียนรู้ที่ประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูลตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.57)

โดยขั้นตอนการจัดกิจกรรม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.45) รองลงมาคือ การประเมินผล ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = 0.22) และสื่อ/วัสดุการประกอบกิจกรรม ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.45) ตามลำดับ

2. ผลการเปรียบเทียบสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูลของนักเรียนก่อนและหลังได้รับการจัดการเรียนรู้ด้วยกิจกรรมที่ประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ โดยใช้แบบทดสอบในการรวบรวมข้อมูลดังนี้

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูลของนักเรียนก่อนและหลังได้รับการจัดการเรียนรู้ด้วยกิจกรรมที่ประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์

การทดสอบ	N	$\bar{X}$	S.D.	t	p-value
สมรรถนะการคิดเชิงข้อมูลก่อนการจัดการเรียนรู้ด้วยกิจกรรมที่ประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์	30	2.15	0.35	16.905*	0.000
สมรรถนะการคิดเชิงข้อมูลหลังการจัดการเรียนรู้ด้วยกิจกรรมที่ประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์)	30	3.88	0.31		

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูลของนักเรียนก่อนและหลังได้รับการจัดการเรียนรู้ด้วยกิจกรรมที่ประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ พบว่า นักเรียนมีพัฒนาการด้านสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูลหลังจากได้รับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 โดยคะแนนเฉลี่ยก่อนการเรียนรู้เท่ากับ 2.15 (S.D. = 0.35) และหลังการเรียนรู้เพิ่มขึ้นเป็น 3.88 (S.D. = 0.31) ผลการวิเคราะห์ค่าที่พบว่า $t = 16.905$ และ $p < .01$ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ แสดงว่ากิจกรรมดังกล่าวมีประสิทธิภาพในการส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูลของนักเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อกิจกรรมการเรียนรู้ที่ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการเสริมสร้างสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูลดังนี้

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อกิจกรรมการเรียนรู้ที่ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการเสริมสร้างสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูล

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์	4.22	0.69	มาก
1) กิจกรรมการเรียนรู้มีความน่าสนใจและกระตุ้นให้อยากเรียนรู้	4.13	0.66	มาก
2) กิจกรรมการเรียนรู้ช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่ายขึ้น	4.34	0.65	มาก
3) กิจกรรมการเรียนรู้มีความเหมาะสมกับระดับความสามารถของนักเรียน	4.28	0.68	มาก
4) กิจกรรมการเรียนรู้ส่งเสริมให้ได้คิดวิเคราะห์และแก้ปัญหา	4.22	0.66	มาก

ตารางที่ 4 (ต่อ)

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
5) กิจกรรมการเรียนรู้ส่งเสริมการทำงานร่วมกันและการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น	4.25	0.67	มาก
6) กิจกรรมการเรียนรู้มีความหลากหลายและไม่น่าเบื่อ	4.13	0.79	มาก
7) ระยะเวลาในการทำกิจกรรมการเรียนรู้มีความเหมาะสม	4.19	0.74	มาก
2. ด้านเครื่องมือและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์	4.29	0.55	มาก
8) เครื่องมือและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ที่ใช้มีความเหมาะสมกับกิจกรรมการเรียนรู้	4.31	0.47	มาก
9) เครื่องมือและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ใช้งานง่ายและสะดวก	4.22	0.66	มาก
10) เครื่องมือและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มีความเสถียรไม่มีปัญหาระหว่างการใช้งาน	4.19	0.74	มาก
11) เครื่องมือและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ช่วยประหยัดเวลาในการเรียนรู้	4.34	0.48	มาก
12) เครื่องมือและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ช่วยให้เข้าถึงข้อมูลและความรู้ได้มากขึ้น	4.22	0.42	มาก
13) การตอบสนองของเครื่องมือและเทคโนโลยี AI มีความรวดเร็วและแม่นยำ	4.47	0.51	มาก
3. ด้านประโยชน์และการนำไปใช้	4.36	0.56	มาก
14) การเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ช่วยพัฒนาทักษะการคิดเชิงข้อมูลของนักเรียน	4.44	0.50	มาก
15) การเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ช่วยให้นักเรียนเข้าใจการทำงานและประโยชน์ของเทคโนโลยี AI	4.31	0.54	มาก
16) การเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ช่วยกระตุ้นความสนใจในการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	4.41	0.50	มาก
17) นักเรียนสามารถนำความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้	4.19	0.54	มาก
18) การเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ช่วยเตรียมความพร้อมสำหรับการศึกษาและการทำงานในอนาคต	4.38	0.49	มาก
19) การเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ช่วยให้นักเรียนมีความมั่นใจในการใช้เทคโนโลยีมากขึ้น	4.34	0.65	มาก
20) การเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างแรงบันดาลใจให้นักเรียนอยากเรียนรู้เพิ่มเติมด้วยตนเอง	4.44	0.67	มาก
ภาพรวม	4.29	0.60	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อกิจกรรมการเรียนรู้ที่ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการเสริมสร้างสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูล อยู่ในระดับ “มาก” ($\bar{X} = 4.29$; S.D. = 0.60) แสดงให้เห็นว่า กิจกรรมการเรียนรู้ที่ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ได้รับการตอบรับที่ดีในทุกด้าน โดยเฉพาะด้านความเข้าใจเนื้อหาและการนำไปใช้จริง อย่างไรก็ตาม ควรพัฒนากิจกรรมให้มีความหลากหลายยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มความสุขและความท้าทายในการเรียนรู้

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านประโยชน์และการนำไปใช้ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.36$) โดยเฉพาะในข้อ “การเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ช่วยพัฒนาทักษะการคิดเชิงข้อมูลของนักเรียน” และ “การเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างแรงบันดาลใจให้นักเรียนอยากเรียนรู้เพิ่มเติมด้วยตนเอง” รองลงมาคือ ด้านเครื่องมือและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ($\bar{X} = 4.29$) โดยเฉพาะข้อที่นักเรียนเห็นด้วยมากที่สุด คือ “การตอบสนองของเครื่องมือและเทคโนโลยี AI มีความรวดเร็วและแม่นยำ” และด้านกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ($\bar{X} = 4.22$) โดยเฉพาะในข้อ “กิจกรรมการเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่ายขึ้น” ตามลำดับ

อภิปรายผล

การเสริมสร้างสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูลด้วยการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์สำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษาในยุคดิจิทัลครั้งนี้มีประเด็นสำคัญในการอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

1. กิจกรรมการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นในการวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นการบูรณาการเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูลของนักเรียนระดับประถมศึกษา โดยอิงแนวทางการเรียนรู้แบบผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ซึ่งส่งเสริมให้ผู้เรียนมีบทบาทในการสร้างความรู้ด้วยตนเองผ่านการมีส่วนร่วมอย่างกระตือรือร้น กิจกรรมการเรียนรู้ถูกออกแบบตามกรอบกระบวนการคิดเชิงข้อมูล ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การระบุปัญหาการรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การแปลความหมาย และการสื่อสารผล โดยกิจกรรมที่พัฒนาขึ้นมีจำนวน 3 กิจกรรม ได้แก่ 1) กิจกรรม “นักสืบการหาข้อมูลแห่งอนาคต” มีเป้าหมายเพื่อฝึกทักษะการตั้งคำถาม การวิเคราะห์ และการรวบรวมข้อมูลผ่านการโต้ตอบกับ AI 2) กิจกรรม “ผู้ตรวจจับข่าวปลอม AI” มุ่งพัฒนาทักษะในการประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล การแยกแยะข่าวจริงและข่าวปลอม และส่งเสริมการใช้ AI อย่างมีจริยธรรม 3) กิจกรรม “นักวิเคราะห์ข่าวชื่อน้อย” มุ่งเน้นการวิเคราะห์เชิงลึก การจับประเด็นสำคัญ และการสื่อสารข้อมูลอย่างเป็นระบบ ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดใช้เครื่องมือหลัก ได้แก่ AI Chatbot เช่น ChatGPT-4 หรือ Bing AI ควบคู่กับแหล่งข้อมูลออนไลน์จริงและข่าวปลอม เพื่อให้ผู้เรียนมีโอกาสดีกการคิดเชิงข้อมูลจากสถานการณ์จริงอย่างมีความหมาย ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะที่จำเป็นสำหรับการเรียนรู้และดำรงชีวิตในยุคดิจิทัลอย่างยั่งยืน ทั้งนี้เนื่องมาจากการบูรณาการ AI ในกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวทางการเรียนรู้แบบผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ช่วยกระตุ้นให้ผู้เรียนมีบทบาทในการสร้างความรู้ด้วยตนเอง และพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตในยุคดิจิทัล กิจกรรมที่ออกแบบครอบคลุมกระบวนการคิดเชิงข้อมูล ซึ่งประกอบด้วยกระบวนการระบุปัญหา การรวบรวม วิเคราะห์ แปลความ และการสื่อสารผลข้อมูล ทำให้ผู้เรียนได้ฝึกคิดอย่างมีวิจารณญาณ ประเมินแหล่งข้อมูลอย่างมีหลักการ และใช้ AI อย่างมีจริยธรรม ซึ่งเป็นทักษะสำคัญในยุคที่ข้อมูลมีความหลากหลายและซับซ้อน แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Zawacki-Richter et al. (2019) ที่ระบุว่า AI สามารถทำหน้าที่เป็น “ผู้รู้มากกว่า” ช่วยขยายขอบเขตของการเรียนรู้ใน Zone of Proximal Development และกระตุ้นการคิดขั้นสูงได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Chatti et al. (2020) ยังสนับสนุนว่า

การออกแบบกิจกรรมที่ใช้ข้อมูลจริงร่วมกับเทคโนโลยีสามารถเพิ่มความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับข้อมูล และส่งเสริมความสามารถในการวิเคราะห์และสื่อสารข้อมูลของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ Luckin et al. (2016) ยังชี้ให้เห็นว่า AI สามารถสนับสนุนการเรียนรู้แบบเฉพาะบุคคลและกระตุ้นการคิดขั้นสูงผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ที่ยืดหยุ่นและต่อเนื่องกับผู้เรียน ดังนั้นผลลัพธ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า “AI ไม่ได้แทนที่กระบวนการคิดของผู้เรียน แต่เป็นตัวเร่งให้ผู้เรียน ฝึกคิดอย่างมีระบบและมีจริยธรรมบนฐานของข้อมูล” ซึ่งถือเป็นการตีความเชิงลึกที่ตอกย้ำว่า บทบาทของ AI ในการเรียนรู้ยุคใหม่ควรถูกมองในฐานะ “หุ้นส่วนทางปัญญา” มากกว่าเครื่องมือเพียงอย่างเดียว

2. ผลการเปรียบเทียบสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูลก่อนและหลังการเรียนรู้ด้วยกิจกรรม AI พบว่านักเรียนมีพัฒนาการด้านสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูลเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าเฉลี่ยคะแนนก่อนเรียนอยู่ที่ 2.15 (S.D. = 0.35) และหลังเรียนเพิ่มขึ้นเป็น 3.88 (S.D. = 0.31) ค่าที่ได้คือ $t = 16.905, p < .01$ แสดงให้เห็นว่ากิจกรรมการเรียนรู้ที่ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มีประสิทธิภาพสูงในการส่งเสริมสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูลของนักเรียนอย่างมีนัยสำคัญ โดยการพัฒนาที่เห็นได้ชัดเจนนี้อาจเนื่องมาจากธรรมชาติของกิจกรรมการเรียนรู้ที่ออกแบบขึ้น ซึ่งเปิดโอกาสให้นักเรียนได้ฝึกการคิดเชิงระบบและการคิดเชิงวิเคราะห์ผ่านการปฏิสัมพันธ์กับเทคโนโลยี AI ซึ่ง Chen et al. (2022) ได้อธิบายว่า การเรียนรู้ผ่านการสืบค้นและตั้งคำถามกับระบบ AI ช่วยพัฒนาความสามารถในการประมวลผลข้อมูลและการตัดสินใจบนฐานของข้อมูล ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของการคิดเชิงข้อมูล นอกจากนี้ Blikstein (2023) ที่ยืนยันว่า การเรียนรู้ผ่าน AI สามารถกระตุ้นการตัดสินใจบนฐานข้อมูล และเสริมสร้างทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์ในระดับลึกได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเมื่อพิจารณาเชิงพฤติกรรมการเรียนรู้ พบว่านักเรียนมีความมั่นใจในการตั้งคำถามและสามารถอธิบายเหตุผลของตนเองได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า AI ช่วยกระตุ้น “การเรียนรู้ด้วยตนเอง” และ “การคิดไตร่ตรอง” ได้อย่างมีรูปธรรม

3. นักเรียนมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29, S.D. = 0.60$) โดยเฉพาะด้านประโยชน์และการนำไปใช้จริง ($\bar{X} = 4.36$) เช่น “การเรียนรู้ด้วย AI ช่วยพัฒนาทักษะการคิดเชิงข้อมูล” และ “สร้างแรงบันดาลใจในการเรียนรู้เพิ่มเติมด้วยตนเอง” รองลงมาคือด้านเทคโนโลยี AI ($\bar{X} = 4.29$) และด้านกิจกรรมการเรียนรู้ ($\bar{X} = 4.22$) แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือ AI มีความรวดเร็ว แม่นยำและช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่ายขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากนักเรียนรู้สึกว่าการใช้ AI เช่น ChatGPT-4 หรือ Bing AI สามารถตอบคำถามได้ทันที พร้อมให้ข้อมูลที่หลากหลาย ทำให้เรียนรู้ได้รวดเร็ว ลดความสับสน และเพิ่มความมั่นใจในการสืบค้นและนักเรียนสามารถควบคุมการเรียนรู้ได้เอง (ผ่านการเลือกคำถามหรือสืบค้นข้อมูลกับ AI) จึงเกิดความภาคภูมิใจในผลลัพธ์ของตนเอง จึงรู้สึก “อยากเรียนรู้เพิ่มเติม” ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของการเรียนรู้แบบผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Li and Crossley (2021) ที่พบว่า การตอบสนองทันทีและความสามารถในการให้ข้อมูลที่หลากหลายของระบบ AI ช่วยลดความสับสนและเพิ่มความมั่นใจในการเรียนรู้ของผู้เรียน ทำให้ผู้เรียนเกิดความรู้สึกประสบความสำเร็จในการเรียนรู้ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเรียน นอกจากนี้ Liu et al. (2024) ได้อธิบายถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อ

ความพึงพอใจในการเรียนรู้ด้วย AI ว่าการที่ผู้เรียนสามารถกำหนดทิศทางการเรียนรู้ได้ด้วยตนเองผ่านการเลือกคำถามหรือประเด็นที่ต้องการสืบค้นกับ AI นั้น ช่วยสร้างความรู้สึกรับรู้เป็นเจ้าของการเรียนรู้และเกิดแรงจูงใจภายใน ซึ่งส่งผลให้ผู้เรียนมีความพึงพอใจและเกิดความปรารถนาที่จะเรียนรู้เพิ่มเติมด้วยตนเอง นอกจากนี้ Suartama et al. (2023) ยังระบุว่า การบูรณาการเทคโนโลยี AI เข้ากับการจัดการเรียนรู้ อย่างมีประสิทธิภาพไม่เพียงช่วยพัฒนาทักษะเฉพาะด้านเท่านั้น แต่ยังสร้างเจตคติที่ดีต่อการเรียนรู้และเตรียมความพร้อมให้ผู้เรียนสำหรับโลกในอนาคตที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลและเทคโนโลยี AI ดังนั้นผลการวิจัยที่ปรากฏการณ์นี้ชี้ให้เห็นว่า “AI ไม่เพียงเป็นสื่อกลางของข้อมูล แต่เป็นตัวเร่งให้ผู้เรียนเกิดแรงบันดาลใจและความภาคภูมิใจในความสำเร็จของตนเอง” ซึ่งถือเป็นการเชื่อมโยงที่สำคัญระหว่างเทคโนโลยี แรงจูงใจ และผลการเรียนรู้

ข้อจำกัดของงานวิจัย

งานวิจัยนี้มีข้อจำกัดบางประการที่ควรพิจารณา ได้แก่ 1) ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่จำกัด (เพียง 30 คน) ซึ่งอาจไม่สามารถสะท้อนภาพรวมของประชากรนักเรียนระดับประถมศึกษาทั้งหมดได้ 2) บริบทเฉพาะของโรงเรียนเดียวที่มีความพร้อมด้านเทคโนโลยีสูงกว่าค่าเฉลี่ยของโรงเรียนทั่วไป อาจส่งผลให้ผลลัพธ์แตกต่างจากบริบทอื่น 3) ระยะเวลาการทดลองสั้น ซึ่งยังไม่สามารถสรุปผลเชิงพฤติกรรมระยะยาวของผู้เรียนได้อย่างชัดเจน ซึ่งผู้วิจัยตระหนักว่าข้อจำกัดเหล่านี้ อาจส่งผลต่อผลการวิจัย แต่การดำเนินการครั้งนี้ก็เป็นจุดเริ่มต้นสำคัญที่สามารถนำไปสู่การวิจัยในเชิงลึกมากขึ้นในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

- 1.1 สถานศึกษาควรพัฒนาหลักสูตรที่บูรณาการเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เข้ากับการเรียนการสอนในรายวิชาต่าง ๆ ไม่เฉพาะวิชาคอมพิวเตอร์หรือเทคโนโลยีเท่านั้น
- 1.2 การจัดการอบรมเชิงปฏิบัติการให้กับครูผู้สอนเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี AI ในการจัดการเรียนการสอนและการพัฒนาสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูล
- 1.3 ควรส่งเสริมความร่วมมือระหว่างสถานศึกษากับภาคเอกชนที่มีความเชี่ยวชาญด้าน AI เพื่อพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ที่ทันสมัยและสอดคล้องกับการใช้งานในโลกจริง

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

- 2.1 การวิจัยระยะยาว ควรติดตามพัฒนาการของสมรรถนะการคิดเชิงข้อมูลของผู้เรียนอย่างต่อเนื่องในระยะเวลา 6 เดือน–1 ปี เพื่อศึกษาผลคงทนของการเรียนรู้และการประยุกต์ใช้ในชีวิตจริง
- 2.2 การวิจัยแบบสุ่มและมีกลุ่มควบคุม ควรเพิ่มความเที่ยงตรงภายใน โดยเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มที่ได้รับกิจกรรม AI-Based Learning กับกลุ่มที่ไม่ได้รับการแทรกแซง

2.3 การศึกษาข้ามบริบท เช่น โรงเรียนในเมือง-ชนบท หรือโรงเรียนที่มีความพร้อมด้านเทคโนโลยีต่างกัน เพื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์และสร้างแนวทางการออกแบบกิจกรรมที่เหมาะสมกับบริบทที่หลากหลาย

2.4 การขยายตัวแปรวิจัยเพิ่มเติม เช่น การวัดแรงจูงใจในการเรียนรู้ การรับรู้คุณค่าในการใช้ AI และสมรรถนะด้านจริยธรรมดิจิทัล เพื่อให้เห็นภาพการเรียนรู้แบบองค์รวม

เอกสารอ้างอิง

- กัญชลารักษ์ ทิพย์การ. (2568). การเรียนรู้กับ AI ในปี 2568: ครูไทยปรับตัวอย่างไรในยุค Generative AI [Thai teachers' adaptation in the era of generative AI: Educational opportunities and challenges in 2025]. *วารสารราชสีมาปริทัศน์*, 1(1), 1–10.
<https://so09.tci-thaijo.org/index.php/RSMP/issue/view/430/329>
- สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2567). รายงานผลการประเมินสมรรถนะของนักเรียนไทยตามโครงการ PISA 2025 (ฉบับเบื้องต้น). สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Prentice Hall.
- Chen, X., et al. (2022). Developing Data Thinking Skills Through AI-Based Learning Activities: A Mixed-Methods Study. *Computers & Education*, 176, 104357.
<https://doi.org/10.1016/j.compedu.2021.104357>
- Chiu, T. K. F., et al. (2023). AI-Based Dialog Systems and their Effect on Students' Critical Thinking: A Systematic Review. *Computers & Education*, 192, 104642.
<https://doi.org/10.1016/j.compedu.2022.104642>
- Chiu, T. K., et al. (2023). Teacher Support and Student Motivation to Learn with Artificial Intelligence (AI) based chatbot. *Interactive Learning Environments*, 1–17.
<https://doi.org/10.1080/10494820.2023.2177983>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Deng, L. and Yu, Y. (2023). A Meta-Analysis and Systematic Review of the Effect of Chatbot Technology Use in Sustainable Education. *Sustainability*, 15(4), 2940.
<https://doi.org/10.3390/su15042940>
- Head, A. J., et al. (2020). *Information Literacy in the age of Algorithms*. Project Information Literacy Research Report.
- Holmes, W., et al. (2019). *Artificial Intelligence in Education: Promises and Implications for Teaching and Learning*. Center for Curriculum Redesign.
- Kellner, A. and Otrrel-Cass, K. (2020). Data Literacy and Epistemic Cognition in Secondary Schools. *Educational Studies*, 56(2), 135–153. <https://doi.org/10.1080/00131946.2019.1704021>

- Li, H. and Crossley, S. (2021). Exploring the Impact of Artificial Intelligence on Student Satisfaction and Learning Achievement in Digital Learning Environments. *Internet and Higher Education*, 49, 100793. <https://doi.org/10.1016/j.iheduc.2020.100793>
- Liu, M., et al. (2024). Self-Directed Learning with Artificial Intelligence: Implications for Student Motivation and Learning Outcomes. *Journal of Computer Assisted Learning*, 40(1), 45–62. <https://doi.org/10.1111/jcal.12784>
- Luckin, R. (2018). *Machine Learning and Human Intelligence: The Future of Education for the 21st Century*. UCL IOE Press.
- Mandinach, E. B. and Gummer, E. S. (2016). What does it mean for Teachers to be Data Literate? Laying out the skills and knowledge base. *Teaching and Teacher Education*, 60, 366–376. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2016.07.011>
- Partnership for 21st Century Learning. (2019). *Framework for 21st Century Learning*. Battelle for Kids. <https://www.battelleforkids.org/networks/p21/frameworks-resources>
- Piaget, J. (1972). *The Psychology of the Child*. Basic Books.
- Rahim, N. A., et al. (2023). AI-Enhanced Data Literacy: A Malaysian Perspective on Integrating Artificial Intelligence in STEM Curriculum. *Asia-Pacific Journal of Educational Technology*, 9(2), 45–60. <https://doi.org/10.22158/apjet.v9n2p45>
- Ridsdale, C., et al. (2015). *Strategies and Best Practices for Data Literacy Education: Knowledge Synthesis Report*. Dalhousie University. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.1922.5044>
- Tan, M., et al. (2022). Integrating Data Literacy in STEM Education: A Framework for Secondary Schools in Singapore. *Journal of Science Education and Technology*, 31(4), 587–603. <https://doi.org/10.1007/s10956-021-09967-8>
- Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in Society: The Development of Higher Psychological Processes*. Harvard University Press.
- Wineburg, S., et al. (2016). *Evaluating Information: The Cornerstone of Civic Online Reasoning*. Stanford History Education Group. <https://cor.stanford.edu>
- Wolff, A., et al. (2016). Creating an Understanding of Data Literacy for a Data-Driven Society. *Journal of Community Informatics*, 12(3), 9–26. <https://doi.org/10.15353/joci.v12i3.3275>
- Zhang, H., et al. (2023). Integrating Ethics and Career Futures with Technical Learning to Promote AI Literacy for Middle School Students: An Exploratory Study. *International Journal of Artificial Intelligence in Education*, 33(2), 290–324. <https://doi.org/10.1007/s40593-022-00298-0>

กลยุทธ์ทางการตลาดและปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ
ของผู้บริโภคในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

Marketing Strategies and Psychological Factors Affecting Consumers' Purchasing
Decisions for Healthy Food in the Municipality, Mueang District, Khon Kaen Province

ชมพูนุช จิตสabay^{1*} และ อุมารวรรณ วาทกิจ²

Chompunuch Chitsabai^{1*} and Umarwan Watakit²

^{1,2}หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

^{1,2}Master of Business Administration, Faculty of Business Administration, Northeastern University

*Corresponding author's email: chompunuch230942@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

16 สิงหาคม 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

27 พฤศจิกายน 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

6 ธันวาคม 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 2) เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดและปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น และ 3) นำเสนอกลยุทธ์การตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคจำนวน 399 คน เครื่องมือเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) และการถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดโดยเฉพาะด้านราคา และปัจจัยทางจิตวิทยาโดยเฉพาะด้านทัศนคติ มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพโดยผู้บริโภค มีความตั้งใจซื้อในระดับสูงมากเพื่อประโยชน์ต่อสุขภาพระยะยาว การตัดสินใจซื้อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญตามอายุและรายได้ แต่อย่างไรก็ตามไม่แตกต่างกันตามเพศ การศึกษา และอาชีพ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการควรกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและคำนึงถึงทัศนคติของผู้บริโภคต่ออาหารเพื่อสุขภาพ

คำสำคัญ : กลยุทธ์ทางการตลาด, ปัจจัยด้านจิตวิทยา, การตัดสินใจซื้อ, อาหารเพื่อสุขภาพ

ABSTRACT

This study aimed to: 1) examine the purchasing decision behavior of consumers regarding healthy food in the municipal area of Mueang District, Khon Kaen Province; 2) investigate marketing strategies and psychological factors influencing consumers' decisions to purchase

healthy food in the municipal area of Mueang District, Khon Kaen Province and 3) propose marketing strategies that affect consumers' purchasing decisions for healthy food in the municipal area of Mueang District, Khon Kaen Province. A quantitative research approach was employed. The sample consisted of 399 consumers. Data were collected using questionnaires and analyzed using descriptive statistics, one-way analysis of variance (ANOVA), and multiple regression analysis.

The findings revealed that marketing strategies, particularly pricing, and psychological factors, especially attitudes, had a significant influence on consumers' decisions to purchase healthy food. Consumers demonstrated a very high level of purchase intention, primarily due to long-term health benefits. Purchasing decisions differed significantly by age and income, but not by gender, education, or occupation. Therefore, entrepreneurs should design marketing strategies that are appropriate for target groups and consider consumers' attitudes toward healthy food.

Keywords: Marketing Strategies, Psychological, Purchasing Decisions, Healthy Food

บทนำ

ปัจจุบันการมีสุขภาพที่สมบูรณ์และแข็งแรงยังคงเป็นที่ต้องการของคนทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นการออกกำลังกาย การบริโภคอาหารเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพการดำเนินชีวิตยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะผู้ที่มีอายุสูงขึ้นเรื่อย ๆ นั้นจะให้ความสำคัญกับเรื่องการบริโภคอาหารมากที่สุดเป็นหลัก ต้องมีคุณค่าทางโภชนาการครบถ้วนสมบูรณ์ เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคต้องการอาหารที่เน้นประโยชน์ต่อสุขภาพมากขึ้น ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ความกังวลจากเชื้อโรคปนเปื้อนในอาหารได้จุดกระแสให้ผู้บริโภคตระหนักถึงสิ่งที่ตนเองรับประทานมากขึ้น ซึ่งทำให้กระแสใส่ใจสุขภาพ (Health Conscious) และการเสริมภูมิคุ้มกันให้ร่างกาย (Immunity Boosting) ได้รับการกระตุ้นจนสังคมให้ความสำคัญและกล่าวถึงมากขึ้น โดยผู้บริโภคทั่วโลกกว่า 79% วางแผนที่จะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้น และ 70% ของจำนวนผู้บริโภคมีความต้องการเพิ่มภูมิคุ้มกันแก่ร่างกายสะท้อนถึงแนวโน้มความต้องการอาหารที่ส่งเสริมสุขภาพ นอกเหนือจากการให้คุณค่าทางโภชนาการพื้นฐานมากขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ บำรุงสุขภาพทั่วไป ดูแลรูปร่าง ฟันพุ่มมรรณภาพ ปรับปรุงการทำงานร่างกาย เสริมสร้างกล้ามเนื้อ และลดปัญหาคอเลสเตอรอล เป็นต้น (ชัยวัฒน์ โชคเจริญสุข, 2565)

จากการสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่น มีความสนใจการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ โดยจะเลือกบริโภคผัก/สลัด/อาหารคลีนเป็นหลัก จำนวน 503,589 คน คิดเป็นร้อยละ 28.52 ของจำนวนประชากรในจังหวัดขอนแก่น และคิดเป็นร้อยละ 2.3 ของจำนวนประชากรในภาคอีสาน

โดยในเขตเทศบาลนครขอนแก่น มีร้านอาหารคลีน จำนวน 12 แห่ง (ศูนย์อนามัยที่ 7 ขอนแก่น, 2567) โดยสุขภาพที่ดีส่งผลต่อการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านความคิด สติปัญญา การศึกษาหรือการทำงาน การรักษาสุขภาพ ทำให้ได้หลายทาง เช่น การออกกำลังกาย การตรวจสุขภาพอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งในปัจจุบันผลิตภัณฑ์อาหารต่าง ๆ ได้รับการวิจัยและพัฒนาให้มีความหลากหลายและตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น การเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพที่ประชาชนในจังหวัดขอนแก่นนิยม เช่น อาหารเจ อาหารมังสวิรัต อาหารชีวจิต อาหารคลีนฟู้ด และสมุนไพรต่าง ๆ นับเป็นโภชนาการที่ส่งเสริมสุขภาพให้ดีขึ้น และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคในขณะนี้ อีกทั้งธุรกิจร้านที่จำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพยังคงขยายตัวต่อเนื่องมากขึ้น เป็นผลให้รูปแบบการดำเนินชีวิตเปลี่ยนแปลงจากอดีต จึงส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเพิ่มขึ้น ทำให้การขายอาหารเพื่อสุขภาพเป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มการเติบโตค่อนข้างดีความต้องการทางตลาดก็เพิ่มมากขึ้นทำให้หลักในการเลือกอาหารก็เพิ่มมากขึ้น จึงเป็นการนำเสนอประสมทางการตลาดเข้ามาจัดการธุรกิจ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2567)

ปัจจุบันแนวโน้มของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งเกิดจากการเข้าถึงเทคโนโลยี การสื่อสารต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปโดยให้ความสำคัญกับเทคโนโลยี การเข้าถึงข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจที่จะซื้อสินค้าและบริการ เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการในธุรกิจบริการต้องมีการปรับตัว พัฒนางานบริการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคมีความแตกต่างกันมากขึ้น สร้างความซับซ้อนในการเข้าใจให้แก่กลุ่มผู้ค้าและบริการในการศึกษารายละเอียดแยกย่อยที่ผู้บริโภคต้องการ ซึ่งทำให้มีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการเพิ่มความหลากหลายของช่องทางการติดต่อสื่อสารพร้อมศึกษากลุ่มเป้าหมายทางการตลาดที่ไม่เพียงแต่การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคเท่านั้นแต่ยังต้องศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีรายละเอียดช่วยในการแบ่งแยกกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน ทำให้สอดคล้องกับเทรนด์หรือกระแสความนิยมที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภคด้วย (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดขอนแก่น, 2566)

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดและปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เพื่อช่วยให้ทราบถึงการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคและสามารถนำไปเป็นแนวทางและข้อมูลเพิ่มเติมที่สามารถในการพัฒนาสินค้า และพัฒนากลยุทธ์ในด้านต่าง ๆ ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น เพื่อที่จะส่งผลให้ผู้บริโภคพึงพอใจในสินค้าและทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพในประเทศ สามารถการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจในการใช้ผลิตภัณฑ์ และเป็นการสร้างฐานลูกค้าใหม่แก่ธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดและปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
3. เพื่อนำเสนอกลยุทธ์การตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

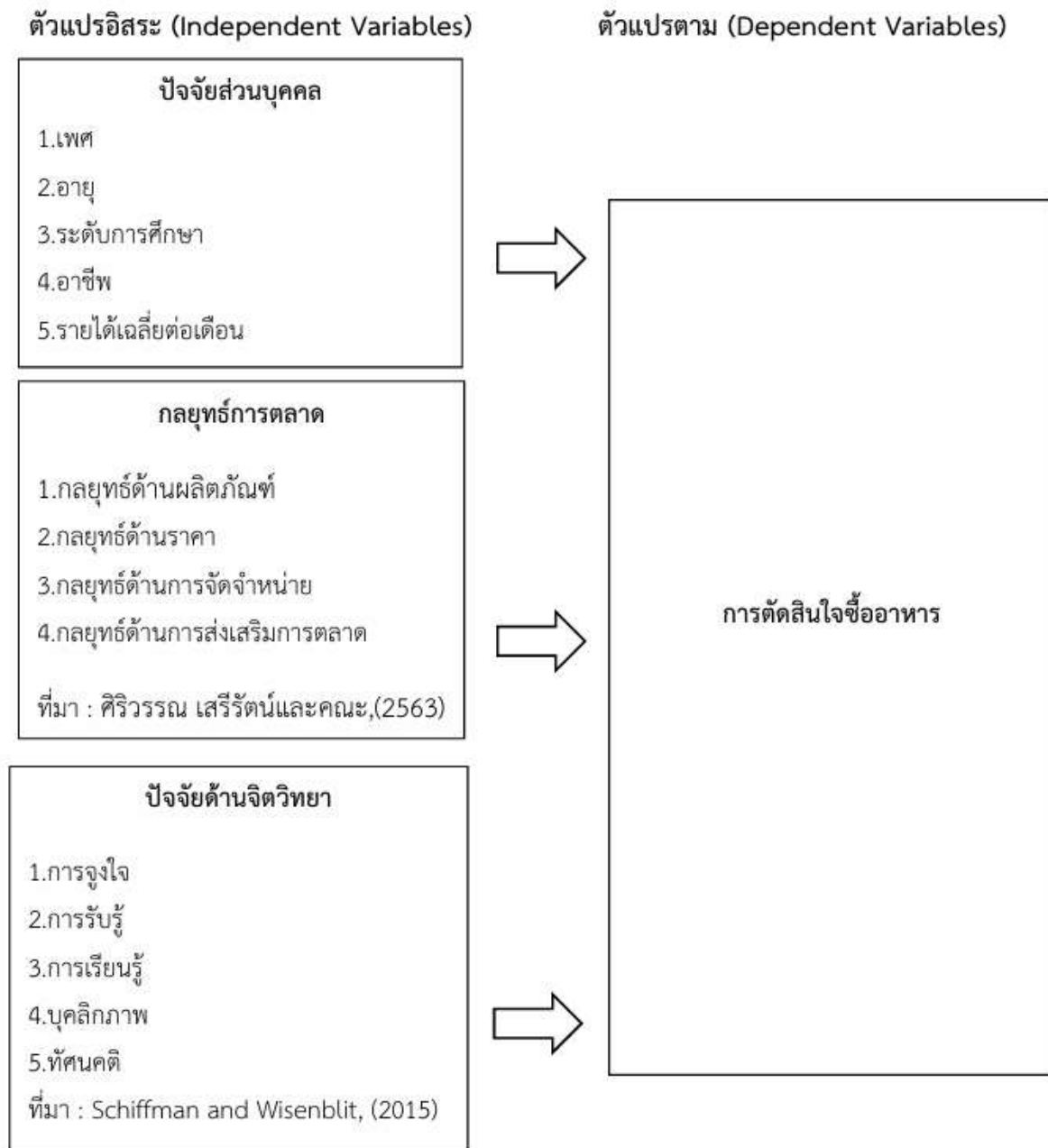
สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น แตกต่างกัน
2. กลยุทธ์ทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น
3. ปัจจัยด้านจิตวิทยาแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสรุปตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ได้ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ (Independent variable) ที่ได้กำหนดขึ้นเพื่อการศึกษาวิจัย ดังนี้
 - 1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 - 1.2 กลยุทธ์การตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ได้แก่ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย และกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด
 - 1.3 ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ได้แก่ 1) การสนใจ 2) การรับรู้ 3) การเรียนรู้ 4) บุคลิกภาพ และ 5) ทัศนคติ
2. ตัวแปรตาม (Dependent variable) ที่ได้กำหนดขึ้นเพื่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ การตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนในเขตเทศบาลนครขอนแก่น จำนวน 100,371 คน ข้อมูล ณ วันที่ 25 กรกฎาคม 2567 (เทศบาลนครขอนแก่น, 2567)

กลุ่มตัวอย่างกำหนดขนาด โดยใช้สูตรของ Yamane (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2564) ที่ระดับความคาดเคลื่อน 0.05 การสุ่มตัวอย่าง ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 399 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

แบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling) คือ เลือกจาก 4 เขต ของเทศบาลนครขอนแก่น โดยเลือกตามสัดส่วนของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง จนครบตามขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

ตอนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วยคำถาม 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะเป็นคำถามตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ การตัดสินใจซื้ออาหาร คลื่นของผู้บริโภคในเขตเทศบาลอำเภอเมืองขอนแก่น มีลักษณะเป็นคำถามแบบมาตราส่วนการประมาณค่า (Rating Scale) ของ Likert (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2564)

ตอนที่ 3 ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาลอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น โดยเป็นแบบมาตราส่วนการประมาณค่า (Rating Scale) ของ Likert (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2564)

ตอนที่ 4 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาลอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น โดยเป็นแบบมาตราส่วนการประมาณค่า (Rating Scale) ของ Likert (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2564)

ตอนที่ 5 เป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะของผู้บริโภคที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาลอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open Ended Question) เป็นคำถามที่ให้ผู้ตอบสามารถตอบได้อย่างอิสระ

ตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ในด้านความครอบคลุมเนื้อหาและความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เฉลี่ยรวม เท่ากับ 0.96 ถือได้ว่าแบบสอบถามมีความเหมาะสม และคำนวณค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับได้เท่ากับ 0.860

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ
2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลกลยุทธ์การตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น และข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์การเปรียบเทียบสถานภาพบุคคล จำแนกตามการตัดสินใจซื้ออาหาร เพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ได้แก่ การทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA or F-test) ถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดและปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression)

สรุปผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.40 อายุ 28 – 37 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.60 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 49.60 มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 40.10 และส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือน 15,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.30

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหาร เพื่อสุขภาพอาหาร ของผู้บริโภคในเขตเทศบาล อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

กลยุทธ์ทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ	ระดับที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1.กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์	4.03	0.64	มาก	2
2.กลยุทธ์ด้านราคา	4.23	0.58	มากที่สุด	1
3.กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย	3.90	0.60	มาก	3
4.กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.83	0.61	มาก	4
ภาพรวม	4.00	0.61	มาก	

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ พบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหาร เพื่อสุขภาพอาหาร ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.00$, S.D.=0.61) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ กลยุทธ์ด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.23$, S.D.= 0.58) รองลงมาคือ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=4.03$, S.D.= 0.64) กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย ($\bar{X}=3.90$, S.D.=0.60) ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X}=3.83$, S.D.=0.61) อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหาร เพื่อสุขภาพอาหาร ของผู้บริโภคในเขตเทศบาล อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

ปัจจัยด้านจิตวิทยา ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ	ระดับที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1.ด้านการรู้ใจ	3.85	0.65	มาก	4

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ปัจจัยด้านจิตวิทยา ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ	ระดับที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
2.ด้านการรับรู้	3.79	0.65	มาก	5
3.ด้านการเรียนรู้	4.00	0.72	มาก	2
4.ด้านบุคลิกภาพ	3.99	0.62	มาก	3
5.ด้านทัศนคติ	4.14	0.64	มาก	1
ภาพรวม	3.95	0.66	มาก	

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพอาหาร ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.95$, S.D.= 0.66) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าการตัดสินใจ อยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านทัศนคติ ($\bar{X}=4.14$, S.D.= 0.64) รองลงมาคือ ด้านการเรียนรู้ ($\bar{X}=4.00$, S.D.=0.72) ด้านบุคลิกภาพ ($\bar{X}=3.99$, S.D.=0.62) ด้านการตั้งใจ ($\bar{X}=3.85$, S.D.=0.65) ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการรับรู้ ($\bar{X}=3.79$, S.D.=0.65)

การตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาล อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาล อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น โดยรวมและรายด้าน

การตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ	ระดับการตัดสินใจซื้อ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1.อาหารเพื่อสุขภาพมีประโยชน์ต่อสุขภาพมากกว่าอาหารทั่วไป เนื่องจากผลิตโดยไม่ใช้สารกันบูดหรือสีเทียม	4.23	0.82	มากที่สุด	8
2.อาหารเพื่อสุขภาพมีสารอาหารที่มากกว่าอาหารทั่วไป	4.19	0.83	มาก	10
3.ก่อนซื้ออาหารเพื่อสุขภาพท่านหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต นิตยสาร	4.26	0.84	มากที่สุด	6
4.การรับข้อมูลจากโฆษณา หรือรีวิวจากสื่อสังคมออนไลน์ในการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ	4.22	0.70	มากที่สุด	9
5.ท่านเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพเพราะชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จัก น่าเชื่อถือ	4.24	0.72	มากที่สุด	7
6.ราคาอาหารเพื่อสุขภาพมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณค่า โภชนาการประโยชน์ที่ได้รับจากสารอาหาร	4.34	0.70	มากที่สุด	3

ตารางที่ 3 (ต่อ)

การตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ	ระดับการตัดสินใจซื้อ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
7.ท่านมีความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพเพื่อประโยชน์ต่อสุขภาพในระยะยาว	4.41	0.75	มากที่สุด	1
8.ท่านมีความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพเพราะมีความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยของอาหาร	4.32	0.73	มากที่สุด	4
9.ท่านมีความพึงพอใจในสุขภาพร่างกาย หลังจากรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ	4.29	0.78	มากที่สุด	5
10.ท่านจะกลับไปซื้ออาหารเพื่อสุขภาพมารับประทานอย่างต่อเนื่อง	4.39	0.81	มากที่สุด	2
ภาพรวม	4.29	0.77	มากที่สุด	

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ พบว่า การตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาล อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ =4.29, S.D.= 0.77) เมื่อพิจารณา 3 ลำดับแรก พบว่า การตัดสินใจซื้อ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ท่านมีความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพเพื่อประโยชน์ต่อสุขภาพในระยะยาว ($\bar{X}$ =4.41, S.D.= 0.75) รองลงมาคือ ท่านจะกลับไปซื้ออาหารเพื่อสุขภาพมารับประทานอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X}$ =4.39, S.D.=0.81) และราคาอาหารเพื่อสุขภาพมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณค่าโภชนาการประโยชน์ที่ได้รับจากสารอาหาร ($\bar{X}$ =4.34, S.D.= 0.70) ตามลำดับ

การเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จำแนกตามสถานภาพบุคคล

ตารางที่ 4 สรุปผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จำแนกตามสถานภาพบุคคล

สถานภาพส่วนบุคคล	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน		
	F - test	Sig.	แปลผล
เพศ	1.251	0.287	ปฏิเสธสมมติฐาน
อายุ	4.946	0.002*	ยอมรับสมมติฐาน
ระดับการศึกษา	0.080	0.924	ปฏิเสธสมมติฐาน
อาชีพ	2.148	0.074	ปฏิเสธสมมติฐาน
รายได้ต่อเดือน	4.258	0.006*	ยอมรับสมมติฐาน

จากตารางที่ 4 พบว่า การเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อจำแนกตามอายุ และรายได้ต่อเดือน โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพโดยภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดและปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

ตารางที่ 5 กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

Model	ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
(Constant)		3.805	0.341		11.151	0.000
1.กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์	X ₁	0.189	0.077	0.140	2.465	0.014*
2.กลยุทธ์ด้านราคา	X ₂	0.188	0.078	0.141	2.421	0.016*
3.กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย	X ₃	0.122	0.058	0.122	2.100	0.036*
4.กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด	X ₄	0.156	0.070	0.147	2.223	0.027*
adjusted R ² = 0.845 F = 5.661 SEE = 0.435 Sig. = 0.000*						

จากตารางที่ 5 พบว่า การวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) พบว่า ตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการพยากรณ์ได้ดีที่สุด คือ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดและกลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย โดยมีอำนาจพยากรณ์ไปในทิศทางเดียวกัน สามารถอธิบายกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ได้ร้อยละ 84.50

ตารางที่ 6 ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

Model	ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
(Constant)		3.216	0.258		12.449	0.000
1.ด้านการจูงใจ	X ₁	0.141	0.068	0.175	2.068	0.039*

ตารางที่ 6 (ต่อ)

Model	ตัวแปร	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
2.ด้านการรับรู้	X ₂	0.035	0.063	0.041	0.559	0.576
3.ด้านการเรียนรู้	X ₃	0.073	0.060	0.099	1.209	0.228
4.ด้านบุคลิกภาพ	X ₄	0.107	0.058	0.118	1.843	0.046*
5.ด้านทัศนคติ	X ₅	0.390	0.066	0.325	5.936	0.000*
adjusted R ² = 0.177 F = 7.628 SEE = 0.427 Sig. = 0.000*						

จากตารางที่ 6 พบว่า การวิเคราะห์ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) พบว่า ด้านการรับรู้ ด้านบุคลิกภาพ และด้านทัศนคติ สามารถพยากรณ์การตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการพยากรณ์ได้ดีที่สุด คือ ด้านทัศนคติ ด้านการรับรู้ และด้านบุคลิกภาพ โดยมีอำนาจพยากรณ์ไปในทิศทางเดียวกัน สามารถอธิบายปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ได้ร้อยละ 17.70

อภิปรายผลการวิจัย

กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพอาหาร ของผู้บริโภค ในเขตเทศบาล อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพอาหารของผู้บริโภค ในเขตเทศบาล อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ด้านราคา โดยค่าจัดส่งอาหารไม่สูงเกินไปและรวมอยู่ในราคาที่ต้องจ่ายแล้ว และกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญกับรูปร่างลักษณะของบรรจุภัณฑ์หยิบจับถนัด ทันสมัย สวยงาม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุจารี มานิจธรรมพงษ์ (2565) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล อำเภอไชโย จังหวัดอ่างทอง ผลการศึกษา พบว่าผู้บริโภค ให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ทางการตลาด ในระดับมากทุกด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้ บริการร้านอาหารฮาลาล อำเภอไชโย จังหวัดอ่างทอง มี 3 กลยุทธ์ ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ

ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพอาหาร ของผู้บริโภค ในเขตเทศบาล อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพอาหาร ของผู้บริโภคในเขตเทศบาล อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับด้านทัศนคติ โดยผู้บริโภคเลือกเมนูอาหารที่มีไขมันต่ำหรือแคลอรีต่ำจะช่วยรักษาสุขภาพ และด้านการเรียนรู้ ผู้บริโภคต้องการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพที่สะอาด ปลอดภัย จากสารเคมี และไม่มีสารปนเปื้อน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนัญญา พรศักดิ์วิวัฒน์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพรูปแบบอาหารคลีน (Clean Food) กลุ่มวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า สาเหตุที่เลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพนั้น เนื่องจากต้องการมีสุขภาพที่แข็งแรงเป็นอันดับแรกและตามมาด้วยการลดน้ำหนักความสนใจ ความคิดเห็นของผู้ที่เลือกรับประทานอาหาร เพื่อสุขภาพอย่างต่อเนื่องนั้นจากเหตุผลแรกที่ว่า เป้าหมายในชีวิตคือการมีสุขภาพกายและจิตที่ดีจากการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพที่ช่วยให้รูปร่างดี

การตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาล อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

การตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาล อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์ที่เป็นอาหารเพื่อสุขภาพหาซื้อได้ง่ายและบ่อยครั้ง และราคามีความเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rongrat et al. (2023) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้ออาหารสุขภาพของกลุ่มวัยทำงานศูนย์โซติเวช มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พบว่า ปัจจัยทางการตลาดทุกด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขายส่งผลต่อการเลือกซื้ออาหารสุขภาพของกลุ่มผู้บริโภคในวัยทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จำแนกตามสถานภาพบุคคล

จำแนกตามอายุ และรายได้ต่อเดือน โดยภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพราะว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ ผู้บริโภคในเขตเทศบาลที่มีอายุ 48 – 57 ปี กำลังหันมาสนใจเรื่องสุขภาพมากขึ้นเป็นผลมาจากการตระหนักถึงความสำคัญของสุขภาพและชีวิตที่มีคุณภาพในวัยสูงอายุมากขึ้น จึงให้ความสำคัญกับการดูแลตนเองมากขึ้น เช่น การเลือกอาหารที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิษขารัตน์ ขอบธรรม (2565) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมทางการแพทย์สำหรับผู้ป่วยโรคมะเร็ง ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมทางการแพทย์ของผู้ป่วยโรคมะเร็ง โรงพยาบาล ABC แตกต่างกัน

การวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดและปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

กลยุทธ์การตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) พบว่า ตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการพยากรณ์ได้ดีที่สุด คือ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด และกลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย โดยมีอำนาจพยากรณ์ไปในทิศทางเดียวกัน สามารถอธิบายกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัทธพล บุญโสภณ (2566) ได้ศึกษา กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออย่างต่อเนื่องผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออย่างต่อเนื่องผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ได้แก่ ปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย และด้านราคา ตามลำดับ

ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) พบว่า ตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการพยากรณ์ได้ดีที่สุด คือ ด้านทัศนคติ ด้านการรับรู้ และด้านบุคลิกภาพ โดยมีอำนาจพยากรณ์ไปในทิศทางเดียวกัน สามารถอธิบายปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรวรรณ วิมลอุดมสิทธิ์ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบันเทียงานเอกมัยของผู้ใช้บริการสถานบันเทียง ในเขตกรุงเทพมหานครผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านจิตวิทยา ได้แก่ แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ และทัศนคติมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบันเทียงานเอกมัย ของผู้ให้บริการสถานบันเทียงในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับ

1. การพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพที่หลากหลาย คัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ และมาตรฐานความปลอดภัย รวมถึงใช้บรรจุภัณฑ์ที่พกพาง่าย เหมาะกับไลฟ์สไตล์คนเมืองและเลือกวัสดุที่ย่อยสลายได้ เพื่อสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกต่อแบรนด์
2. การตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณของสินค้าและกลุ่มของผู้บริโภค เนื่องจากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ผู้ประกอบการควรออกแบบราคาที่เหมาะสมได้ตามรายได้ของผู้บริโภค เช่น การจัดแพ็คเกจเมนูสุขภาพราคาประหยัด หรือโปรโมชั่นสำหรับลูกค้าประจำ

3. การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายและเข้าถึงได้ง่าย เนื่องจากผู้บริโภคใหม่ให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายและการเข้าถึงข้อมูล ควรเพิ่มช่องทางออนไลน์ เช่น แอปพลิเคชันสั่งอาหาร หรือการจัดส่งถึงบ้าน รวมถึงสร้างความร่วมมือกับฟิตเนสหรือคลินิกสุขภาพ

4. การสร้างการสื่อสารทางการตลาดที่เน้นทัศนคติและคุณค่าด้านสุขภาพ ผลการวิจัยชี้ว่าทัศนคติด้านสุขภาพมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ดังนั้นควรใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่เน้นคุณค่าของอาหารเพื่อสุขภาพ เช่น การเล่าเรื่องราว (storytelling) ที่เชื่อมโยงกับการดูแลสุขภาพระยะยาว เพื่อสร้างแรงจูงใจเชิงบวก

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2564). *การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Window* (พิมพ์ครั้งที่ 14). ห้างหุ้นส่วนจำกัด สามลดา.

ชญัญญา พรศักดิ์วิวัฒน์. (2560). *พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพรูปแบบอาหารคลีน กลุ่มวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ชัยวัฒน์ โชคเจริญสุข. (2565). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2566-2568 : อุตสาหกรรมข้าว*. <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/agriculture/rice/io/io-rice-2023-2025>.

เทศบาลนครขอนแก่น. (2567). *แผนพัฒนาท้องถิ่น พ.ศ.2566-2570* (แก้ไขเพิ่มเติมครั้งที่ 1/2567). กองยุทธศาสตร์และงบประมาณเทศบาลนครขอนแก่น เทศบาลนครขอนแก่น.

พัชรพล บุญโสภณ. (2566). กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออย่างต่อเนื่องผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. *วารสารวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 2(2), 26-37.

พิชชารัตน์ ขอบธรรม. (2565). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมทางการแพทย์สำหรับผู้ป่วยโรคมะเร็ง*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยบูรพา.

วรวรรณ วิลลุดมสิทธิ์. (2563). *ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบันเทิงย่านเอกมัยของผู้ใช้บริการสถานบันเทิง ในเขตกรุงเทพมหานคร*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2567). *เทรนด์พฤติกรรมกรกินของคนไทย ปี 2567*. ธนาคารกสิกรไทย.

ศูนย์อนามัยที่ 7 ขอนแก่น. (2567). *ภาวะโภชนาการและพฤติกรรมบริโภคอาหาร*. ศูนย์อนามัยที่ 7 ขอนแก่น.

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดขอนแก่น. (2566). *แผนการดำเนินงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดขอนแก่น ประจำปี (2567)*. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดขอนแก่น.

สุจารี มานิจธรรมพงษ์. (2565). กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฮาลาล อำเภอไชโย จังหวัดอ่างทอง. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 24(2), 63-74.

Rongrat, K., et al. (2023). The Study of Factors Affecting the Purchasing of Healthy Food Among Working Age Groups Rajamangala University of Technology Phra Nakhon. *Journal of Business and Industrial Development*, 3(3),14-28.

รูปแบบการจัดอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการที่มีประสิทธิภาพ

ของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3

The Model for Efficient Vocational Education Management of the Undergraduate Education Level in Technology or Practical Fields of the Institutes of Vocational Educational: Northeastern Region 3, Thailand

อุดมภูเบศวร์ สมบูรณ์เรศ¹ และอนิรุทธิ์ จันทมูล^{2*}

Udomphubet Somboonret¹ and Anirut Chantamool^{2*}

¹ผู้อำนวยการสถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1

²ผู้อำนวยการอาชีวศึกษามหาวิทยาลัย สถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3

¹Director of the Institute Vocational Education Northeastern: Region 1

²Director of Vocational Education Graduate of Institute Vocational Education Northeastern: Region 3

*Corresponding author's email: anirut26@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

18 กันยายน 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

16 ตุลาคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

16 ตุลาคม 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพของการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 และ 2) เพื่อเสนอรูปแบบการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการที่มีประสิทธิภาพของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ประกอบด้วย ผู้อำนวยการวิทยาลัยรองผู้อำนวยการวิทยาลัย รวมจำนวน 16 คน หัวหน้าภาควิชา จำนวน 8 คน อาจารย์ประจำหลักสูตร จำนวน 40 คน หัวหน้างานประกันคุณภาพ จำนวน 8 คน ครูฝึกประจำสถานประกอบการ จำนวน 8 คน รวมทั้งสิ้น 80 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพของการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีของสถาบันการอาชีวศึกษา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีค่า IOC ระหว่าง 0.60 – 1.00 และมีค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยง เท่ากับ .98 กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วยบุคลากรในวิทยาลัยที่ปฏิบัติดีเลิศ (Best Practice) โดยเจาะจงเลือก รวมจำนวนทั้งสิ้น 27 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ ผลการวิจัย พบว่า 1) สภาพโดยรวมของการจัดการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 อยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.80$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า ด้านที่มีระดับปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการพัฒนาคณาจารย์ ด้านกระบวนการจัดการเรียนรู้ และด้านการพัฒนาหลักสูตร ตามลำดับ 2) แนวทางการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีประสิทธิภาพของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ คือ 1) การพัฒนาหลักสูตร 2) กระบวนการจัดการเรียนรู้ 3) การวัดผลเชิงประจักษ์ 4) การประกันคุณภาพการอาชีวศึกษาระดับปริญญา และ 5) การพัฒนาคณาจารย์ ซึ่งอยู่ภายใต้ข้อกำหนดจำเพาะของหลักสูตรปริญญาตรี

คำสำคัญ: แนวทางการจัดการศึกษา, การศึกษาระดับปริญญาตรี, ประสิทธิภาพการจัดการศึกษา,
สถาบันการอาชีวศึกษา

ABSTRACT

The objectives of this research were to 1) study the conditions of educational management for the undergraduate level of the Institutes of Vocational Education: Northeastern Region 3, Thailand and 2) present the model for efficient vocational education management of the undergraduate level in technology or practical fields of the Institutes of Vocational Education: Northeastern Region 3, Thailand. The 80 participants in the quantitative research were taken from the 16 directors and deputy directors of the college, 8 heads of department, 40 teachers, 8 heads of quality assurance of the college and 8 trainers in the workplace. The research tools were the five-level scale Questionnaires with the reliability value of 0.98 and the content validity (Index of Item Objective Congruence or IOC) between 0.6-1.00. The target group for the qualitative research comprised 27 purposefully selected college personnel involved in Best Practices. The research tool used was an interview form. The research findings revealed the following: 1) The overall condition of bachelor's degree vocational education management at the Institutes of Vocational Education: Northeastern Region 3, was at a high level. When considering individual aspects, the areas with a high level of practice were, in descending order, faculty development, learning management processes, and curriculum development. 2) The guidelines for effective bachelor's degree education management at the Institutes of Vocational Education : Northeastern Region 3 consisted of five components: 1) Curriculum development, 2) Learning management processes, 3) Empirical assessment (Measurement), 4) Quality assurance of Bachelor's degree vocational education, and 5) Lecturer development, all of which were subject to the specific requirements of the bachelor's degree curriculum.

Keywords: Educational Management Guidelines, Undergraduate Education,
Efficiency of Educational Management, The Institutes of Vocational Education

บทนำ

ในการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตและบริการให้เจริญก้าวหน้าทัดเทียมกับนานาประเทศนั้น หลักพื้นฐานสำคัญอยู่ที่การพัฒนามาตรฐานของอาชีพนั่นๆ และการพัฒนาคนในอาชีพนั่นให้มีสมรรถนะตรงตามมาตรฐานของอาชีพ โดยทั่วไปแล้วการพัฒนามาตรฐานอาชีพหรือมาตรฐานสมรรถนะเป็นความรับผิดชอบโดยตรงของเจ้าของอาชีพ ส่วนการพัฒนาคนในอาชีพให้มีสมรรถนะตรงตามมาตรฐานอาชีพหรือมาตรฐานสมรรถนะนั้น จะเป็นหน้าที่และความรับผิดชอบร่วมกันระหว่างเจ้าของอาชีพที่ใช้ระบบฐานการทำงานพัฒนา และหน่วยงานการศึกษาที่ใช้ระบบฐานสถาบันพัฒนากำลังคนเข้าสู่อาชีพ ดังนั้นมาตรฐานอาชีพหรือมาตรฐานสมรรถนะที่ได้มา

จากโลกของการทำงาน จึงมีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กันกับมาตรฐานการศึกษาวิชาชีพในโลกของการศึกษา โดยหน่วยงานทางการศึกษาจะต้องวิเคราะห์มาตรฐานอาชีพหรือมาตรฐานสมรรถนะเฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปสู่กระบวนการของการใช้กับระดับคุณวุฒิการศึกษาวิชาชีพในแต่ละระดับ ว่าต้องการผู้ปฏิบัติงานที่มีความสามารถหรือสมรรถนะในการปฏิบัติงานในเรื่องใดบ้างที่จำเป็นหรือเรื่อง ที่บังคับ และมีสมรรถนะในการปฏิบัติงานเรื่องใดบ้างที่เป็นเรื่องเสริม สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา มีหน้าที่โดยตรงในการพัฒนากำลังคนระดับระดับฝีมือระดับเทคนิคและระดับเทคโนโลยี (ปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการ) ในทุกสาขาวิชาชีพให้มีคุณภาพและมาตรฐานมีความสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมและความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี สามารถสนองความต้องการของตลาดแรงงานและการประกอบอาชีพอิสระ รวมทั้งมีคุณธรรมจริยธรรมที่พึงประสงค์ การจัดการอาชีวศึกษาเพื่อให้ผู้สำเร็จการศึกษามีสมรรถนะทางวิชาการและวิชาชีพเป็นไปตามมาตรฐานการศึกษาวิชาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับมาตรฐานอาชีพหรือมาตรฐานสมรรถนะที่กำหนด (สำนักมาตรฐานการอาชีวศึกษาและวิชาชีพ, 2555)

การพัฒนาคนให้มีสมรรถนะตรงตามมาตรฐานอาชีพหรือมาตรฐานสมรรถนะ และจากบทบาทหน้าที่ของสถานศึกษาในสถาบันการอาชีวศึกษานั้น สิ่งที่มีความสำคัญในการที่จะนำนโยบายทางการจัดการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการ ไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่กำหนดได้หรือไม่ ขึ้นอยู่กับกระบวนการบริหารของวิทยาลัยในสถาบันการอาชีวศึกษาเป็นสำคัญ โดยที่พฤติกรรมตามกระบวนการบริหารของวิทยาลัยจะเป็นตัวบ่งชี้ถึงความสำเร็จหรือล้มเหลว และส่งผลถึงควมมีคุณภาพหรือไม่มีคุณภาพของวิทยาลัยซึ่งหมายถึงควมมีประสิทธิภาพของการจัดการอาชีวศึกษา (ภิญโญ ขำประดิษฐ์, 2545)

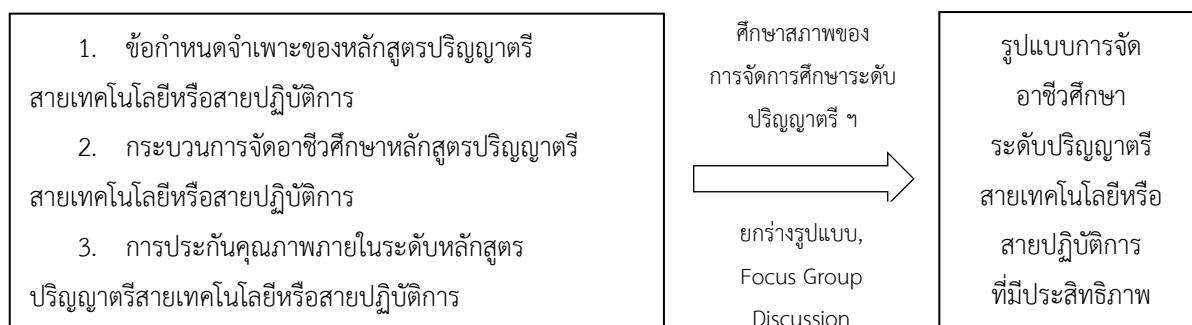
เมื่อพิจารณาสภาพการดำเนินงานตามบทบาทหน้าที่ตามที่กระทรวงศึกษาธิการกำหนดแล้วพบว่า ปัจจุบัน วิทยาลัยในสถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 ยังไม่สามารถปฏิบัติงานให้บรรลุผลสำเร็จตามที่กำหนดไว้ได้ อีกทั้งยังไม่สามารถนำนโยบายสู่การปฏิบัติเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพได้อย่างแท้จริง ทั้งนี้เป็นผลมาจากกระบวนการบริหารของวิทยาลัย อันเกิดจากนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา และสถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 ตามลำดับ อาทิ 1) เป้าหมายการเปิดการเรียนการสอนหลักสูตรปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการ คือ 9 วิทยาลัย จากทั้งหมด 9 วิทยาลัย แต่ผลการปฏิบัติมีวิทยาลัยที่สามารถเปิดการเรียนการสอนหลักสูตรปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการได้เพียง 8 วิทยาลัย 2) เป้าหมายการรับนักศึกษาหลักสูตรปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการ 7 สาขาวิชา จาก 8 วิทยาลัย คือ 160 คน แต่ผลการปฏิบัติรับนักศึกษาเข้าศึกษาได้ 72 คน จากสภาพปัญหาดังกล่าวข้างต้นชี้ให้เห็นว่า วิทยาลัยในสถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 ยังไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ตามบทบาทและอำนาจหน้าที่ได้ตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยเฉพาะการใช้องค์ประกอบด้านต่าง ๆ ในการบริหารงานที่ส่งผลถึงความสำเร็จของวิทยาลัยในสถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 เป็นสำคัญ

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่เป็นการศึกษาสภาพปัญหาในการจัดการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีที่เป็นแนวทางเดียวกันกับการจัดการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการในสถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 และยังไม่พบว่ามีงานวิจัยใดที่นำเสนอแนวทางการบริหารและการจัดการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการที่ครอบคลุมตามแนวการจัดการศึกษาตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ และนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ทำให้ไม่มีแนวทางการบริหารและการจัดการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการที่ชัดเจน อันอาจเกิดปัญหาถึงอนาคตในการผลิตผู้สำเร็จการศึกษาที่จะเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศชาติให้เจริญรุ่งเรืองต่อไปได้ ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น งานวิจัยนี้จึงมีเป้าหมายกำหนดแนวทางการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีประสิทธิภาพ ของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการของสถาบันการอาชีวศึกษา อันจะทำให้ผู้สำเร็จการศึกษามีคุณภาพ และมีสมรรถนะตรงตามความต้องการของสถานประกอบการและสังคมต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพของการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3
2. เพื่อเสนอรูปแบบการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีประสิทธิภาพของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3

กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้จำแนกออกเป็น 5 กลุ่ม จำนวนทั้งสิ้น 80 คน ดังนี้

 - 1) ผู้บริหารสถานศึกษาในสถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 ได้แก่ ผู้อำนวยการวิทยาลัย วิทยาลัยละ 1 คน จาก 8 วิทยาลัย จำนวน 8 คน รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการวิทยาลัยละ 1 คน จาก 8 วิทยาลัย จำนวน 8 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 16 คน

- 2) หัวหน้าภาควิชา วิทยาลัยละ 1 คน จาก 8 วิทยาลัย จำนวน 8 คน
 - 3) อาจารย์ประจำหลักสูตร วิทยาลัยละ 5 คน จาก 8 วิทยาลัย จำนวน 40 คน
 - 4) หัวหน้างานประกันคุณภาพ วิทยาลัยละ 1 คน จาก 8 วิทยาลัย จำนวน 8 คน
 - 5) ครูฝึกประจำสถานประกอบการ แห่งละ 1 คน จากสถานประกอบการ 8 แห่ง จำนวน 8 คน
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

องค์ประกอบของการบริหารและการจัดการศึกษาที่มีประสิทธิภาพ มีคุณภาพและมาตรฐานและมีความสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมและความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี สามารถสนองความต้องการของตลาดแรงงานและการประกอบอาชีพอิสระ รวมทั้งมีคุณธรรมจริยธรรม ที่พึงประสงค์ การจัดการอาชีวศึกษาเพื่อให้ผู้สำเร็จการศึกษา มีสมรรถนะทางวิชาการและวิชาชีพเป็นไปตามมาตรฐานการศึกษาวิชาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับมาตรฐานอาชีพหรือมาตรฐานสมรรถนะที่กำหนด ได้แก่

- 1) ข้อกำหนดจำเพาะของหลักสูตรปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการประกอบด้วย การพัฒนาหลักสูตรระดับปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการ, การจัดการเรียนการสอน, วัดผลเชิงประจักษ์, การประกันคุณภาพการอาชีวศึกษาระดับหลักสูตร และการพัฒนาคณาจารย์
- 2) กระบวนการจัดอาชีวศึกษาหลักสูตรปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการ
- 3) การประกันคุณภาพภายในระดับหลักสูตรปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการ

วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณ

ศึกษาสภาพของการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา โดยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ของความคิดเห็นจากประชากร จำนวน 80 คน ดังต่อไปนี้

1. ผู้บริหารสถานศึกษาในสถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 ได้แก่ผู้อำนวยการวิทยาลัย วิทยาลัยละ 1 คน จาก 8 วิทยาลัย จำนวน 8 คน รองผู้อำนวยการวิทยาลัย วิทยาลัยละ 1 คน จาก 8 วิทยาลัย จำนวน 8 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 16 คน

2. หัวหน้าภาควิชา วิทยาลัยละ 1 คน จาก 8 วิทยาลัย จำนวน 8 คน
3. อาจารย์ประจำหลักสูตร วิทยาลัยละ 5 คน จาก 8 วิทยาลัย จำนวน 40 คน
4. หัวหน้างานประกันคุณภาพ วิทยาลัยละ 1 คน จาก 8 วิทยาลัย จำนวน 8 คน
5. ครูฝึกประจำสถานประกอบการ แห่งละ 1 คน จากสถานประกอบการ 8 แห่ง จำนวน 8 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม จำแนกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้แบบตรวจรายการ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพของการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ประกอบด้วย ด้านที่ 1 ข้อกำหนดจำเพาะของหลักสูตรปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการ ด้านที่ 2 กระบวนการจัดการอาชีวศึกษาหลักสูตรปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือ สายปฏิบัติการ และด้านที่ 3 การประกันคุณภาพการจัดการอาชีวศึกษาหลักสูตรปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการ ซึ่งเป็นแบบประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามแนวคิดของ Likert

ตอนที่ 3 แบบสอบถามแบบปลายเปิด เพื่อให้เห็นความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาของ การบริหารและจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีประสิทธิภาพ ในสถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

ขั้นตอนที่ 3 ยกร่างแนวทางทางการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการที่มีประสิทธิภาพ เนื้อหาการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีประสิทธิภาพ ยึด 5 ประเด็น คือ 1) การพัฒนาหลักสูตร 2) กระบวนการจัดการเรียนรู้ 3) การวัดผลประเมินผลเชิงประจักษ์ 4) การประกันคุณภาพการอาชีวศึกษา และ 5) การพัฒนาคณาจารย์ โดยวิธีการสัมภาษณ์บุคคล กลุ่มเป้าหมายในการให้ข้อมูลเชิงลึกจำนวน 27 คน จาก 3 วิทยาลัยที่ปฏิบัติดีเลิศ (Best Practice) จากผลการประเมินคุณภาพภายในระดับหลักสูตรปริญญาตรี ได้แก่ วิทยาลัยเทคนิคมหาสารคาม วิทยาลัยอาชีวศึกษามหาสารคาม และวิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น

ขั้นตอนที่ 4 การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) คือการรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในประเด็นปัญหาที่เฉพาะเจาะจง โดยมีผู้ดำเนินการสนทนา (Moderator) เป็นผู้คอยจุดประเด็นในการสนทนา เพื่อชักจูงให้กลุ่มเกิดแนวคิดและแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นหรือแนวทางการสนทนาอย่างกว้างขวาง ละเอียด ลึกซึ้ง

ขั้นตอนที่ 5 สรุปผลการวิจัย เขียนรายงานการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้แบบตรวจรายการใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพของการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี ของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

สภาพของการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการ ของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3

การศึกษาสภาพของการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา โดยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ของความคิดเห็นจากประชากร สรุปผลดังนี้

1. สภาพการจัดการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็น อยู่ในระดับ มาก ($\mu = 3.80$) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า คะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นที่มีค่าเป็นลำดับแรก คือ ด้านการพัฒนาคณาจารย์ ลำดับที่ 2 ด้านกระบวนการจัดการเรียนรู้ มีคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก ลำดับ 3 ด้านการพัฒนาหลักสูตร มีคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก ลำดับ 4 ด้านการประกันคุณภาพการอาชีวศึกษาระดับปริญญา อยู่ในระดับปานกลางและลำดับสุดท้าย ด้านการวัดผลเชิงประจักษ์ มีคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็น อยู่ในระดับปานกลาง

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพการพัฒนาและการบริหารหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรี พบว่า การพัฒนาและการบริหารหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรี โดยรวม มีคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็น อยู่ในระดับ มาก ($\mu = 3.62$)

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการจัดการเรียนรู้ระดับปริญญาตรี กระบวนการจัดการเรียนรู้ระดับปริญญาตรี โดยรวม มีคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็น อยู่ในระดับ มาก ($\mu = 3.63$)

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการวัดผลเชิงประจักษ์โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็น อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\mu = 3.32$)

5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการประกันคุณภาพอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรี โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็น อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\mu = 3.16$)

6. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาคณาจารย์ โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็น อยู่ในระดับ มาก ($\mu = 3.82$)

รูปแบบการจัดอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการ ที่มีประสิทธิภาพของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) และจากการสนทนากลุ่ม กำหนดรูปแบบการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 ที่มีประสิทธิภาพดังต่อไปนี้

1. การพัฒนาหลักสูตรระดับปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการ
 - 1) ส่งเสริมสนับสนุนให้ อาจารย์ประจำหลักสูตรทุกสาขาวิชา ดำเนินการวิเคราะห์ประเมินความพร้อมในการขอเปิดสอนหลักสูตรปริญญาตรี
 - 2) จัดประชุมชี้แจงทำความเข้าใจแนวทางการพัฒนาหลักสูตร ให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับทราบ

และเข้าใจถึงขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตร โครงสร้างหลักสูตร การวางแผนพัฒนาและการขอรับรองหลักสูตร รวมถึงเครื่องมือสำหรับการพัฒนาหลักสูตร (แบบ มคอ.)

3) จัดประชุมเชิงปฏิบัติการในการจัดทำเอกสารประกอบการขออนุมัติหลักสูตร ให้แก่ หัวหน้า ภาควิชา อาจารย์ประจำหลักสูตร ผู้แทนจากสถานประกอบการ

4) อาชีวศึกษาบัณฑิตประสานงาน แจ้งข่าวสาร ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ เกี่ยวกับการพัฒนา หลักสูตร โดยประสานระหว่างสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา คณะกรรมการวิชาการของสถาบันกับ ภาควิชาหรืออาจารย์ประจำหลักสูตรในวิทยาลัยต่าง ๆ

5) ส่งเสริม สนับสนุนให้ภาควิชาจัดทำรายละเอียดของหลักสูตร เสนอผ่านคณะกรรมการ วิชาการของสถาบันตรวจสอบกลั่นกรอง

6) มอบหมายให้อนุกรรมการวิชาการของสถาบัน นำหลักสูตรที่ผ่านการตรวจสอบกลั่นกรอง เสนอต่อสภาสถาบันเพื่อขอความเห็นชอบ

7) ประสานงานภาควิชาให้ดำเนินการนำหลักสูตรที่สภาสถาบันเห็นชอบจัดทำรายละเอียดของ หลักสูตร เสนอต่อสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาเข้าสู่การอนุมัติและรับรองหลักสูตร

8) ส่งเสริม สนับสนุนให้ภาควิชา ประกันคุณภาพหลักสูตรทุกสาขาวิชาใน 4 ประเด็นเป็นอย่ างน้อย ได้แก่ การประเมินมาตรฐานวิชาชีพ การบริหารหลักสูตร ทรัพยากรประกอบการเรียน และความต้องการ กำลังคนของตลาดแรงงาน

9) ส่งเสริม สนับสนุนให้ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผู้รับผิดชอบหลักสูตรได้รายงานผลการดำเนินการ ของรายวิชา รายงานผลการดำเนินการของประสบการณ์ภาคสนาม และรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตร

10) มอบหมายให้อนุกรรมการวิชาการของสถาบัน รับผิดชอบ ควบคุม กำกับการใช้หลักสูตร

2. กระบวนการจัดการเรียนรู้

แนวทางการจัดการเรียนรู้หลักสูตรระดับปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการ จากการ สัมภาษณ์บุคคลกลุ่มเป้าหมายที่ได้ให้ข้อมูลเชิงลึกได้เสนอแนวทาง สรุปได้ดังนี้

1) นักศึกษา

1.1) สถาบันกำหนดคุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา และวางระบบการรับสมัครเข้าศึกษาต่อให้ เป็นไปตามระเบียบที่กำหนดไว้

1.2) สถาบันจัดให้มีการคัดเลือกนักศึกษาที่มีคุณสมบัติครบถ้วน เข้าศึกษา

1.3) สถาบันจัดระบบดูแลนักศึกษาให้มีความพร้อมในการเรียน และมีคุณลักษณะ ที่เหมาะสมเป็นไปตามระเบียบสถาบัน อาทิ จัดการเรียนปรับพื้นฐานแก่นักศึกษา จัดปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่ จัดทำ คู่มือนักศึกษา จัดระบบให้คำปรึกษาแก่นักศึกษา จัดปัจฉิมนิเทศ

2) การจัดการเรียนการสอน

2.1) ส่งเสริม สนับสนุน ให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาได้จัดทำประมวลการสอน ทุกรายวิชา แผนการเรียนวิชาทฤษฎีรายบุคคล และรายงานผลการจัดการเรียนการสอน

- 2.2) อาชีวศึกษาบัณฑิต กำกับดูแล การจัดการเรียนการสอนของอาจารย์ผู้สอน
 - 2.3) ส่งเสริม สนับสนุน ให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาจัดทำแผนการเรียนรายบุคคล แผนการเรียนกลุ่ม ตามลักษณะงานอาชีพที่สอดคล้องกับรายวิชา
 - 2.4) ส่งเสริม สนับสนุน ให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาจัดทำแผนการจัดการเรียนรู้ร่วมกับ สถานประกอบการ
 - 2.5) ส่งเสริม สนับสนุน ให้มีการนิเทศนักศึกษา ที่ฝึกอาชีพในสถานประกอบการทุกภาคเรียน
 - 2.6) จัดให้มีการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนรู้วิชาปฏิบัติการ ฝึกอาชีพในสถานประกอบการ เพื่อนำผลมาใช้ในการปรับปรุงหรือพัฒนาต่อไป
 - 2.7) กำกับให้มีตารางการจัดการเรียนรู้วิชาทฤษฎีในสถานประกอบการเป็นรายบุคคล รายกลุ่ม
 - 2.8) ส่งเสริม สนับสนุน ให้มีการจัดกิจกรรมพัฒนานักศึกษา
 - 2.9) ติดตาม ประเมินผลการจัดกิจกรรมพัฒนานักศึกษา
 - 2.10) กำกับ ติดตามสถานศึกษา เกี่ยวกับการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี
 - 2.11) สถาบัน จัดอาคารสถานที่และสิ่งสนับสนุนการศึกษาระดับปริญญาตรีให้เพียงพอ เหมาะสม
3. วัดผลเชิงประจักษ์
 - 3.1) ส่งเสริม สนับสนุน การสร้างความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับการวัดผลเชิงประจักษ์แก่ ผู้เกี่ยวข้อง
 - 3.2) ส่งเสริม สนับสนุน การมีส่วนร่วม ในการวัดผลเชิงประจักษ์ ของผู้เกี่ยวข้อง อาชีวศึกษาบัณฑิต, ภาควิชา, อาจารย์ผู้สอน, ครูฝึกในสถานประกอบการ
 - 3.3) จัดทำคู่มือการวัดผลเชิงประจักษ์ เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องนำไปใช้
 - 3.4) ส่งเสริม สนับสนุนการจัดทำข้อสอบมาตรฐานวิชาชีพที่มีคุณภาพ
 - 3.5) สถาบันจัดระบบกำกับ ดูแลการวัดผลเชิงประจักษ์และการประเมินผลการเรียน และ การประเมินผลมาตรฐานวิชาชีพ
4. การประกันคุณภาพการอาชีวศึกษาระดับหลักสูตร
 - 4.1) กำหนดระบบและกลไกการประกันคุณภาพ และจัดทำคู่มือการประกันคุณภาพภายใน
 - 4.2) แต่งตั้งคณะกรรมการประกันคุณภาพอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรี
 - 4.3) ส่งเสริม สนับสนุน ให้มีคู่มือการประกันคุณภาพอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรี
 - 4.4) ส่งเสริม สนับสนุนให้มีการกำหนดมาตรฐานการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีในระดับ สถาบัน
 - 4.5) ส่งเสริม สนับสนุน ให้มีการพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี

4.6) ส่งเสริม สนับสนุน หน่วยงานต่าง ๆ ได้ดำเนินงานตามแผนพัฒนาการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี

4.7) ส่งเสริม สนับสนุน ให้มีการติดตาม ตรวจสอบ ประเมินคุณภาพภายในตามมาตรฐานที่กำหนด

4.8) ส่งเสริม สนับสนุน ให้มีการจัดทำรายงานประเมินตนเอง

4.9) ส่งเสริม สนับสนุน ให้มีการพัฒนาคุณภาพการศึกษาระดับปริญญาตรีอย่างต่อเนื่องจากผลการประเมินภายใน

5. การพัฒนาคณาจารย์

5.1) ส่งเสริม สนับสนุน การวางแผนพัฒนาคณาจารย์ ทั้งด้านวิชาการ เทคนิคการสอน และการวัดผลเชิงประจักษ์

5.2) ส่งเสริม สนับสนุน ให้มีการบริหารและพัฒนาคณาจารย์ ตามแผนกำหนด

5.3) จัดสวัสดิการ และสร้างขวัญกำลังใจให้แก่คณาจารย์

5.4) ส่งเสริม สนับสนุน ความก้าวหน้าทางวิชาการ วิชาชีพ ของคณาจารย์

5.5) ส่งเสริม สนับสนุน ดูแล ควบคุม ให้คณาจารย์ถือปฏิบัติด้านจรรยาบรรณวิชาชีพ

5.6) ส่งเสริม สนับสนุน การประเมินผลการปฏิบัติงานของคณาจารย์ และการนำผลการประเมินไปพัฒนาการจัดการเรียนการสอน

5.7) ส่งเสริม สนับสนุน การศึกษาต่อการศึกษาคุณวุฒิต่างในประเทศ การมีประสบการณ์ด้านปฏิบัติการของคณาจารย์

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยซึ่งได้จากการวิเคราะห์เอกสาร การตอบแบบสอบถามของประชากร การสัมภาษณ์ และผลจากการตรวจสอบยืนยันของผู้ทรงคุณวุฒิในขั้นตอนการนำเสนอแนวทางการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 อภิปรายผล ดังนี้

1. การจัดการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 โดยรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก เนื่องจากก่อนการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ได้มีการประเมินความพร้อมวิทยาลัยที่จะเปิดสอนระดับปริญญาตรีก่อน ซึ่งวิทยาลัยในสังกัดสถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 ได้รับการประเมินและมีผลการประเมินความพร้อมอยู่ในระดับมาก ถึง มากที่สุด สถาบันมีการแต่งตั้งคณะกรรมการวิชาการทำหน้าที่ประสานงาน ขับเคลื่อนการเปิดสอนหลักสูตรปริญญาตรี รวมทั้งทำหน้าที่ประสานงานระหว่างสถาบันกับสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เกี่ยวกับการดำเนินการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี มีปัจจัยสนับสนุน ไม่ว่าจะเป็นผู้บริหารสถาบันให้ความสำคัญต่อการดำเนินการ อาจารย์ประจำหลักสูตรดำเนินการตามกระบวนการ มีกำลังบุคลากรฝ่ายสนับสนุน

ของสถาบัน มีความร่วมมือจัดการศึกษาจากสถานประกอบการทุกสาขาวิชา เป็นต้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของ อติศร เปลี่ยนดิษฐ์ (2566)

2. การพัฒนาและบริหารหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีมีระดับปฏิบัติอยู่ในระดับมาก กล่าวคือ อาจารย์ในภาควิชาได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาหลักสูตร ลักษณะของหลักสูตรมีความทันสมัย มีความยืดหยุ่นสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน หลักสูตรเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ได้รับความร่วมมือจากสถานประกอบการในการพัฒนาหลักสูตร ทั้งนี้ในการพัฒนาหลักสูตรสถาบันได้แต่งตั้งคณะกรรมการวิชาการรับผิดชอบ ควบคุม กำกับ การพัฒนาหลักสูตรการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางของ สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (2567) ที่กำหนดให้สถาบันมีการดำเนินการและบริหารจัดการ หลักสูตรตามประกาศแนวทางปฏิบัติล่าสุด และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วรวิทย์ ศรีตระกูล และ สุนทรไพฑูรย์ จันทระ (2562) ที่เสนอให้มีการประเมินหลักสูตรระดับปริญญาตรีของสถาบันการอาชีวศึกษา ตามบริบทและมาตรฐานระดับอุดมศึกษา นอกจากนี้ การที่หลักสูตรมีความทันสมัย เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ และ ได้รับความร่วมมือจากสถานประกอบการทุกสาขา ยังสอดคล้องกับประกาศหลักเกณฑ์การพัฒนาและบริหาร หลักสูตรที่มุ่งเน้นการสร้าง 'หลักสูตรฐานสมรรถนะ' ในระดับปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการ ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน (สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา, 2567)

3. กระบวนการจัดการเรียนรู้ระดับปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการของสถาบัน การอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 พบจุดเด่น คือ มีแผนจัดการเรียนรู้ทุกรายวิชาครบตามองค์ประกอบ ที่สถาบันกำหนด ซึ่งแผนการจัดการเรียนรู้ดังกล่าวได้ร่วมจัดทำขึ้นกับสถานประกอบการ และมีการติดตาม ประเมินผลโดยการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมและพัฒนานักศึกษาในด้านต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษา เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารการศึกษาระบบทวิภาคีระดับปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือ สายปฏิบัติการ ซึ่งเน้นย้ำถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมของสถานประกอบการในกระบวนการจัดการศึกษา (พัชรี แก้วพิบูลย์ และคณะ, 2564)

สำหรับจุดด้อยของกระบวนการจัดการเรียนรู้ระดับปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการ ของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 คือ การจัดทำโครงการวิชาชีพมีความแตกต่างกันระหว่าง วิทยาลัยในสถาบันเดียวกัน มีการนิเทศการจัดการเรียนการสอนอยู่ในระดับน้อยที่สุด และมีการจัดการเรียนรู้ รายวิชาทฤษฎีในสถานประกอบการอยู่ในระดับน้อยที่สุด อาจมีเหตุปัจจัยจากการประสานงาน ชี้แจง ทำความเข้าใจในแนวปฏิบัติที่มีอยู่แล้วระหว่างอาชีวศึกษาบัณฑิตกับภาควิชาต่าง ๆ ซึ่งเหตุปัจจัยนี้สอดคล้องกับ สภาพปัญหาที่พบในสถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 ที่ชี้ให้เห็นว่าปัญหาการจัดการศึกษา อาชีวศึกษาระบบทวิภาคีระดับปริญญาตรีอยู่ในระดับมากในหลายด้าน โดยเฉพาะด้านการบริหารจัดการที่ขาด ความชัดเจนและมีความล่าช้า (ถาวร ราชรองเมือง และคณะ, 2568) และด้านการฝึกอาชีพที่ขาดการนิเทศ ที่หลากหลายอย่างสม่ำเสมอ

ซึ่งแนวทางในการแก้ปัญหาดังกล่าวควรเน้นการสร้างความเข้าใจในระบบทวิภาคีและเห็นประโยชน์ของการจัดอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ซึ่งต้องเป็นบทบาทหน้าที่โดยตรงของอาชีวศึกษามุ่งเน้นต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาที่เน้นการสร้างการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานการจัดการศึกษาระบบทวิภาคี และการให้ความสำคัญกับทุกองค์ประกอบในการจัดการศึกษาระบบทวิภาคีในภาพรวม (ภาคตะวัน บุญจิต, 2565) ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิที่เสนอแนะไว้ในการสนทนากลุ่ม โดยผู้วิจัยได้นำเสนอประเด็นดังกล่าวเป็นแนวทางในการจัดการเรียนรู้ระดับปริญญาตรีไว้แล้ว

4. สภาพโดยรวมของการวัดผลเชิงประจักษ์ในการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 มีระดับปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง จุดเด่นของการดำเนินการ คือ สถาบันมีข้อสอบวัดมาตรฐานวิชาชีพที่มีคุณภาพครอบคลุมและสามารถวัดสมรรถนะวิชาชีพสอดคล้องกับหลักสูตร

ซึ่งการเน้นการวัดสมรรถนะนี้ สอดคล้องกับแนวโน้มปัจจุบันของการจัดการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีที่เปลี่ยนผ่านสู่หลักสูตรฐานสมรรถนะ (Competency-Based Curriculum) ที่กำหนดโดยสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา, 2562) และสอดคล้องกับผลการวิจัยของภัทรสุดา บรรพต (2565) ที่ได้เสนอรูปแบบการวัดและประเมินผลสมรรถนะผู้เรียนอาชีวศึกษาที่เน้นการบูรณาการความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะอันพึงประสงค์เข้ากับการปฏิบัติงานจริง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการวัดผลต้องครอบคลุมและสามารถประเมินการปฏิบัติงานได้จริงในสถานประกอบการ

ทั้งนี้ผลการศึกษาสภาพการวัดผลเชิงประจักษ์ของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 ที่พบว่าการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลางนั้น มีทั้งส่วนที่สอดคล้องและไม่สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีต เนื่องจากบริบทของการจัดการศึกษาได้เปลี่ยนไป โดยปัจจุบันสถาบันจัดการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีในรูปแบบของการร่วมดำเนินการระหว่างอาจารย์ภาควิชาและสถานประกอบการ ซึ่งต่างจากบริบทเดิม ซึ่งเน้นการร่วมดำเนินการเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้การวัดผลเชิงประจักษ์มีประสิทธิภาพ โดยสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พัทรี แก้วพิบูลย์ และคณะ (2564) ที่พบว่า การติดตามและประเมินคุณภาพของผู้สำเร็จการศึกษาในระบบทวิภาคี เป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารการศึกษาระบบทวิภาคีระดับปริญญาตรี โดยเน้นย้ำถึงความจำเป็นที่ทุกภาคส่วนต้องมีส่วนร่วมในการวัดและประเมินผลเชิงประจักษ์ร่วมกัน

5. การประกันคุณภาพอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 มีจุดเด่น คือ สถาบันได้จัดทำแผนพัฒนาการจัดการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีที่มุ่งคุณภาพตามมาตรฐานของสถาบัน แต่มีจุดด้อยคือ สถาบันยังไม่มีประเมินภายในและจัดทำรายงานประจำปีที่เป็นรายงานประเมินคุณภาพภายใน ทั้งนี้ ปัญหาการขาดรายงานประเมินคุณภาพภายในนี้ ไม่ได้มีสาเหตุมาจากการขาดมาตรฐานจากหน่วยงานต้นสังกัดอีกต่อไป เนื่องจากปัจจุบันสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาได้มีการประกาศใช้เกณฑ์มาตรฐานคุณวุฒิอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการ พ.ศ. 2567 รวมถึงได้มีการจัดทำคู่มือการประกันคุณภาพการศึกษาภายใน ระดับปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสาย

ปฏิบัติการ พ.ศ. 2563 เพื่อใช้เป็นแนวทางในการประเมินตนเองและการจัดทำรายงานประจำปีของสถาบัน การอาชีวศึกษาอย่างเป็นรูปธรรมแล้ว (สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา, 2563)

ดังนั้น จุดด้อยที่พบในปัจจุบันจึงอาจเป็นผลมาจากปัญหาด้านการบริหารจัดการภายในเพื่อ ขับเคลื่อนระบบและกลไกการประกันคุณภาพให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด โดยเฉพาะมาตรฐานที่เน้น การบริหารหลักสูตร ทรัพยากร และคุณภาพบัณฑิต (สถาบันการอาชีวศึกษาภาคใต้ 3, 2566) ซึ่งการจัดทำ รายงานประเมินตนเอง (SAR) ถือเป็นกระบวนการสำคัญที่ต้องดำเนินการตามรอบระยะเวลาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ เกิดการพัฒนาคุณภาพที่ยั่งยืน

6. การพัฒนาคณาจารย์ที่รับผิดชอบหลักสูตรปริญญาตรีและได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่สอน หลักสูตรปริญญาตรีของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 พบว่า มีจุดเด่นคือ สถาบัน มีสวัสดิการเสริมสร้างสุขภาพที่ดีและสร้างขวัญกำลังใจให้คณาจารย์ มีการติดตามให้คณาจารย์นำความรู้ ทักษะที่ ได้จากการพัฒนามาใช้ในการจัดการเรียนการสอนและวัดผลการเรียนรู้ของนักศึกษาตลอดจนการปฏิบัติงานที่ เกี่ยวข้อง สถาบันได้ประเมินผลความสำเร็จของแผนการบริหารและการพัฒนาคณาจารย์โดยนำผลการประเมินมา ใช้ และมีการประชุมหรืออบรมอาจารย์ผู้สอนก่อนการจัดการเรียนการสอน

จุดเด่นด้านการบริหารจัดการและพัฒนาคณาจารย์ข้างต้น สอดคล้องกับปัจจัยแห่งความสำเร็จ ที่สำคัญในการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีในปัจจุบัน โดยเฉพาะประเด็นเรื่อง ความพร้อมด้านบุคลากรและ การพัฒนาหลักสูตรซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พัชร แก้วพิบูลย์ และคณะ (2564) ที่พบว่าปัจจัยสำคัญ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารการศึกษาระบบทวิภาคีระดับปริญญาตรีคือ การติดตามและประเมินคุณภาพ ของผู้สำเร็จการศึกษา และการพัฒนาหลักสูตรด้านวิชาชีพให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการพัฒนา คณาจารย์ให้มีทักษะในการประเมินเชิงประจักษ์และการปรับปรุงหลักสูตรอย่างต่อเนื่องของสถาบัน เป็นการตอบสนองต่อความสำเร็จของระบบ

อย่างไรก็ตาม แม้สถาบันจะมีกลไกการพัฒนาที่ดี แต่การดำเนินงานในระบบทวิภาคีก็ยังคงเผชิญ ความท้าทาย โดยเฉพาะด้านความรู้และความเข้าใจในการปฏิบัติงานร่วมกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาคตะวัน บุญจิต (2565) ที่พบว่าปัญหาส่วนใหญ่ในการจัดการศึกษาระบบทวิภาคีคือ การขาดการรับรู้และ ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานการจัดการศึกษาระบบทวิภาคี และปัญหาด้านการจัดการฝึกอบรม ซึ่งต้องแก้ไข ด้วยการสร้างความรู้ ความเข้าใจ และความร่วมมือที่ชัดเจนระหว่างคณาจารย์ในสถาบันและครูฝึก ในสถานประกอบการ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ในการนำรูปแบบการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการที่มี องค์ประกอบของการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีประสิทธิภาพจำนวน 5 องค์ประกอบได้แก่ 1) การพัฒนา หลักสูตร 2) กระบวนการจัดการเรียนรู้ 3) การวัดผลเชิงประจักษ์ 4) การประกันคุณภาพอาชีวศึกษาระดับ

ปริญญาตรี และ 5) การพัฒนาคณาจารย์ นำไปกำหนดเป็นนโยบายสำหรับการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีของสถาบันการอาชีวศึกษา ดังนี้

1.1 การพัฒนาหลักสูตร การพัฒนาหลักสูตรระดับปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการ มีองค์ประกอบสำคัญได้แก่ ความพร้อมในการเปิดหลักสูตร ความรู้ความเข้าใจของอาจารย์ประจำหลักสูตรที่มีต่อการดำเนินการพัฒนาหลักสูตรตามกระบวนการที่สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษากำหนด อาชีวศึกษابัณฑิตและอนุกรรมการวิชาการของสถาบันการอาชีวศึกษาเป็นผู้ประสานงานระหว่างสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา สถาบันการอาชีวศึกษาและอาจารย์ประจำหลักสูตร ที่สำคัญที่สุดคือการประกันคุณภาพหลักสูตร การควบคุม กำกับ การใช้หลักสูตร สถาบันการอาชีวศึกษาควรตระหนักถึงองค์ประกอบสำคัญดังกล่าวเพื่อใช้เป็นกรอบในการกำหนดนโยบายของสถาบันการอาชีวศึกษาสำหรับการพัฒนาหลักสูตรระดับปริญญาตรีต่อไป

1.2 กระบวนการจัดการเรียนรู้ สถาบันการอาชีวศึกษาควรกำหนดนโยบายเกี่ยวกับกระบวนการจัดการเรียนรู้ของการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยคำนึงถึงการคัดเลือกผู้มีความสามารถเข้าศึกษา ระบบดูแลนักศึกษาให้มีความพร้อมในการศึกษา การจัดการเรียนการสอนที่เป็นเอกภาพของสถาบันและการส่งเสริมสนับสนุนปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความจำเป็นต่อการกระบวนการจัดการเรียนรู้

1.3 การวัดผลเชิงประจักษ์ เนื่องจากข้อกำหนดเฉพาะของหลักสูตรระดับปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการระบุให้การจัดการอาชีวศึกษาเป็นการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีซึ่งมีการร่วมมือกันระหว่างสถาบันการอาชีวศึกษา(อาชีวศึกษابัณฑิต, ภาควิชา, อาจารย์ผู้สอน) กับ สถานประกอบการ (ครูฝึกในสถานประกอบการ) ฉะนั้น สถาบันการอาชีวศึกษาควรมีนโยบายที่ชัดเจนในการให้ความสำคัญต่อการวัดผลเชิงประจักษ์โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีส่วนร่วมระหว่างสถาบันการอาชีวศึกษาและสถานประกอบการ

1.4 การประกันคุณภาพอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการ สถาบันการอาชีวศึกษาควรมีนโยบายเกี่ยวกับการประกันคุณภาพหลักสูตร มีการดำเนินการประกันคุณภาพภายในและส่งเสริมสนับสนุนให้มีการประเมินคุณภาพการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีอย่างจริงจังและรายงานการประเมินตนเองทุกปี

1.5 การพัฒนาคณาจารย์ สถาบันการอาชีวศึกษาควรมีนโยบายส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนา คณาจารย์อย่างหลากหลายและทั่วถึง

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการวิจัยและพัฒนาเพื่อทดลองใช้รูปแบบการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการที่มีประสิทธิภาพกับสถาบันการอาชีวศึกษาอื่นที่มีบริบทแตกต่างกันและนำผลการวิจัยมาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงแนวทางการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีสู่การยกระดับเป็นรูปแบบการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีประสิทธิภาพต่อไป

2.2 ควรมีการศึกษาวิจัยรูปแบบการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการที่มีประสิทธิภาพกับสถาบันการอาชีวศึกษาเกษตร 4 แห่ง ทั่วประเทศ ซึ่งมีบริบทและมีโอกาสในการจัดการอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีกับต่างประเทศมากกว่าสถาบันการอาชีวศึกษา 19 แห่งทั่วประเทศ

เอกสารอ้างอิง

- ถาวร ราชรองเมือง และคณะ. (2568). การศึกษาสภาพปัญหาการจัดการศึกษาอาชีวศึกษา ระบบทวิภาคี ระดับปริญญาตรี สถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1. *วารสารสังคมศาสตร์วิชาการ*, 18(1), 51-53.
- พัชรี แก้วพิบูลย์ สมบูรณ์ ศิริสรพนานนท์ และสถาพร ม่วงทอง. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารการศึกษาระบบทวิภาคีระดับปริญญาตรีของสถาบันการอาชีวศึกษาร่วมกับสถานประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม. *วารสารวิชาการครุศาสตร์อุตสาหกรรม*, 22(2), 1-13.
- ภัทรสุดา บรรพต. (2565). รูปแบบการวัดและประเมินผลสมรรถนะผู้เรียนอาชีวศึกษา สาขาวิชาช่างอุตสาหกรรม ในยุคดิจิทัล. *วารสารวิชาการครุศาสตร์อุตสาหกรรม*, 23(3), 154-165.
- ภาคตะวัน บุญจิต. (2565). แนวทางการพัฒนาการจัดการศึกษาระบบทวิภาคีของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนแห่งหนึ่งในอำเภอศรีราชา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารการศึกษา]. มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี.
- ภิญโญ ขำประดิษฐ์. (2545). ปัญหาสาเหตุและแนวทางการบริหารระบบทวิภาคี หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพของวิทยาลัยเทคนิคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารการศึกษา]. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วรวิทย์ ศรีตระกูล และ สุนทรผล ไชยชนะ. (2562). มาตรฐานระดับอุดมศึกษาในบริบทของอาชีวศึกษากับการพัฒนาหลักสูตร ระดับปริญญาตรีของสถาบันการอาชีวศึกษา. *วารสารวิจัยและนวัตกรรมทางการอาชีวศึกษา*, 3(1), 1-6.
- สถาบันการอาชีวศึกษาภาคใต้ 3. (2566). รายงานผลการประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน ระดับสถาบัน ประจำปีการศึกษา 2566. สถาบันการอาชีวศึกษาภาคใต้ 3.
- สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. (2562). *เกณฑ์มาตรฐานคุณวุฒิอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการ พ.ศ. 2562*. สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา.
- สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. (2563). *คู่มือการประกันคุณภาพการศึกษาภายใน ระดับปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการ พ.ศ. 2563*. สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา.
- สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. (2567). *ประกาศสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เรื่องแนวทางการปฏิบัติในการบริหารหลักสูตรระดับปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการ พ.ศ. 2567*. กระทรวงศึกษาธิการ.
- สำนักมาตรฐานการอาชีวศึกษาและวิชาชีพ. (2555). *มาตรฐานการอาชีวศึกษา พ.ศ. 2555 เพื่อการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา*. สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา.

English Oral Communication Needs of Kayaking and Rafting Service Providers in Phang Nga Province, Thailand

Rapassak Hetthong^{1*} Thithat Munchu² Sirilak Aransawai³ Jidapa Thonkham⁴ and Pharadon Nudet⁵

¹English for Business Communication Program, Faculty of Liberal Arts and Management Sciences,
Prince of Songkla University, Surat Thani Campus

^{2,3,4,5}International College, Prince of Songkla University, Surat Thani Campus

*Corresponding author's email: rapassak.h@psu.ac.th

Received
April 7, 2025

Revised
September 22, 2025

Accepted
December 20, 2025

ABSTRACT

The quality of service and professionalism demonstrated by local tourism personnel plays a vital role in encouraging repeat visits and positive word-of-mouth recommendations, both of which are essential for sustained growth of tourism development of a destination. One effective strategy for strengthening human resources in local tourism businesses is conducting a training needs survey. The purpose of this study was to investigate the English oral communication needs of kayaking and rafting service providers in Phang Nga Province, Thailand. A mixed-method approach was used to collect data via questionnaires and semi-structured interviews. Both the quantitative and qualitative findings were analyzed using descriptive statistics and thematic analysis, respectively. The findings pointed out that there were highly and moderately necessary communication skills. The functions of everyday conversation and greetings, along with giving directions, were identified as the most essential communicative needs, followed by providing information and making suggestions—both categorized as highly needed. Meanwhile, negotiating and explaining Thai culture were seen as moderately necessary. The findings emphasize the needs for practical and frequently used language functions in kayaking and rafting service encounters, suggesting that English training should be tailored to enable adventure tourism professionals to communicate more effectively. The study recommends that local tourism authorities develop targeted training programs focusing on key communication skills that improve service quality and visitor experience.

Keywords: Nature-based Tourism, English Oral Communication, Kayaking and Rafting Service Providers

Introduction

The introduction of a visa-free policy has significantly increased the number of foreign tourists visiting Thailand, bringing major changes to the country's tourism industry. In 2023, Thailand welcomed 28.15 million foreign tourists (Tourism Authority of Thailand., 2023). In 2024, after implementing the visa-free policy, the number rose to 35.54 million (Tourism Authority of Thailand., 2024). This continuous growth in tourism has had a noticeable impact on many regions. In 2024, Phang Nga province experienced significant post-pandemic tourism recovery, with European visitors accounting for 78% of international arrivals. This growth was supported by substantial developments in hospitality infrastructure and services. (Barnett, 2025). As Phang-Nga has breathtaking landscapes such as Khaolak and the nearby beaches along the Andaman coast, Phang-Nga Bay, national parks and mangrove forests, the province is a desirable destination for nature-based tourism. There are an abundance of tourist spots and activities which allow the tourists to engage with nature while enjoying fun and interesting outdoor experiences. The influx of tourists has boosted the local economy and a growing demand in the adventure and eco-tourism sectors. As Pongchai et al. (2021) noted, the visa-free policy has not only attracted more tourists but has also heightened some tourists' expectations in terms of service standards from the service providers.

The increasing popularity of ecotourism together with outdoor recreational activities demands personnel who possess training and knowledge and adaptability skills to fulfill traveler expectations while adapting to tourism industry changes (Soh et al., 2022). To meet traveler's expectations and demands, it is imperative for the human resources development part of all the organizations from both government and private sectors to address communication barriers between local tourism stakeholders (Wong and Srisuk, 2020) and to sustain the tourism destinations and maintain market competitiveness. (Tan et al., 2019) and the curriculum in hospitality and tourism needs to match the requirements of the industry (Arafah, 2019). This research aims to identify the English communication needs of tourism staff in an underexplored area of kayaking and rafting businesses.

English for Specific Purposes (ESP) has evolved from a grammar-oriented approach into a dynamic, learner-centered approach guided by needs analysis and discourse practices. While its definition has shifted over time, ESP has consistently prioritized addressing learners' specific language needs (González Ramírez, 2015). English for Tourism and Hospitality Purposes

(ETHP) is a subset of ESP that caters to the linguistic demands of the tourism and hospitality Industry. Professionals in this sector, such as kayaking and rafting service providers in Phang Nga Province, require proficiency in English to effectively communicate with international guests. English for Tourism and Hospitality Purposes (ETHP) plays a crucial role in equipping students with effective communication skills tailored to industry needs (Manusamy and Kaliappen, 2024). Here are several examples of research studies in English for Tourism and Hospitality Purposes (ETHP).

Several studies have focused on the vital role of English language proficiency in the tourism industry, regarding it as a medium of communication across diverse cultures (Baker, 2009; Kongkerd, 2013; Leslie and Russell, 2006; Manusamy and Kaliappen, 2024). Additionally, tourism professionals must possess the ability to understand tourists who are from other cultures to meet their needs (Astawa and Wijaya, 2024; Block, 2010; Blue, 2003; Laborda, 2009). Finally, the skills emerged as the most frequently used and needed in the recent studies in South-east Asia were listening, followed closely by speaking (Chumphong and Chau-in, 2020; Ijabah and Amrullah, 2023; Namtapi, 2022). Common communication challenges included understanding fast speech, dealing with different accents, limited vocabulary and lack of confidence.

Research Objective

To identify and analyze the English communication needs of kayaking and rafting service providers in Phang Nga Province, Thailand.

Research Methodology

Research Design and Instruments

This study employed a mixed-method approach to investigate the English communication needs of kayaking and rafting service providers in Phang Nga Province. The questionnaire and semi-structured interview questions were adapted from Namtapi's (2022) study, Needs Analysis: English for Specific Purposes for Tourism Personnel in Ayutthaya, which includes 16 questionnaire items.

Participants

Participants were selected by using clear inclusion criteria: each had at least six months of professional experience and regular interaction with English speaking tourists. From the population of 87 individuals who met the inclusion criteria, surveying the entire group was

not feasible due to availability and willingness. Accordingly, a purposive sampling method was adopted, with random selection procedure applied within the accessible pool to reduce potential bias. While the non-probability design limits full generalizability, these steps strengthened internal validity and promoted moderate reliability of the findings (Kumar, 2019).

Pilot Study

A pilot study was conducted with 30 kayaking and rafting service providers in Khao Sok National Park, Klong Sok, and Klong Saeng to assess the reliability of the questionnaire. The reliability was measured using Cronbach's alpha, which yielded a coefficient of 0.682. In this process, seven questionnaire items were removed, as more than ten participants indicated that they did not need to communicate in English for those purposes. After deleting these seven items, the reliability was measured using Cronbach's alpha, which yielded a coefficient of 0.831 and the final version of the questionnaire consisted of nine items.

Data Collection and Data Analysis

A total of 62 kayaking and rafting service providers completed a nine-item questionnaire. Mean scores were used to assess the importance and frequency of English oral communication needs. Additionally, semi-structured interviews with 11 participants were analyzed using Braun and Clarke's (2006) six-phase thematic analysis to identify key communication themes, offering deeper insights into the specific language demands faced in their daily professional interactions.

Findings

The findings of this study begin with the characteristics of the participants, followed by their English oral communication needs as shown in Table 1.

The majority of the participants were male service providers (90.30%). In terms of age, the two largest groups were aged 21-30 years (32.26%) and 31-40 years (32.26%), followed by 41-50 years (20.96%) and 51-60 years (14.52%). According to their educational background, most had completed lower secondary school (58.05%), while others had completed upper secondary school (24.18%), diplomas (14.52%) or bachelor's degrees (3.25%) respectively. Their work experiences in kayaking and rafting varied, with 35.48% having 1-5 years, 37.10% having 6-10 years, and 27.42% having more than 10 years.

Table 1 The English Oral Communication Needs of Kayaking and Rafting Service Providers in Phang Nga Province

English Oral Communication Needs	$\bar{X}$	S.D.	Level
1. Everyday conversations and greetings	4.52	.67	Very High
2. Providing information	4.13	.71	High
3. Making suggestions	3.98	.91	High
4. Discussing numerical information	3.92	.77	High
5. Explaining Thai culture	3.21	.77	Moderate
6. Requesting help	3.84	.68	High
7. Offering assistance	3.85	.72	High
8. Negotiating	3.34	.70	Moderate
9. Giving directions	4.31	.71	Very High

As presented in Table 1, this study investigated the English oral communication needs of kayaking and rafting service providers in Phang Nga Province, with a focus on key communicative functions used in interactions with tourists. The results show a clear distinction between communication skills considered highly necessary and those seen as moderately necessary by the participants. Among the identified needs, "everyday conversation and greetings" received the highest mean score ($\bar{X} = 4.52$), placing it in the "very high" category. This highlights its essential role in facilitating effective communication between service providers and tourists. The less but still highly important communicative functions were giving directions ($\bar{X} = 4.31$), providing information ($\bar{X} = 4.13$), making suggestions ($\bar{X} = 3.98$), discussing numerical information ($\bar{X} = 3.92$), offering assistance ($\bar{X} = 3.85$) and requesting help ($\bar{X} = 3.84$). Their need levels were categorized as "high" suggesting their frequent use in real-life service encounters, emphasizing their significance in facilitating smooth and effective communication with tourists. However, there are two communicative functions that were perceived as moderately necessary. These include negotiating ($\bar{X} = 3.34$) and explaining Thai culture ($\bar{X} = 3.21$).

The findings from the semi-structured interviews elaborates on the communicative functions in English and the challenges encountered when communicating in English with foreign tourists, as follows:

1. When do the kayaking and rafting service providers communicate using English

Many responses emphasized the continued use of English from the beginning to the end of the service experience. Several participants reported initiating communication with tourists in English during the booking inquiry stage, either via telephone or online chat. When tourists arrive at the kayaking or rafting spot, English is used to welcome them and provide basic instructions. They also reported their English use during specific tourism activities such as boat trips or rafting tours or explaining wildlife and environment.

2. Communication Challenges with Foreign Tourists

Based on the semi-structured interview results, four themes emerged from the responses: 1) Accents and pronunciation difficulties, 2) Limited English proficiency of service providers. 3) Non-English-speaking tourists and 4) Communication anxiety.

2.1. Accents and Pronunciation Difficulties

Participants frequently mentioned challenges in understanding the diverse accents of international tourists, particularly those whose speech patterns differ markedly from standard English pronunciation.

“Some tourists speak from the throat. I can't catch the words clearly.”

“Chinese accents are hard to understand even if they speak English”

2.2 Limited English Proficiency of Service Providers

A significant number of participants acknowledge their own lack of confidence and limited vocabulary as barriers to effective communication.

“I worry about using the wrong words because I didn't study English much.”

“Sometimes I don't know how to explain things in English properly.”

2.3 Non-English-Speaking Tourists

Some tourists were reported to have no English language ability at all, leading to complete communication breakdowns.

“Some tourists don't speak English at all, so we just use gestures or point to things.”

“When they speak only their language, I don't know what to do.”

2.4 Communication anxiety

Emotional responses such as fear of misunderstanding or making mistakes contributed to hesitation or avoidance in communication.

“I feel nervous when speaking English because I might say the wrong thing.”

“Even when I know the words I hesitate because I'm not confident.”

Discussions

The key communicative functions identified as highly necessary by the participants in this study include everyday 1) conversations and greetings, 2) giving directions, 3) providing information, 4) making suggestions, 5) discussing numerical information, such as stating prices, 6) offering assistance and 7) requesting help. These findings align with those of Namtapi (2022), reinforcing the importance of fundamental conversational skills among service providers. The ability to engage in effective communication, particularly through friendly and authentic interactions, has been consistently linked to enhanced customer satisfaction and improved overall service experiences (Ouhammou and Manar, 2025; Saragih, 2024). Additionally, the study highlights other important but moderately required communicative functions, namely 1) explaining Thai culture and 2) negotiating. While these functions contribute to effective English communication in service encounters, their comparatively lower perceived necessity suggests that the core interactions in such settings primarily revolve around basic conversational exchanges.

From the semi-structured interviews, five participants have recognized the necessity of enhancing their English language proficiency, particularly in speaking and listening, as crucial for effective communication in the tourism industry as similarly found in previous literatures (Chumphong and Chuai-in, 2020; Ijabah and Amrullah, 2023; Kholidi et al., 2022; Namtapi, 2022; Nguyen and Modehiran, 2023; Nomnian et al., 2020). Writing and reading skills are considered secondary but still important for specific tasks such as online communication and promotional activities. Furthermore, understanding various accents and speech patterns from different nationalities is considered a key challenge (Chumphong and Chuai-in, 2020; Namtapi, 2022). The kayaking and rafting service providers reported that they do not communicate extensively on a daily basis like tourist guides, tour operators, or tourist assistants at airports. As a result, their need for English communication is lower and so is their communication ability.

Conclusions

This paper highlights the vital role of English in the tourism industry. This implies that individuals working in the tourism sector, including tour guides, hotel employees, and travel

agents, must develop strong English language skills to communicate effectively with international visitors (Schneider, 2024). In kayaking and rafting services and other job roles within tourism businesses, clear and effective communication plays a crucial role in improving the tourist experience and ensuring safety. Effective communication strengthens safety procedures and improves the overall tourist experience by ensuring that visitors feel well-informed and engaged (Kovalenko et al., 2024).

Implications, Limitations and Recommendations

It can be implied from the results of this study that local organizations in charge of training tourism personnel in Phang Nga and other destinations alike, such as Phang Nga Institute for Development and the Phang Nga Provincial Office of Tourism and Sports should introduce specialized English training programs that are customized to meet the specific needs of tourism workers.

Although several findings in this study align with prior research, because the study focused on a single tourist destination and was limited to water- and nature-based activities such as kayaking and rafting, some aspects of English used in other tourism sectors may not have been captured.

Future research could explore the challenges faced by tour guides working in nature-based tourism to gain a deeper understanding of their experiences or examine the communication strategies used by tourism professionals with limited English proficiency to identify effective methods for improving their interactions with tourists. Experiential learning in university tourism programs is essential for equipping students with practical communication skills, particularly in English, which prepare them for both language proficiency and real-world scenarios they encounter in their career.

References

- Arafah, B. (2019). Needs Analysis on English for Vocational Purpose for Students of Hospitality Department. *KnE Social Sciences*, 3(19), 344–387. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i19.4869>
- Astawa, I. G. S., and Wijaya, E. A. (2024). English Proficiency and Cultural Competence for Tourism Professionals in the Globalized Tourism Industry. *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, 4(2), 1–16. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v4i2.87>

- Baker, W. (2009). Language, Culture and Identity through English as a Lingua Franca in Asia: Notes from the Field. *The Linguistics Journal*, 4(1), 8-35.
- Barnett, B. (2025, May). *Khao Lak and Phang Nga Tourism Sector Gains Momentum with Infrastructure and Hospitality Investment*. The Thaiger.
<https://thethaiger.com/thai-life/property/property-news/khao-lak-and-phang-nga-tourism-sector-gains-momentum-with-infrastructure-and-hospitality-investment>
- Block, D. (2010). Globalization and Language Teaching. In N. Coupland (Ed.), *The Handbook of Language and Globalization* (pp. 287-304). Wiley-Blackwell.
<https://doi.org/10.1002/9781444324068.ch12>
- Blue, G. M. (2003). Language Learning, Cultural Understanding, and Economic Performance: A Study of the Contribution of Foreign Language Learning to the Tourism Industry. *Journal of Teaching in International Business*, 14(2-3), 55-76.
- Braun, V. and Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Chumphong, O. and Chuai-in, P. (2020). The Use of English Language in Tourism Workplaces in Pakmeng Beach Area, Trang Province. *ABAC ODI JOURNAL Vision. Action. Outcome*, 7(1), 132-144. <https://assumptionjournal.au.edu/index.php/odijournal/article/view/4029>
- González Ramírez, C. (2015). English for Specific Purposes: Brief History and Definitions. *Revista de Lenguas Modernas*, 23, 1–6. <https://doi.org/10.15517/rlm.v0i23.22359>
- Ijabah, N. and Amrullah, Q. L. (2023). Need Analysis of English Tourism: The Evidence from The Employees of Tourism Industry. *Acitya: Journal of Teaching and Education*, 5(2), 214–226. <https://doi.org/10.30650/ajte.v5i2.3590>
- Kholidi, M. A., et al. (2022). Needs Analysis of English Language Use in Tourism Industry in Selangor, Malaysia. *LSP International Journal*, 9(1), 123–136.
<https://doi.org/10.11113/lspi.v9.18285>
- Kongkerd, W. (2013). The Importance of English Language Skills in the Tourism Sector: A Comparative Study of Students' and Employees' Perceptions in Croatia. *Almatourism: Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 4(7), 10-23.
- Kovalenko, O. V., et al. (2024). Training of the Future Tourist Guides for Intercultural Communicative Interaction within Professional Activity. *Scientific Herald of Uzhhorod University*, 2024 (55), 1761–1771. DOI: 10.54919/physics/55.2024.176br1

- Kumar, R. (2019). *Research Methodology: A Step-by-Step Guide for Beginners (5th ed.)*. London: Sage Publications Limited.
- Laborda, J. G. (2009). Using Webquests for Oral Communication in English as a Foreign Language for Tourism Studies. *Educational Technology & Society*, 12(1), 258-270
<http://www.jstor.org/stable/jeductechsoci.12.1.258>
- Leslie, D., and Russell, H. (2006). The Importance of Foreign Language Skills in the Tourism Sector: A Comparative Study of Student Perceptions in the UK and Continental Europe. *Tourism Management*, 27(6), 1397-1407.
- Munusamy, P. and Kaliappen, N. (2024). English for Tourism and Hospitality Purposes. In: Sharma, A. (eds) *International Handbook of Skill, Education, Learning, and Research Development in Tourism and Hospitality. Springer International Handbooks of Education*. Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-99-3895-7_18-1.
- Namtapi, I. (2022). Needs Analysis of English for Specific Purposes for Tourism Personnel in Ayutthaya. *LEARN Journal: Language Education and Acquisition Research Network*, 15(1), 409-439.
- Nguyen, D. T. and Modehiran, P. (2023). English for Tour Operators and Tour Guides: Learning Needs from Stakeholders' Voices. *The Scholar: Human Sciences*, 15(2), 207-217.
<http://www.assumptionjournal.au.edu/index.php/Scholar>
- Nomnian, S., et al. (2020). Language and Community-Based Tourism: Use, Needs, Dependency, and Limitations. *Austrian Journal of South-East Asian Studies*, 13(1), 57-74.
- Ouhammou, S. and Manar, O. (2025). The Impact of Communication Art in Resolving Customer Complaints. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 8(12), 1560-1574. <https://doi.org/10.47772/ijriss.2024.8120132>
- Pongchai, P., et al. (2021). Impacts of the Visa-Free Policy on Thailand's Tourism Industry: A Case Study of Foreign Tourist Influx. *Journal of Tourism Management*, 42(2), 157-174.
<https://doi.org/10.1016/j.jtm.2021.05.003>
- Saragih, H. S. (2024). Genuine Small Talk in Hospitality Services Encounter. *Consumer Behavior in Tourism and Hospitality*, 19(2), 237-252. <https://doi.org/10.1108/cbth-09-2023-0164>

- Schneider, E. W. (2024). English in Southeast Asian Tourism. In A. J. Moody (Ed.), *The Oxford Handbook of Southeast Asian Englishes* (pp. 706–728). Oxford Academic Online.
DOI: 10.1093/oxfordhb/9780192855282.013.40
- Soh, A.-N., et al. (2022). Identifying Core Indicators of Sustainable Competitiveness for Malaysian Tourism. *Asian Journal of Business Research*. 12(3), 82-101.
DOI: 10.14707/ajbr.220136
- Tourism Authority of Thailand. (2023). *Thailand Welcomed Over 28 Million Foreign Tourists in 2023*. Thailand.go.th. <https://thailand.go.th/issue-focus-detail/thailand-welcomed-over-28-million-foreign-tourists-in-2023>
- Tourism Authority of Thailand. (2024). Thailand Welcomes Over 35 Million Visitors in 2024: A Milestone Paving the way for 2025. TAT Newsroom.
<https://www.tatnews.org/2024/12/thailand-welcomes-over-35-million-visitors-in-2024-a-milestone-paving-the-way-for-2025/>
- Tan, S., et al. (2019). Human Resource Development in Nature-Based Tourism: Strategies for Sustainable Growth in Thailand. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(1), 45–63. <https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1234567>
- Wong, P., and Srisuk, M. (2020). Bridging Language Gaps in the Thai Eco-Tourism Sector: The Role of English Communication in Adventure Tourism. *International Journal of Tourism Research*, 22(3), 200–215. <https://doi.org/10.1002/jtr.22345>

แนวทางพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล

สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น

Guidelines for Developing Innovative Leadership for School Administrators in Digital Era under the Office Affiliation of Vocational Education, Khon Kaen Province

ผดุงศักดิ์ ธาณี^{1*} อาทิตย์ ฉัตรชัยพลรัตน์² และ กุหลาบ ปุริสาร³

Padungsak Thani^{1*} Artit Chutchaipolrut² and Kularb Purisarn³

^{1,2,3}หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา วิทยาลัยบัณฑิตเอเซีย

^{1,2,3}Master of Education Program, In Educational Administration, College of Asian Scholars

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

วันที่รับบทความ (Received)

17 มิถุนายน 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

16 กันยายน 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

18 ธันวาคม 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารอาชีวศึกษา และ 2) ศึกษาแนวทางพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารอาชีวศึกษาในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยทั้งหมดจำนวน 257 คน คือ ผู้บริหารอาชีวศึกษา จำนวน 52 คน และครูผู้สอน จำนวน 205 คน สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบตอบสนองคู่ (Dual Response Format) ชนิด 5 ระดับ เครื่องมือแบบสัมภาษณ์มีโครงสร้างและแบบประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้เทคนิค (PNI_{modified}) ในการจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น

ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพปัจจุบันของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารอาชีวศึกษา โดยภาพรวมและรายด้าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สภาพที่พึงประสงค์ของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารอาชีวศึกษา โดยภาพรวมและรายด้าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนความต้องการจำเป็นของการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารอาชีวศึกษา สำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น โดยภาพรวมมีค่าดัชนีความต้องการจำเป็น PNI_{Modified} = 0.141 เมื่อพิจารณารายด้าน เรียงลำดับความต้องการจำเป็นจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการมีความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรม ด้านการเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง ด้านการมีกลยุทธ์นวัตกรรม ด้านการมีความกล้าเสี่ยงต่อนวัตกรรม และด้านการมีวิสัยทัศน์นวัตกรรม ตามลำดับ 2) แนวทางพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล

สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น มีทั้งหมด 15 แนวทาง และผลการความเหมาะสมและความเป็นไปได้ โดยภาพรวมมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ ($\bar{X} = 4.24$, S.D.= 0.65) อยู่ในระดับมากและความเป็นไปได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.35$, S.D.= 0.61)

คำสำคัญ : ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม, ผู้บริหารสถานศึกษา, แนวทางการพัฒนา, ยุคดิจิทัล

ABSTRACT

This research aimed 1) to study the current situation, desired situation, and essential needs of the innovative leadership of educational administrators, and 2) to explore the development guidelines for innovative leadership of educational administrators in the digital era under the Office of Vocational Education, Khon Kaen Province. The total sample consisted of 257 individuals including 52 educational administrators and 205 teachers under the Office of Vocational Education, Khon Kaen Province. The research instrument were a dual-response format questionnaire with a five-point scale, the interview tool included a structured interview and an evaluation form for appropriateness and feasibility. The data analysis used were frequency, percentage, mean, standard deviation, and the Modified Priority Needs Index (PNI_{modified}) to prioritize essential needs.

The findings shown that; 1) the current innovative leadership of educational administrators, both overall and by dimension, had a high level mean score. The desired situation of innovative leadership had a high level mean score, both overall and by aspect. Regarding the essential needs for the development of innovative leadership, the overall priority needs index PNI_{Modified} = 0.141 When considering each dimension, the ranking of essential needs from highest to lowest were; creativity and innovation, leadership in change, innovation guidelines, willingness to take risks for innovation, and visionary leadership, 2) the development guidelines for innovative leadership of educational administrators in the digital era under the Office of Vocational Education, Khon Kaen Province included 15 guidelines. The evaluation of appropriateness had a mean score of ($\bar{X} = 4.24$, S.D.= 0.65), indicating a high level of appropriateness, and feasibility had a mean score of ($\bar{X} = 4.35$, S.D.= 0.61), indicating a high level of feasibility.

Keywords: Innovative Leadership, Educational Administrator, Development Guidelines, Digital Era

บทนำ

ในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีและข้อมูลข่าวสารก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว การพัฒนาผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารศึกษาในสถานศึกษาอาชีวศึกษาจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ไม่สามารถละเลยได้ เนื่องจากผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และความสามารถในการปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงนี้สามารถสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพ ตอบสนองความต้องการของผู้เรียนและสังคมได้ดียิ่งขึ้น การพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงทางการศึกษาผ่านเทคโนโลยีใหม่ ๆ และการปรับตัวในโลกที่เต็มไปด้วยข้อมูลและการเชื่อมต่อที่รวดเร็ว 1) การปรับตัวของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลได้เปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินงานของสถานศึกษา โดยเฉพาะในด้านการเรียนการสอน การสื่อสารระหว่างครูและนักเรียน การจัดการข้อมูลและทรัพยากรต่าง ๆ ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้บริหารสามารถนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาในรูปแบบที่สร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพ การมีภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารจะช่วยให้ผู้บริหารสามารถตัดสินใจและดำเนินการได้อย่างมีวิสัยทัศน์ โดยไม่กลัวการเปลี่ยนแปลงและพร้อมที่จะทดลองใช้วิธีการใหม่ ๆ ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบันผู้บริหารสถานศึกษาที่มีภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมจะมีความสามารถในการสร้างแรงบันดาลใจให้กับครูและบุคลากรในโรงเรียนในการใช้เทคโนโลยีและเครื่องมือดิจิทัลในการสอนและการบริหารจัดการ การเปิดรับการเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้นำที่สามารถนำพาสถานศึกษาผ่านอุปสรรคและปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงในโลกยุคดิจิทัล 2) การส่งเสริมและพัฒนาทักษะในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมในผู้บริหารสถานศึกษายังหมายถึงการส่งเสริมทักษะในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลให้เกิดประโยชน์สูงสุด ผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์จะต้องเป็นแบบอย่างในการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปรับปรุงการสอน การจัดการเรียนการสอนในรูปแบบออนไลน์ หรือแม้แต่การใช้เครื่องมือดิจิทัลในการบริหารจัดการเวลา การเงิน และการสื่อสารระหว่างภาคีต่าง ๆ ในสถานศึกษาการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัยจะช่วยให้ผู้บริหารสามารถตรวจสอบผลการเรียนการสอนและปรับเปลี่ยนกระบวนการต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ 3) การสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้และนวัตกรรมผู้บริหารที่มีภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมจะสามารถสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้และนวัตกรรมในสถานศึกษาได้ โดยการสนับสนุนการเรียนรู้ในทุกรูปแบบทั้งในและนอกห้องเรียน การเปิดโอกาสให้ครูและนักเรียนมีส่วนร่วมในการทดลองวิธีการสอนหรือแนวคิดใหม่ ๆ และใช้เทคโนโลยีในการเรียนรู้แบบที่เน้นการคิดวิเคราะห์และการสร้างสรรค์ การสร้างวัฒนธรรมดังกล่าวจะช่วยให้สถานศึกษาสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดแรงงานที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในด้านอาชีวศึกษา ที่ต้องเตรียมพร้อมให้กับนักเรียนในการเรียนรู้ทักษะใหม่ ๆ ที่สามารถนำไปใช้ในอาชีพได้จริง 4) การพัฒนาผู้นำให้มีทักษะทางสังคมและความสามารถในการบริหารจัดการในยุคดิจิทัล การพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมยังหมายถึงการเสริมสร้างทักษะทางสังคมและความสามารถในการบริหารจัดการ ทั้งในด้านการจัดการคนและการจัดการกระบวนการต่าง ๆ ผู้บริหารต้องมีทักษะในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับบุคลากรในองค์กร ตลอดจนสามารถทำงานร่วมกับทุกฝ่าย

ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ และการสนับสนุนให้บุคลากรสามารถคิดริเริ่มสิ่งใหม่ ๆ จะช่วยให้สถานศึกษามีการพัฒนาอย่างยั่งยืน การมีผู้นำที่สามารถจัดการกับการเปลี่ยนแปลงและความท้าทายในด้านเทคโนโลยีจะทำให้สถานศึกษาสามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้เรียนและสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ (พจน์ เจริญสันเทียะ, 2567)

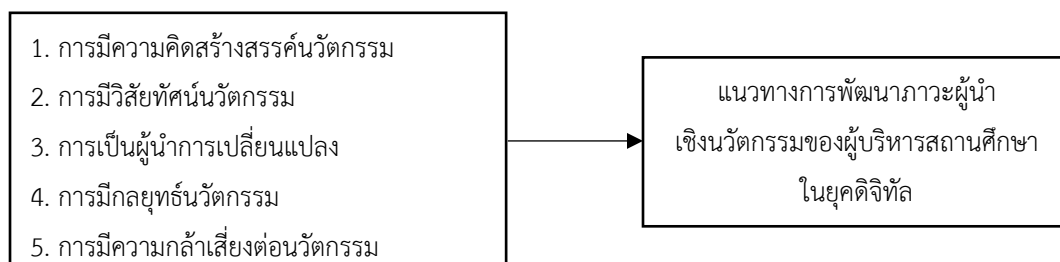
ดังนั้นผู้วิจัยสนใจศึกษาเกี่ยวกับ แนวทางพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น มุ่งหวังให้เกิดประโยชน์ เพื่อเป็นข้อมูลสารสนเทศในการวางแผนพัฒนาการบริหารงานในการสร้างนวัตกรรมที่ใช้ในสถานศึกษา และเป็นแนวทางพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่นอันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนายังผลักดันส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารศึกษา ตลอดจนสามารถสร้างให้บุคลากรและองค์กรทางการศึกษาไทยให้สามารถพัฒนาสู่องค์กรที่มีมาตรฐานระดับสากลได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ การพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น เกิดจากการตระหนักถึงความสำคัญของการใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาการศึกษาในยุคที่เทคโนโลยีและนวัตกรรมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การพัฒนาผู้นำที่มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการและการเรียนการสอนจึงเป็นเรื่องสำคัญที่จะช่วยยกระดับคุณภาพการศึกษาและเตรียมความพร้อมให้กับผู้เรียนในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของโลกในอนาคต

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์และความต้องการจำเป็นภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ จากการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัยจึงได้สังเคราะห์เนื้อหาองค์ประกอบภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ประกอบไปด้วย 5 ด้าน ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษารั้ครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ข้อมูลที่ได้เป็นข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์และความต้องการจำเป็นของผู้บริหารอาชีวศึกษา และแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น มีวิธีดำเนินการวิจัยแบบออกเป็น 2 ระยะดังนี้

ระยะที่ 1 ศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์และความต้องการจำเป็นของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารและครูผู้สอนในอาชีวศึกษาภาครัฐ จังหวัดขอนแก่น จำนวน 205 คน (สถานศึกษาในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น, 2568) มีสถานศึกษาจำนวน 12 แห่ง ประกอบไปด้วย วิทยาลัยเทคนิคขอนแก่น วิทยาลัยเทคนิคน้ำพอง วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีขอนแก่น วิทยาลัยเทคนิคนครขอนแก่น วิทยาลัยเทคนิคชุมแพ วิทยาลัยการอาชีพกระนวน วิทยาลัยการอาชีพบ้านไผ่ วิทยาลัยการอาชีพพล วิทยาลัยการอาชีพขอนแก่น และวิทยาลัยเทคโนโลยีและการจัดการหนองสองห้อง การวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ครูผู้สอนในอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น จำนวน 205 คน สุ่มแบบเจาะจงใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพปัจจุบัน และสภาพที่พึงประสงค์และความต้องการจำเป็นของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น ที่มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบตอบสนองคู่ (Dual – Response Format) โดยกำหนดเกณฑ์ระดับสภาพปัจจุบัน และสภาพที่พึงประสงค์ของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น เป็น 5 ระดับ ตามแนวคิดของ Likert (บุญชม ศรีสะอาด, 2560)

การตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่นำไปทดลองใช้ (Try Out) ได้รับกลับคืน นำมาวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Discrimination) โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน โดยการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม (Item Total Correlation) และเลือกข้อคำถามที่มีค่าอำนาจจำแนก ตั้งแต่ 0.40 ขึ้นไป โดยพบว่าข้อคำถามผ่านเกณฑ์ทุกข้อ โดยสภาพปัจจุบันมีค่าอำนาจจำแนกรายข้อ ตั้งแต่ 0.455 - 0.902 และสภาพที่พึงประสงค์ มีค่าอำนาจจำแนกรายข้อ ตั้งแต่ 0.411- 0.904 และหาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบาค โดยการหาค่าความเชื่อมั่นสภาพปัจจุบัน เท่ากับ 0.985 และค่าความเชื่อมั่นสภาพที่พึงประสงค์ เท่ากับ 0.985

วิธีรวบรวมข้อมูลวิจัย

1. ผู้วิจัยดำเนินการขอหนังสือจากคณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์ วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ถึงผู้อำนวยการอาชีวศึกษา สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น เพื่อขออนุญาตและอำนวยความสะดวกในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหารสถานศึกษาและครู สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษา จังหวัดขอนแก่น และบุคลากรทางการศึกษา สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น

2. นำแบบสอบถามที่ได้ส่งไปยังผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทุกคนโดยผู้วิจัย ดำเนินการจัดส่งด้วยตนเอง ในรูปแบบออนไลน์พร้อมหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ไปที่สำนักงาน สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น โดยผู้วิจัยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามใน Google Form ผ่านระบบ QR Code

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การศึกษาสภาพภาพของกลุ่มตัวอย่างวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ นำเสนอข้อมูล เป็นตารางแสดงจำนวนร้อยละ

2. การศึกษาเกี่ยวกับสภาพปัจจุบัน และสภาพที่พึงประสงค์ของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของ ผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น โดยการหาค่าเฉลี่ย (μ) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด, 2560)

3. วิเคราะห์จัดลำดับความสำคัญความต้องการจำเป็นโดยใช้สูตร $PNI_{Modified}$ ของ นงลักษณ์ วิรัชชัย และ สุวิมล ว่องวานิช

ระยะที่ 2 แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น

ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัย ระยะที่ 2

กลุ่มเป้าหมายในการสัมภาษณ์ ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาที่ได้รับรางวัลคุณภาพ ด้านการบริหาร สถานศึกษา จำนวน 7 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์มีโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับแนวทาง ในการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษา จังหวัดขอนแก่น มีลักษณะเป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง ในแบบสัมภาษณ์นี้ ผู้วิจัยได้นำผลที่ได้ จากการศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษา ในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่นมาจัดทำแบบสัมภาษณ์

การตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยนำเสนอร่างแบบสัมภาษณ์ไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน เพื่อให้ได้คำถามที่ตรงตาม แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษา จังหวัดขอนแก่นตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) และความตรงตามวัตถุประสงค์

(Objective Validity) หรือค่า IOC โดยค่าความเชื่อมั่นสภาพปัจจุบัน เท่ากับ 0.982 และค่าความเชื่อมั่นสภาพที่พึงประสงค์ เท่ากับ 0.950 ใช้วิธีของโรวินลลีและแฮมเบิลตัน Rovinelli & R.K. Hambleton (สมนึก ภัททิยธนี, 2551)

วิธีรวบรวมข้อมูลวิจัย

1. ผู้วิจัยดำเนินการขอหนังสือจากคณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์ วิทยาลัยบัณฑิตเอเซีย เพื่อแนะนำตัวผู้วิจัยในการติดต่อหน่วยงานที่เก็บข้อมูล
2. ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยการจดบันทึก เครื่องบันทึกเสียงและกล้องถ่ายภาพดิจิทัลแล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การประเมินความเหมาะสม ความเป็นไปได้ของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น โดยการหาค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด, 2560)

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ระยะที่ 1 ศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์และความต้องการจำเป็นของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น และการจัดลำดับความต้องการจำเป็นโดยรวม และรายด้าน

องค์ประกอบ ผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหาร สถานศึกษาในยุคดิจิทัล	สภาพปัจจุบัน			สภาพที่พึงประสงค์			ความต้องการจำเป็น	
	$\bar{X}$	S.D.	แปลความ	$\bar{X}$	S.D.	แปลความ	PNI modified	ลำดับที่
1. การมีความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม	3.55	0.23	มาก	4.85	0.25	มากที่สุด	0.268	1
2. การมีวิสัยทัศน์นวัตกรรม	3.97	0.16	มาก	4.05	0.20	มาก	0.020	5
3. การเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง	3.79	0.23	มาก	4.86	0.24	มากที่สุด	0.221	2
4. การมีกลยุทธ์นวัตกรรม	3.76	0.23	มาก	4.82	0.21	มากที่สุด	0.219	3
5. การมีความกล้าเสี่ยงต่อ นวัตกรรม	3.87	0.24	มาก	4.83	0.20	มากที่สุด	0.198	4
รวม	3.79	0.16	มาก	4.68	0.13	มากที่สุด	0.141	-

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น และการจัดลำดับความต้องการจำเป็น โดยรวมและรายด้าน พบว่า ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น **สภาพปัจจุบัน** โดยภาพรวมและรายด้าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.16) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การมีวิสัยทัศน์นวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.16), การมีความกล้าเสี่ยงต่อนวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.24), การเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.23) การมีกลยุทธ์นวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.23) และการมีความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 3.55$, S.D. = 0.23) ตามลำดับ **สภาพที่พึงประสงค์** โดยภาพรวมและรายด้าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ ($\bar{X} = 4.68$, S.D. = 0.16) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.86$, S.D. = 0.24), การมีความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.85$, S.D. = 0.25) การมีความกล้าเสี่ยงต่อนวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.20) การมีกลยุทธ์นวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.82$, S.D. = 0.21) และการมีวิสัยทัศน์นวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.20) ตามลำดับ และ**การประเมินความต้องการจำเป็น**ของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น โดยภาพรวม มีค่าดัชนีความต้องการจำเป็น $PNI_{Modified} = 0.141$ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านการมีความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรม มีค่าดัชนีความต้องการจำเป็นมากที่สุด ($PNI_{Modified} = 0.268$) รองลงมาด้านการเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีค่าดัชนีความต้องการจำเป็น ($PNI_{Modified} = 0.221$), ด้านการมีกลยุทธ์นวัตกรรม มีค่าดัชนีความต้องการจำเป็น ($PNI_{Modified} = 0.219$), ด้านการมีความเสี่ยงต่อนวัตกรรม มีค่าดัชนีความต้องการจำเป็น ($PNI_{Modified} = 0.198$) และด้านการมีวิสัยทัศน์นวัตกรรม มีค่าดัชนีความต้องการจำเป็น ($PNI_{Modified} = 0.020$) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเหมาะสม และความเป็นไปได้ของแนวทาง
การพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษา
จังหวัดขอนแก่น โดยรวมและรายด้าน

ข้อ	การพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหาร สถานศึกษาในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น	ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้		
		$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1) ด้านการมีความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรม							
1	ผู้บริหารสถานศึกษามีความสามารถในการสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรคิดสร้างสรรค์และพัฒนานวัตกรรมในองค์กร	4.12	0.80	มาก	4.10	0.83	มาก
2	ผู้บริหารสถานศึกษานำความรู้และประสบการณ์มาประยุกต์ใช้ร่วมกับเทคโนโลยีเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.53	0.68	มากที่สุด	4.51	0.69	มากที่สุด
3	ผู้บริหารสถานศึกษามีทัศนคติที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ปัจจุบัน ไม่ยึดติดกับการบริหารงานแบบเดิม	4.08	0.82	มาก	4.12	0.80	มาก
2) ด้านการมีวิสัยทัศน์นวัตกรรม							
4	ผู้บริหารสถานศึกษามีวิสัยทัศน์ที่เป็นรูปธรรมชัดเจนทันสมัยและสร้างสรรค์	3.90	0.54	มาก	4.25	0.75	มาก
5	ผู้บริหารสถานศึกษามีการกำหนดวิสัยทัศน์ที่สอดคล้องกับนโยบายของ สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (สอศ.)	4.11	0.69	มาก	4.41	0.66	มาก
6	ผู้บริหารสถานศึกษามีความสามารถในการปรับเปลี่ยนวิสัยทัศน์ของตนให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลและนวัตกรรม	4.12	0.34	มาก	4.12	0.40	มาก
3) ด้านการเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง							
7	ผู้บริหารสถานศึกษามีความสามารถในการนำการเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.10	0.81	มาก	4.61	0.46	มาก
8	ผู้บริหารสถานศึกษามีการประเมินผลและติดตามความคืบหน้าของการนำการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัลและนวัตกรรม	4.61	0.69	มากที่สุด	4.71	0.63	มากที่สุด
9	ผู้บริหารสถานศึกษามีบุคลิก ทำทางที่เหมาะสมกับการสื่อสาร สร้างแรงจูงใจและสามารถควบคุมอารมณ์ตนเองได้	4.22	0.80	มาก	4.32	0.33	มาก
4) ด้านการมีกลยุทธ์นวัตกรรม							
10	ผู้บริหารสถานศึกษามีการทำงานแบบมีส่วนร่วมในการลงมือปฏิบัติและสามารถทำงานร่วมกับกลุ่มคนที่หลากหลายได้	3.89	0.54	มาก	3.98	0.65	มาก

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ข้อ	การพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของ ผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น	ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้		
		$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
11	ผู้บริหารสถานศึกษามีความไว้วางใจและมีความเชื่อมั่น ในความรู้ สามารถปฏิบัติงานได้บรรลุตามเป้าหมายของ สถานศึกษาที่วางไว้	4.23	0.69	มาก	4.33	0.76	มาก
12	ผู้บริหารสถานศึกษามีกลยุทธ์ในการติดตาม และประเมินผลการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใน สถานศึกษา	4.55	0.34	มากที่สุด	4.65	0.42	มากที่สุด
5) ด้านการมีความกล้าเสี่ยงต่อนวัตกรรม							
13	ผู้บริหารสถานศึกษามีความกล้าเสี่ยงในการลงทุนใน เครื่องมือหรือแพลตฟอร์มดิจิทัลใหม่ ๆ	4.47	0.65	มาก	4.62	0.52	มาก
14	ผู้บริหารสถานศึกษามีความกล้าเสี่ยงในการทดลองใช้ เทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาการเรียนการสอน	4.51	0.85	มากที่สุด	4.21	0.57	มาก
15	ผู้บริหารสถานศึกษาสามารถบริหารจัดการสถานศึกษา สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเหตุการณ์ที่เป็น ปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.23	0.45	มาก	4.33	0.68	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมด		4.24	0.65	มาก	4.35	0.61	มาก

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า แนวทางพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น มีทั้งหมด 5 ด้าน 15 แนวทาง มีความเหมาะสมและความเป็นไปได้ เพื่อเป็นแนวทางพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น โดยรวมมีค่าความเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.24$, S.D.= 0.65) อยู่ในระดับมาก และความเป็นไปได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.35$, S.D.= 0.61)

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น ซึ่งสามารถอภิปรายได้ดังนี้

2.1 จากการศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นของแนวทางภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้บริหารสถานศึกษามีศักยภาพในการนำพาองค์กรสู่ความเป็นเลิศ โดยมีจุดเด่นในด้าน ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม ซึ่งสามารถช่วยในการพัฒนาการเรียนการสอนและการบริหารจัดการโรงเรียน การนำเทคโนโลยีและแนวคิดใหม่ ๆ มาใช้ทำให้สถานศึกษาปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงได้ดี รองลงมาคือ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ช่วยขับเคลื่อนองค์กรสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ผ่านการสื่อสารวิสัยทัศน์และการบริหารการเปลี่ยนแปลงอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ผู้บริหารยังมีกลยุทธ์นวัตกรรมที่สามารถวางแผน

และดำเนินการเพื่อพัฒนาการเรียนรู้และเพิ่มขีดความสามารถของสถานศึกษา ความกล้าเสี่ยงในด้านนวัตกรรมที่เปิดโอกาสให้เกิดแนวคิดใหม่ ๆ แม้จะมีความไม่แน่นอน แต่การบริหารความเสี่ยงที่ดีสามารถนำไปสู่ความสำเร็จในระยะยาว สุดท้ายคือ วิสัยทัศน์นวัตกรรม ที่ช่วยให้ผู้บริหารสามารถคาดการณ์แนวโน้มอนาคตและเตรียมความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลง เพื่อยกระดับคุณภาพการศึกษาและสร้างความก้าวหน้าที่ยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของถนอมวรรณ ช่างทอง (2562) ได้วิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาและความเป็นองค์กรดิจิทัลของสถานศึกษา ในอำเภอท่าชนะ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 2

ส่วนสภาพที่พึงประสงค์ของแนวทางภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งผู้บริหารสถานศึกษาควรได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อขับเคลื่อนองค์กรสู่ความเป็นเลิศ โดยมีจุดเด่นในด้าน ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม ซึ่งช่วยให้สามารถคิดนอกกรอบและสร้างแนวทางใหม่ ๆ ในการพัฒนาองค์กร รองลงมาคือ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ที่ช่วยให้ผู้บริหารสามารถปรับตัวและนำพาสถานศึกษาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ในยุคปัจจุบัน นอกจากนี้ กลยุทธ์นวัตกรรม เป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้สามารถวางแผนและดำเนินการเพื่อพัฒนาองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารยังต้องมี ความกล้าเสี่ยงในด้านนวัตกรรม เพื่อเปิดโอกาสให้เกิดการเปลี่ยนแปลง แม้จะมีความไม่แน่นอน และสุดท้ายคือ วิสัยทัศน์นวัตกรรม ซึ่งช่วยให้ผู้บริหารสามารถมองเห็นแนวโน้มอนาคต และนำองค์กรไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ผ่านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและแนวทางใหม่ ๆ อย่างเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สอดคล้องกับงานวิจัย เนาวรัตน์ เยาวนาถ (2562) ได้วิจัยเรื่องแนวทางพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 2

ความต้องการจำเป็นของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น เรียงตามลำดับขององค์ประกอบดังต่อไปนี้ความต้องการจำเป็นของภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารอาชีวศึกษา พบว่า โดยภาพรวมค่าดัชนีความต้องการจำเป็นเท่ากับ 0.141 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแม้ว่าผู้บริหารมีภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมในระดับสูง แต่ยังมีความต้องการพัฒนาในบางด้าน โดยเฉพาะในด้านความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมที่มีความจำเป็นสูงสุด เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ รองลงมาคือการเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ต้องมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนและสามารถสร้างแรงบันดาลใจให้ทีมงานร่วมมือกันในการปรับตัว การมีกลยุทธ์นวัตกรรมจะช่วยให้ผู้บริหารสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนความกล้าเสี่ยงในนวัตกรรมช่วยให้สามารถทดลองแนวทางใหม่ ๆ แม้จะมีความเสี่ยง ในที่สุด วิสัยทัศน์นวัตกรรมที่มีความต้องการต่ำสุดแสดงถึงการขาดการมองเห็นการพัฒนานวัตกรรมในระยะยาว ซึ่งอาจทำให้พลาดโอกาสในการสร้างความได้เปรียบในอนาคตและไม่สามารถพัฒนาองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืนซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

สอดคล้องกับงานวิจัยของพรพิมล อินทรรักษา (2564) ได้วิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต 4

2.2 แนวทางพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น

แนวทางพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 ด้าน มีจำนวน 15 แนวทาง และผลการประเมินความเหมาะสมและมีความเป็นไปได้ในการนำไปใช้เพื่อเป็นแนวทางพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ฅนอมวรรณ ช่างทอง (2562) โดยสรุปแนวทางพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่

ด้านที่ 1 การมีความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรม จากการศึกษาพบว่า ผู้บริหารและครูในสังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น โดยสถานศึกษาได้สร้างบรรยากาศที่ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การรับฟังข้อเสนอแนะ และการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของบุคลากรทุกระดับ เช่น การประชุมระดมความคิด การตั้งคณะทำงาน และการให้โอกาสครูและบุคลากรมีบทบาทในการกำหนดทิศทางโรงเรียน ซึ่งช่วยเพิ่มความรู้สึกเป็นเจ้าขององค์กรและเสริมแรงจูงใจในการทำงาน สถานศึกษาที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ช่วยให้ครูและนักเรียนสามารถทดลองสิ่งใหม่ๆ โดยไม่กลัวการล้มเหลว การเรียนรู้จากความผิดพลาดเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาแนวคิดที่ดีขึ้น ผู้บริหารสามารถส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมโดยการสนับสนุนการพัฒนาตนเองของบุคลากรผ่านการอบรมและการใช้เทคโนโลยีในการทำงาน ความคิดสร้างสรรค์ในสถานศึกษาช่วยให้การเรียนการสอนหลากหลายและทันสมัย พร้อมตอบสนองความต้องการของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 การส่งเสริมการทดลอง การทำงานร่วมกัน และการใช้เทคโนโลยีช่วยให้สถานศึกษาก้าวหน้าในยุคดิจิทัล และเตรียมความพร้อมให้นักเรียนเผชิญกับอนาคตได้อย่างมั่นใจ และสอดคล้องกับคำกล่าวของ เดชา ลุนาวงค์ (2564) ได้วิจัยเรื่อง โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารอาชีวศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ด้านที่ 2 การมีวิสัยทัศน์นวัตกรรม จากการศึกษาพบว่า ผู้บริหารและครูในสังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น ผู้บริหารสถานศึกษาได้ส่งเสริมการสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การรับฟังข้อเสนอแนะ และการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของบุคลากรทุกระดับ เช่น การประชุมระดมความคิด การตั้งคณะทำงาน และการให้ครูและบุคลากรมีบทบาทในการกำหนดทิศทางของโรงเรียน ซึ่งช่วยเสริมสร้างความรู้สึกร่วมเป็นเจ้าขององค์กรและความร่วมมือที่เข้มแข็ง นอกจากนี้ผู้บริหารยังส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตและการปรับตัวต่อความเปลี่ยนแปลงผ่านการอบรม การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และการใช้เทคโนโลยีในการทำงาน ควรสร้างสภาพแวดล้อมที่เปิดโอกาสให้บุคลากรทดลองแนวคิดใหม่ ๆ โดยไม่กลัวการล้มเหลว การที่ผู้บริหารสามารถปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสมยังเป็นสิ่งสำคัญ

เช่น การวิเคราะห์สถานการณ์และการตัดสินใจอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้การมีวิสัยทัศน์ดิจิทัลเป็นตัวแปรสำคัญที่สามารถพยากรณ์ประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ โดยการกำหนดทิศทางในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาตนเองของบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางของการบริหารองค์กรในยุคดิจิทัลที่เน้นวิสัยทัศน์และการใช้เทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับงานวิจัยของพรพิมล อินทรรักษา (2564) ได้วิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครศรีธรรมราช เขต 4

ด้านที่ 3 การเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง จากการศึกษาพบว่า ผู้บริหารและครูในสังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น ผู้บริหารสถานศึกษาได้ให้โอกาสในการทดลองแนวทางใหม่ ๆ และสนับสนุนการคิดหาวิธีแก้ปัญหาหลายด้าน เช่น การใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาการเรียนการสอนและการออกแบบหลักสูตรที่ตอบโจทย์นักเรียน พร้อมทั้งสร้างวัฒนธรรมที่ไม่มองความล้มเหลวเป็นความผิดพลาด แต่เป็นโอกาสในการเรียนรู้ ผู้บริหารควรติดตามความเคลื่อนไหวในวงการการศึกษา และนำข้อมูลใหม่มาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการ นอกจากนี้ การเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ดีต้องมีทักษะในการนำพาองค์กรผ่านการเปลี่ยนแปลง ทั้งในด้านการเรียนการสอนและการใช้เทคโนโลยี พร้อมทั้งสื่อสารวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนและกระตุ้นให้บุคลากรพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง วิสัยทัศน์ที่ชัดเจนช่วยให้การเปลี่ยนแปลงสำเร็จลุล่วง และการพัฒนาบุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญในการเติบโตและความยั่งยืนของสถานศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนอมวรรณ ช่างทอง (2562) ได้วิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาและความเป็นองค์กรดิจิทัลของสถานศึกษา ในอำเภอท่าชนะ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 2

ด้านที่ 4 การมีกลยุทธ์นวัตกรรม จากการศึกษาพบว่า ผู้บริหารและครูในสังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น การให้โอกาสพัฒนาศักยภาพของบุคลากรช่วยเพิ่มขวัญกำลังใจและรักษาคนเก่งในองค์กร โดยการมอบหมายงานที่เหมาะสม, สนับสนุนการอบรมหรือศึกษาต่อ, และเปิดโอกาสให้บุคลากรมีบทบาทในโครงการใหม่ ๆ การมีกลยุทธ์นวัตกรรมในสถานศึกษาช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์การศึกษาใหม่ ๆ เช่น การใช้เทคโนโลยีในการสอน และการสร้างแผนการเรียนรู้ที่เหมาะสมในยุคดิจิทัล นอกจากนี้ยังช่วยพัฒนาความคิดริเริ่มในการพัฒนาหลักสูตรและกระบวนการเรียนการสอน เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในโลกการศึกษา การมีกลยุทธ์นวัตกรรมช่วยให้ผู้บริหารสามารถแก้ไขปัญหาการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างการเรียนรู้ที่ตอบโจทย์นักเรียนในศตวรรษที่ 21 อย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนอมวรรณ ช่างทอง (2562) ได้วิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาและความเป็นองค์กรดิจิทัลของสถานศึกษา ในอำเภอท่าชนะ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 2

ด้านที่ 5 การมีความกล้าเสี่ยงต่อนวัตกรรม จากการศึกษาพบว่า ผู้บริหารและครูในสังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น การมีผู้บริหารสถานศึกษาที่มีความสามารถทางปัญญาและ

การคิดเชิงระบบช่วยให้การบริหารโรงเรียนมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารควรฝึกฝนการคิดวิเคราะห์และเชิงกลยุทธ์ เพื่อแก้ไขปัญหาได้อย่างมีเหตุผล รวมถึงการใช้เทคโนโลยีในการจัดการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจที่ดีขึ้น นอกจากนี้ ควรสร้างวัฒนธรรมที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ เช่น การจัดกิจกรรมที่กระตุ้นความคิดใหม่ ๆ และการเปิดโอกาสให้นักเรียนและครูทดลองแนวคิดใหม่ ๆ โดยการมีพื้นที่ทดลอง (Innovation Lab) เป็นส่วนสำคัญในการส่งเสริมการพัฒนาความคิด ผู้บริหารควรใช้ข้อมูลและหลักฐานในการประเมินแนวคิดหรือโครงการใหม่ ๆ และใช้เครื่องมือการวิเคราะห์เช่น SWOT เพื่อคาดการณ์ผลลัพธ์และลดความเสี่ยง การมีทักษะด้านดิจิทัล และการใช้เทคโนโลยีในการจัดการเรียนการสอนจะช่วยเพิ่มศักยภาพในการสร้างนวัตกรรมและการจัดการเรียนรู้ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของพรพิมล อินทรรักษา (2564) ได้วิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครศรีธรรมราช เขต 4

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ควรมีการศึกษาพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล เป็นรายด้าน โดยเฉพาะด้านการมีความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมที่มีระดับความต้องการจำเป็นมาก เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาได้ตรงกับความต้องการ
2. ควรมีการวิจัยติดตามผลการนำสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ของแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น ไปใช้อย่างต่อเนื่อง เพื่อติดตามผลการนำความรู้ ความเข้าใจและทักษะปฏิบัติการไปใช้และพัฒนาต่อไป
3. ควรมีการวิจัยเพื่อพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น เพื่อวางกรอบหรือกำหนดช่วงเวลาในการพัฒนาระยะสั้น

เอกสารอ้างอิง

- ถนอมวรรณ ช่างทอง. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษา และความเป็นองค์กรดิจิทัลของสถานศึกษา ในอำเภอท่าชนะ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ประถมศึกษา สุราษฎร์ธานี เขต 2. [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต] มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พจน์ เจริญสันเทียะ. (2567). ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครราชสีมา เขต 1. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยนครพนม, 14(1), 59–68.
- พรพิมล อินทรรักษา. (2564). แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครศรีธรรมราช เขต 4. [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช.

บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 10). สุริยาสาน.

เนาวรัตน์ เยาวนาถ. (2562). *แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 2*. [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สถานศึกษาในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น. (2568). *สถานศึกษาในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น สำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น*.

สมนึก ภัททิยธนี. (2551). *การวัดผลการศึกษา*. ประสานการพิมพ์.

เดชา ลุนาวงศ์. (2564). *โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารอาชีวศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.

ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการกระทำความผิดฐานพยายามหมิ่นประมาทผู้ตาย
ตามประมวลกฎหมายอาญา
Legal Issues Regarding the Attempt to Defame a Deceased Person
Under the Penal Code

วรรณวรงค์ ศุภชัย¹* ธรรมศักดิ์ เสนามิตร² อัจฉรา เลิศพรประสพโชค³ และ เกรียงไกร เจริญธนาวัฒน์⁴
Wanvarang Sudtachai¹ Thammasak Senamitr² Achara Lertpronparsopchok³ and Kiangkrai Charoenthanawat⁴

¹หลักสูตรนิติศาสตรบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

²หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

³คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น

⁴คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

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

²Bachelor of Business Administration, Program in International Entrepreneurship, International College,
Khon Kaen University

³Faculty of Law, Sripatum University Khon Kaen Campus

⁴Faculty of Law, Chulalongkorn University

*Corresponding author's email: wanvarang.sud@neu.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

30 พฤษภาคม 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

24 ตุลาคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

18 ธันวาคม 2568

บทคัดย่อ

บทความทางวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ถึงกรณีการกระทำความผิดฐานพยายามหมิ่นประมาท กรณีที่การหมิ่นประมาทได้กระทำลงไว้ ณ เวลานั้นในรูปแบบของข้อมูลที่ถูกจัดเก็บไว้ในรูปแบบของวิทยานิพนธ์ หนังสือหรือตำรา แต่เมื่อเวลาได้ล่วงเลยไปแล้ว ข้อความนั้นได้ถูกบุคคลอื่นนำไปเผยแพร่หรือใช้ จนอาจทำให้บุคคลที่ถูกใส่ความโดยข้อความนั้นเสื่อมเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่นหรือถูกเกลียดชัง ซึ่งอาจเกิดขึ้นภายหลังที่ผู้ที่ถูกใส่ความหรือแม้แต่ผู้ใส่ความได้ถึงแก่ความตายไปแล้ว ซึ่งกฎหมายไทยในปัจจุบันยังมิได้กำหนดมาตรการทางอาญาไว้โดยชัดแจ้ง การศึกษาทำโดยพิจารณาจากแนวคำพิพากษาศาลฎีกาและกฎหมายต่างประเทศเกี่ยวกับองค์ประกอบของความผิดของการหมิ่นประมาทและพยายามกระทำความผิดฐานหมิ่นประมาท และวิเคราะห์ให้เห็นถึงผลกระทบต่อทั้งผู้ถูกใส่ความ ทายาทของผู้ถูกใส่ความ หรือแม้กระทั่งต่อทายาทของผู้ใส่ความที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือรู้เห็นถึงการใส่ความนั้นแต่อย่างใด วิเคราะห์ความเชื่อมโยงของความผิดฐานหมิ่นประมาทกับหลักสิทธิมนุษยชน เสรีภาพในการแสดงออกและสิทธิในชื่อเสียงและศักดิ์ศรีของบุคคลตามหลักกฎหมายระหว่างประเทศ พร้อมทั้งพิจารณาความคุ้มครองสิทธิของผู้ตายซึ่งแม้จะหมดสภาพบุคคลตามกฎหมาย แต่หากมีการใส่ความผู้ตายในทำนองเสีย ๆ หาย ๆ

อาจทำให้บุคคลอื่นเข้าใจว่าบุคคลผู้ตายเป็นคนเช่นนั้นย่อมทำให้บุคคลที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับผู้ตาย ได้แก่ บิดา มารดา คู่สมรสหรือบุตรของผู้ตายเป็นผู้เสียหาย

ดังนั้น เสนอแนะว่า ควรกำหนดแนวทางการตีความเกี่ยวกับพยายามกระทำความผิดฐานหมิ่นประมาทให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น เพื่อให้การบังคับใช้กฎหมายมีความสอดคล้องกับเจตนารมณ์ของกฎหมายอาญา และเสนอให้ปรับปรุงบทบัญญัติทางกฎหมายเพื่อให้สอดคล้องกับหลักสิทธิมนุษยชนสากล โดยเฉพาะในด้านการคุ้มครองศักดิ์ศรีของบุคคล แม้ในกรณีที่บุคคลนั้นได้ถึงแก่ความตายแล้ว

คำสำคัญ: หมิ่นประมาท, พยายามกระทำความผิด, สิทธิมนุษยชน, ผู้ตาย, ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

ABSTRACT

This academic article aims to examine and analyze the legal issue of attempted defamation, specifically in cases where defamatory content was originally recorded or published, such as in theses, books, or academic texts, at an earlier point in time. Such content, though dormant, may later be disseminated or cited by other individuals, resulting in reputational harm to the person defamed, including being subject to contempt or hatred. This harm may occur posthumously, affecting either the person defamed or even the original defamer, both of whom may be deceased at the time of dissemination. Under current Thai criminal law, there is no explicit provision addressing this form of attempted defamation. The study adopts a doctrinal approach, drawing upon Supreme Court judgments and comparative legal analysis from foreign jurisdictions concerning the elements of defamation and attempted defamation. It further considers the legal and ethical implications for affected parties, including the heirs of the defamed or the defamer, particularly in instances where such heirs were neither involved in nor aware of the defamatory act. The research also explores the intersection between defamation law, human rights principles, freedom of expression, and the right to reputation and dignity under international legal frameworks. It highlights the legal gap in protecting the deceased, who, although no longer legal persons, may still warrant reputational safeguards. If there is a malicious slander against the deceased, it may cause other people to believe that the deceased was such a person, which will cause people who have close relationships with the deceased, such as the deceased's father, mother, spouse or children, to become victims.

The findings suggest the need for more straightforward interpretive guidelines concerning attempted defamation to ensure coherence with the fundamental principles of

criminal law. The study recommends legislative amendments that align Thai defamation law with international human rights standards, particularly in relation to the posthumous protection of personal dignity.

Keywords: Defamation, Attempted Offense, Human Rights, Deceased Person, Human Dignity

บทนำ

การสื่อสารมีความสำคัญต่อการใช้ชีวิตประจำวันของประชาชนทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสารตามวัตถุประสงค์ทั่วไป ในการประกอบอาชีพ หรือเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น ความบันเทิง การค้าขาย หรือเป็นข่าวสารเพื่อการแลกเปลี่ยนความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคมทั้งในระดับครอบครัว ชุมชน ท้องถิ่น ภายในประเทศและระหว่างประเทศ เมื่อพัฒนาการทางเทคโนโลยีทำให้การสื่อสารทำได้หลากหลายวิธีการลดข้อจำกัดด้านเวลาและระยะทาง นำไปสู่การแสดงออกและจัดเก็บผลของการสื่อสารไว้ในหลากหลายรูปแบบ เช่นในปัจจุบัน จัดเก็บในรูปแบบของข้อมูลดิจิทัลในชุดของกลุ่มเซิร์ฟเวอร์และศูนย์ข้อมูลที่กระจายอยู่ทั่วโลกที่ใช้เพื่อจัดเก็บข้อมูลที่มีศักยภาพในการจัดเก็บข้อมูลไฟล์ได้ทั้งหมด (Cloud) ดังนั้น หากเราจัดเก็บข้อมูลของเราไว้ในคลาวด์แล้วจะทำให้เราสามารถเข้าถึงข้อมูลนั้นได้จากทุกอุปกรณ์ที่ทำการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต หรือการจัดเก็บข้อมูลโดยซอฟต์แวร์ที่ช่วยให้สามารถค้นหาข้อมูลที่เราต้องการเข้าถึงโดยการใช้คำสำคัญ (Keywords) หรือคำสั้น ๆ (อนุประโยค) ที่เรียกว่า Search Engine เช่น การค้นหาข้อมูลจาก Google ที่ทำการรวบรวมข้อมูลจากการรับส่งอีเมล การใช้แผนที่กูเกิ้ล (Google Maps) หรือการชมผ่านช่อง YouTube เป็นต้น หรือการจัดเก็บในรูปแบบของกระดาษ (Hard Copy) แล้วจัดเก็บไว้ในสถานที่ต่าง ๆ เช่น หอจดหมายเหตุ ห้องสมุด ร้านหนังสือ ซึ่งผลที่ตามมาคือ ทำให้การเข้าถึงข้อมูลและการนำไปใช้หรือเกิดการเผยแพร่และสื่อสารข้อมูลนั้นอย่างกว้างขวางผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนการสื่อสารจากรูปแบบหนึ่งไปยังอีกรูปแบบหนึ่ง จากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสารเป็นจำนวนมากและเกิดการกระทำซ้ำ ๆ ในข้อมูลชุดเดียวกัน มีผลทำให้ข้อความนั้นถูกเปลี่ยนแปลงในสาระสำคัญหรือในรายละเอียด ไม่ว่าผู้ส่งสารจะกระทำด้วยเจตนาจงใจหรือโดยประมาทเลินเล่อหรือไม่ก็ตาม จนเป็นเหตุให้บุคคลผู้รับสารหรือสาธารณชนเกิดความเข้าใจผิดหรือเข้าใจคลาดเคลื่อนไปจากข้อความจริง หรืออาจเป็นข้อความจริงที่เป็นเรื่องเฉพาะของบุคคลที่บุคคลอื่นไม่ควรกล่าวถึง เพราะอาจส่งผลกระทบต่อสิทธิส่วนบุคคลของผู้เป็นเจ้าของข้อมูลนั้น

ในการปกป้องสิทธิมนุษยชนของบุคคลที่หมายความว่ารวมถึงสิทธิในการที่จะต้องมีบุคคลใดละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลของผู้อื่นด้วยการเผยแพร่ หรือใช้ข้อมูลที่น่าจะทำให้เกิดความเสียหายแก่บุคคลนั้นที่เกิดจากการเผยแพร่หรือใช้ข้อมูลส่วนบุคคลนั้น รัฐจึงมีหน้าที่ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 32 ที่มุ่งคุ้มครองสิทธิในความเป็นอยู่ส่วนตัว เกียรติยศ ชื่อเสียงและครอบครัว ซึ่งรวมถึงการนำข้อมูลส่วนตัวไปใช้ประโยชน์ไม่ว่าทางใด ๆ ก็ตาม เป็นสิ่งที่ไม่ว่าจะกระทำได้เว้นแต่จะต้องด้วยบทบัญญัติของกฎหมาย แม้โดยหลักการแห่งรัฐธรรมนูญมาตรา 34 จะให้เสรีภาพแก่บุคคลในการแสดงความคิดเห็น การพูด

การเขียน การพิมพ์ การโฆษณา และการสื่อความหมายก็ตาม แต่สิทธิหรือเสรีภาพเช่นว่านั้นอาจถูกจำกัด หากการใช้สิทธินั้นไปกระทบกระเทือนต่อสิทธิส่วนบุคคลของบุคคลอื่น และผลจากการละเมิดสิทธิบุคคลอื่น ทำให้ผู้กระทำอาจต้องได้รับโทษทั้งทางอาญาและทางแพ่ง เช่น ประมวลกฎหมายอาญาในความผิดว่าด้วยการหมิ่นประมาทตามมาตรา 326 ถึง มาตรา 333 ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยละเมิดมาตรา 423 เป็นต้น โดยตราขึ้นเพื่อการป้องปรามมิให้บุคคลใดกระทำการด้วยการหมิ่นประมาทบุคคลอื่น

การหมิ่นประมาทผู้ตายตามกฎหมายอาญา

ในทางอาญานั้น กฎหมายได้บัญญัติถึงความผิดฐานหมิ่นประมาทไว้สองกรณี ได้แก่

กรณีแรก หมิ่นประมาทแบบธรรมดาตามประมวลกฎหมายอาญามาตรา 326 โดยการใส่ความผู้อื่นต่อบุคคลที่สามที่อาจทำให้ผู้ถูกใส่ความเสื่อมเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่นหรือถูกเกลียดชัง โดยระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ซึ่งการใส่ความผู้อื่นนั้นทำโดยมีบุคคลที่สามอยู่ด้วย โดยการใส่ความนั้นจะทำด้วยข้อความจริงหรือความเท็จก็ได้ ไม่จำเป็นต้องเป็นความเท็จเพียงอย่างเดียว ทั้งนี้ก็ด้วยเหตุที่ว่าความผิดฐานหมิ่นประมาทนั้นกฎหมายมุ่งที่ให้บุคคลไม่ควรใส่ความบุคคลใดแม้ข้อความนั้นจะเป็นความจริงก็ตาม เพราะการใส่ความผู้อื่นด้วยความจริงต่อบุคคลที่สามก็น่าจะทำให้ผู้อื่นนั้นเสื่อมเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่นหรือถูกเกลียดชังได้เช่นกัน เช่น นายหนึ่งใส่ความนายสองต่อนายสามว่า นายสองเป็นคนไม่น่าเชื่อถือทางการเงิน เสียเครดิตบ่อย อย่าให้กู้ยืมจะดีกว่า ซึ่งแม้จะเป็นความจริงแต่ก็เป็นการใส่ความที่น่าจะทำให้นายสองเสื่อมเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่นหรือถูกเกลียดชังได้แล้ว เป็นต้น ส่วนที่ว่าจะต้องรับผิดหรือไม่ก็เป็นอีกกรณีหนึ่งเมื่อได้พิสูจน์ความจริงต่อศาลแล้ว ดังนั้นการใส่ความอาจไม่จำเป็นต้องเป็นคำตาก็ได้ เช่น ใส่ความว่า ท้องก่อนแต่ง เป็นหวัชโมย เป็นคนขี้ลัทธิขี้โมย มีสามีมาแล้วหลายคน เป็นคนมักมากในกาม เป็นเมียน้อย ฐานะการเงินอ่อนแอไม่น่าเชื่อถือ ออกเช็คแดงมาตลอด หรือหลอกขายสินค้า เป็นต้น และแม้การใส่ความนั้นจะไม่ได้ระบุชัดว่าเป็นใครก็เป็นเพียงการต้องไปพิสูจน์ว่าข้อความหรือการพูดดังกล่าว นั้นพูดหรือหมายถึงใคร และยังรวมถึงการเล่าต่อหรือส่งต่อข้อความไปยังบุคคลอื่นก็อาจมีความผิดได้เช่นเดียวกัน

กรณีที่สอง คือ การหมิ่นประมาทด้วยการโฆษณาตามมาตรา 328 ประมวลกฎหมายอาญาที่ใส่ความผู้อื่นต่อบุคคลที่สามด้วยการโฆษณาด้วยเอกสาร ภาพวาด ภาพระบายสี ภาพยนตร์ ภาพหรือตัวอักษรที่ทำให้ปรากฏ แฉ่นเสียง หรือสิ่งบันทึกเสียง บันทึกภาพหรือบันทึกอักษร โดยกระจายเสียง หรือกระจายภาพ หรือโดยการแพร่กระจายด้วยวิธีอื่น ดังนั้นการใส่ความผู้อื่นต่อบุคคลที่สามไม่ด้วยวิธีการสื่อสารระหว่างบุคคลด้วยการพูด พิมพ์ เขียน ส่งข้อความ ส่งคลิปเสียง หรือด้วยวิธีการใด ๆ ดังที่ได้กล่าวมาแล้วย่อมเป็นความผิด หากการใส่ความนั้นน่าจะทำให้ผู้อื่นเสื่อมเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่นหรือถูกเกลียดชังได้ (ไกรฤกษ์ เกษมสันต์, 2567) ส่วนความผิดในทางแพ่งตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาตรา 423 ที่มักจะถูกเรียกว่า “หมิ่นประมาททางแพ่ง” โดยกฎหมายบัญญัติให้การไขข่าวแพร่หลายซึ่งข้อความอันเป็นฝ่าฝืนต่อความจริง โดยผู้ไขข่าวแม้มิได้รู้แต่หากควรจะได้รู้ว่าอาจทำให้ผู้อื่นเสียหายแก่ชื่อเสียงหรือเกียรติคุณของบุคคลอื่น

หรือเป็นที่เสียหายแก่ทางทำมาหาได้หรือทางเจริญของผู้อื่น ผู้กระทำต้องใช้ค่าสินไหมทดแทนเพื่อความเสียหาย ซึ่งมีลักษณะที่เป็นองค์ประกอบที่แตกต่างไปจากองค์ประกอบความผิดฐานหมิ่นประมาทในทางอาญา

นอกจากนี้ ประมวลกฎหมายอาญามาตรา 327 ยังเอื้อมือไปให้ความคุ้มครองแม้บุคคลจะได้ถึงแก่ความตายไปแล้วโดยอาศัยความสัมพันธ์ในเชิงครอบครัว กล่าวคือ ลงโทษบุคคลที่ใส่ความผู้ตายแล้วอาจทำให้บิดา มารดา คู่สมรส หรือบุตรของผู้ตายนั้นเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่นหรือถูกเกลียดชัง กรณีนี้จะเห็นว่าบุคคลที่ถึงแก่ความตายไปแล้วย่อมไม่มีสภาพบุคคลตามกฎหมายในอันที่จะเรียกร้องสิทธิของตนได้ในฐานะผู้เสียหายในคดีอาญาอีกต่อไป แต่จากการใส่ความผู้ตายในทำนองเสีย ๆ หาย ๆ เช่นว่า เป็นคนโกงชาติ อาจทำให้บุคคลอื่นเข้าใจว่าบุคคลผู้ตายเป็นคนเช่นนั้นย่อมทำให้บุคคลที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับผู้ตาย ได้แก่ บิดา มารดา คู่สมรสหรือบุตรของผู้ตายเป็นผู้เสียหาย โดยความผิดฐานหมิ่นประมาทเป็นความผิดต่อส่วนตัวหรือความผิดอันยอมความได้ตามประมวลกฎหมายอาญามาตรา 333 ซึ่งมาตรา 96 บัญญัติให้สามารถตีความได้ว่า ผู้เสียหายจะต้องร้องทุกข์กล่าวโทษผู้ใส่ความภายในสามเดือนนับแต่วันที่รู้เรื่องความผิดและรู้ตัวผู้กระทำ ความผิด มิฉะนั้นสิทธิในคดีอาญามาฟ้องเป็นอันขาดอายุความ และกรณีที่ได้ร้องทุกข์กล่าวโทษแล้วต้องฟ้องคดีภายในห้าปี หรือกรณีที่ผู้เสียหายจะฟ้องคดีเองก็ไม่จำเป็นต้องร้องทุกข์กล่าวโทษแต่ต้องฟ้องคดีภายในสามเดือนเช่นเดียวกัน

อย่างไรก็ตาม การหมิ่นประมาทบุคคลที่ยังมีชีวิตอยู่นั้น โดยสภาพแล้วผู้ถูกหมิ่นประมาทอยู่ในฐานะผู้เสียหายที่มีอำนาจฟ้องคดีอาญาต่อผู้ใส่ความได้ กลับกันหากการหมิ่นประมาทนั้นกระทำต่อบุคคลและต่อบุคคลนั้นถึงแก่ความตายในภายหลัง เช่นนี้สิทธิในการฟ้องคดีอาญาตกแก่ทายาทของบุคคลนั้น หรือในกรณีการหมิ่นประมาทผู้ตายตามมาตรา 327 ประมวลกฎหมายอาญานั้นมีข้อสังเกตที่น่าสนใจประการหนึ่งคือกฎหมายไม่ถือว่าผู้ตายเป็นผู้เสียหาย แต่หากการใส่ความนั้นน่าจะเป็นเหตุให้บิดา มารดา คู่สมรส หรือบุตรของผู้ตายอาจเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่นหรือถูกเกลียดชังแล้ว ก็ให้สิทธิแก่บุคคลนั้นฟ้องผู้ใส่ความในข้อหาหมิ่นประมาท โดยให้ถือว่าผู้ฟ้องเป็นผู้เสียหายในคดีอาญา เมื่อนำไปพิจารณาประกอบกับบทบัญญัติมาตรา 32 รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 แล้วพบว่ากฎหมายสูงสุดของไทยไม่ให้การคุ้มครองเกียรติยศ ชื่อเสียงของผู้ตายไว้แต่อย่างใด เพราะกฎหมายบัญญัติความไว้ในลักษณะว่า “บุคคลย่อมมีสิทธิใน...เกียรติยศ ชื่อเสียง...” และ “การกระทำอันเป็นการละเมิดหรือกระทบต่อสิทธิของบุคคล...จะกระทำมิได้” แสดงให้เห็นว่ารัฐธรรมนูญให้ความคุ้มครองเกียรติยศและชื่อเสียงเฉพาะแก่บุคคลซึ่งหมายถึงบุคคลที่มีสภาพบุคคลตามกฎหมาย จึงไม่ได้หมายความว่ารวมถึงเกียรติยศและชื่อเสียงของผู้ตายด้วย ในขณะที่ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ควรจะต้องมีความหมายครอบคลุมทั้งของมนุษย์ที่มีชีวิตอยู่และรวมไปถึงผู้สิ้นสภาพบุคคลด้วย คือ รัฐโดยรัฐธรรมนูญจะต้องให้ความคุ้มครองไม่ให้คนตายไปแล้วต้องถูกบุคคลใดกระทำให้กระทบกระเทือนหรือละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ได้

ในขณะที่เกียรติยศและชื่อเสียงของผู้ตายได้รับการคุ้มครองในระดับระหว่างประเทศโดยตราสารระหว่างประเทศด้านสิทธิมนุษยชนที่ถือได้ว่าเป็นสนธิสัญญาหลักด้านสิทธิมนุษยชนระหว่างประเทศภายใต้

สหประชาชาติที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน ค.ศ. 1948 (Universal Declaration of Human Rights หรือ UDHR) ซึ่งเป็นเอกสารในการวางรากฐานด้านสิทธิมนุษยชนระหว่างประเทศที่รับรองว่ามนุษย์ทั้งปวงมีอิสระและเสมอภาคกันในศักดิ์ศรีและสิทธิต่าง ๆ (Article 1) ทุกคนมีสิทธิในการมีชีวิต เสรีภาพ และความมั่นคงแห่งบุคคล (Article 3) (เปมิกา วิวัฒนพงศ์พันธ์ และภูมิ โชคเหมา, 2567) ซึ่งแม้ว่าเอกสารดังกล่าวมิได้กล่าวถึงศักดิ์ศรีของผู้ตายไว้โดยตรง แต่หลักการคุ้มครองศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ครอบคลุมถึงวิธีปฏิบัติต่อร่างของผู้เสียชีวิตในฐานะที่เป็นบุคคลที่เคยมีสิทธิและศักดิ์ศรี หรือที่กำหนดลงไว้ในกติการะหว่างประเทศว่าด้วยสิทธิพลเมืองและสิทธิทางการเมือง ค.ศ. 1966 (International Covenant on Civil and Political Rights-ICCPR: ICCPR) ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิในชีวิต มาตรา 6 กำหนดว่าห้ามการทรมานหรือการปฏิบัติที่ไร้มนุษยธรรม รวมถึงการปฏิบัติต่อร่างของผู้เสียชีวิตอย่างไม่สมศักดิ์ศรี (มาตรา 7) กำหนดให้ทุกคนที่ถูกคุมขังได้รับการปฏิบัติด้วยศักดิ์ศรี ซึ่งขยายไปถึงกรณีของผู้เสียชีวิตในความควบคุมของรัฐ (มาตรา 10) และการรับรองว่าบุคคลทุกคนมีสิทธิที่จะได้รับการยอมรับว่าเป็นบุคคลตามกฎหมายซึ่งรวมถึงการคุ้มครองร่างของผู้ตายจากการกระทำที่ละเมิดศักดิ์ศรี (มาตรา 16) หรือที่กำหนดลงไว้ในอนุสัญญาเจนีวา ค.ศ. 1949 และพิธีสารเพิ่มเติม ค.ศ. 1977 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจำกัดวิธีการอันทารุณในการทำสงคราม ปกป้องคุ้มครองผู้ที่ไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องในการสู้รบ อนุสัญญาเจนีวา ฉบับที่ 3 ค.ศ. 1949 มาตรา 120 วางหลักการให้ พลเรือน บุคลากรทางการแพทย์ และต้องเคารพต่อร่างของผู้ตายในระหว่างสงคราม เพื่อป้องกันการล่วงละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ศพของนักโทษสงครามต้องได้รับการจัดการอย่างสมศักดิ์ศรี รวมถึงการฝังศพอย่างเหมาะสม (จุมพล สำเภาพล, 2559) “พันธกรณีระหว่างประเทศด้านสิทธิมนุษยชนของไทย (ชนินทร์ อินทรปัญญา และคณะ, 2567) หรือห้ามการฆ่าหรือปฏิบัติต่อศพของบุคคลที่อยู่ในอำนาจของรัฐผู้ยึดครองอย่างไร้มนุษยธรรม รวมถึงกำหนดให้ฝ่ายที่เกี่ยวข้องต้องเคารพศพของผู้เสียชีวิตและไม่ละเมิดต่อศพ (อนุสัญญาเจนีวา ฉบับที่ 4 ค.ศ. 1949) จะเห็นได้ว่ากฎหมายอาญาของไทยมิได้กำหนดมาตรการในการให้ความคุ้มครองเกียรติยศและชื่อเสียงของผู้ตายไว้โดยตรง ดังนั้นการให้ความคุ้มครองสิทธิแก่ผู้ตายกรณีถูกหมิ่นประมาทยังคงเป็นปัญหาในกฎหมายอาญา ดังที่ผู้เขียนจะได้วิเคราะห์ให้เห็นต่อไป

เมื่อพิจารณาถึงหลักกฎหมายอาญาในความผิดฐานหมิ่นประมาทแล้ว มีข้อสังเกตที่สำคัญประการหนึ่ง คือ การใส่ความต้องเกิดขึ้นจากเจตนาที่ผู้กระทำทำให้บุคคลที่สามสามารถรับทราบและเข้าใจข้อมูลของการสื่อสารนั้นได้ ไม่จำกัดว่าจะใช้วิธีการใดและภาษาใด และความผิดฐานหมิ่นประมาทจะถือว่าเป็นความผิดสำเร็จก็ต่อเมื่อข้อความที่ส่งนั้นไปถึงยังบุคคลที่สามแล้ว ดังนั้นหากข้อความยังไม่ถูกส่งไปถึงบุคคลที่สาม หรือบุคคลที่สามยังไม่ได้รับข้อความไม่ว่าด้วยเหตุผลใด การกระทำนั้นอาจเป็นความผิดฐานพยายามหมิ่นประมาท (ไกรฤกษ์ เกษมสันต์, 2567) ทั้งนี้เพราะเมื่อพิจารณาประกอบการกระทำกับบทบัญญัติประมวลกฎหมายอาญามาตรา 80 ที่วางหลักเกี่ยวกับการพยายามกระทำความผิดในลักษณะที่ว่า “ผู้ใดลงมือกระทำความผิดแต่กระทำไปไม่ตลอด หรือกระทำไปตลอดแล้วแต่การกระทำนั้นไม่บรรลุผล ผู้นั้นพยายามกระทำ

ความผิด” แสดงให้เห็นว่า การที่ผู้กระทำได้ลงมือกระทำที่มีโทษแต่เพียงการรู้สึกนึกคิดว่าจะกระทำ ด้วยการทำให้มีซึ่งข้อความที่ผู้กระทำรู้หรือควรรู้ว่าจะข้อความเช่นนั้นเป็นการใส่ความผู้อื่นซึ่งหากได้กระทำต่อบุคคลที่สามแล้ว ย่อมทำให้ผู้ที่ถูกใส่ความอาจเสื่อมเสียแก่ชื่อเสียง ถูกดูหมิ่น หรือถูกเกลียดชังได้ ดังนั้น แม้ในขณะที่ลงมือกระทำมีความผิดยังมีได้มีบุคคลที่สามอยู่ด้วย ต้องถือว่าเป็นความผิดฐานพยายามหมิ่นประมาทด้วยเหตุผลที่ว่า ผู้กระทำได้ลงมือกระทำแล้วแต่กระทำไปไม่ตลอดเพราะยังขาดบุคคลที่สามที่จะทำให้เกิดการกระทำนั้นเป็นความผิดสำเร็จ หรืออีกกรณีหนึ่งคือ ผู้กระทำมีเจตนาที่จะใส่ความผู้อื่นต่อบุคคลที่สาม แต่การกระทำนั้นไม่บรรลุผล เช่น นายจ้องเจตนาที่จะใส่ความนายเนือยบุคคลที่สาม จึงส่งข้อความไปให้นายเนือยทราบทางแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) แต่ปรากฏว่าในขณะที่นั้นนายเนือยไม่มีบัญชีรองรับการรับข้อความนั้น นายเนือยจึงไม่สามารถทราบข้อความนั้นได้ เช่นนี้การกระทำของนายจ้องเป็นพยายามหมิ่นประมาท ดังนั้น ในความผิดฐานหมิ่นประมาทที่จะเป็นความผิดสำเร็จจึงต้องมีบุคคลมาเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยกันสองฝ่ายได้แก่ ฝ่ายผู้สื่อสารที่เป็นผู้ใส่ความกับผู้รับสารที่เป็นบุคคลที่สาม ดังนั้นหากในเวลาที่ถูกใส่ความเตรียมข้อความเพื่อใส่ความแล้ว แต่ไม่มีบุคคลที่สามด้วย ก็เป็นได้เพียงความผิดฐานพยายาม เช่น เป็นเรื่องที่บุคคลที่สามเข้ามาทราบข้อความโดยบังเอิญ หรือบุคคลที่สามแอบสอดเข้ามาทราบข้อความนั้นเอง หรือบุคคลที่สามพบข้อความนั้นเอง โดยฝ่ายที่ใส่ความไม่ได้กระทำการอย่างใดให้บุคคลที่สามรู้ถึงข้อความ หรือทำให้ข้อความนั้นไปถึงบุคคลที่สาม เป็นต้น

ขอให้ผู้อ่านพิจารณาจากคำพิพากษาศาลฎีกาที่ 21627/2556 ซึ่งศาลวางหลักไว้ว่า “การที่จำเลยเป็นผู้พิมพ์หนังสือร้องเรียนถึงผู้ว่าราชการจังหวัด แม้ข้อความโดยรวมเป็นการกล่าวหาผู้เสียหายซึ่งดำรงตำแหน่งนายกเทศมนตรีเทศบาลแห่งหนึ่งว่ารับสมัครบุคคลเพื่อคัดเลือกเป็นพนักงานเทศบาลไม่โปร่งใสใช้อำนาจโดย มิชอบแสวงหาผลประโยชน์แก่ตนเองและผู้อื่นซึ่งไม่เป็นความจริงอันเป็นการใส่ความผู้เสียหายก็ตาม แต่ในทางคดีกลับนำสืบได้เพียงว่า ก. ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ของเทศบาลตำบลที่เกิดเหตุไปพบหนังสือร้องเรียนดังกล่าวที่หน้าคอมพิวเตอร์ห้องงานคลังด้วยตนเอง โดยที่จำเลยมิได้นำออกมาแสดงต่อ ก. เพื่อให้ทราบข้อความในเอกสารนั้น ทั้งจำเลยไม่ได้ส่งเอกสารดังกล่าวไปให้ผู้ว่าราชการจังหวัดทราบ การกระทำของจำเลยยังไม่ครบองค์ประกอบความผิดฐานหมิ่นประมาทตามมาตรา 326 ประมวลกฎหมายอาญา”

บทวิเคราะห์

จากที่ได้กล่าวมา กรณีจึงเห็นได้ว่า องค์ประกอบความผิดฐานหมิ่นประมาทที่ว่า “ใส่ความผู้อื่นต่อบุคคลที่สาม” นั้นจะต้องเป็นการใส่ความต่อบุคคลที่สามที่อยู่ในเวลาที่ใส่ความนั้น ไม่ว่าจะระบุตัวบุคคลที่สามได้แน่นอน เช่น นาย ก. หรือ นาย ข. กับนาย ค. หรือบุคคลที่สามในลักษณะที่แม้จะไม่สามารถตัวตนของบุคคลที่สามได้แน่นอนก็ตาม แต่ก็ทราบได้ว่าการใส่ความเช่นนั้นย่อมมีบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เข้าถึงข้อความนั้นได้ หรือในลักษณะที่เป็นสาธารณชน ซึ่งเป็นการหมิ่นประมาทด้วยการโฆษณาที่เป็นการป่าวประกาศหรือประจานออกไป เช่นด้วยการเผยแพร่ข้อความบนสื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น นอกจากนั้นศาลฎีกายังยืนยันว่า

ต้องระบุถึงตัวบุคคลผู้ถูกใส่ความ อันเป็นการยืนยันเพื่อให้รู้ได้แน่นอนว่าเป็นใคร หรือต้องได้ความว่าหมายถึงบุคคลใดบุคคลหนึ่งโดยเฉพาะ (คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 3167/2545 และ 1513/2551)

ดังนั้น หากเป็นกรณีที่แม้ไม่มีบุคคลอยู่รับรู้ถึงการใส่ความอันจะทำให้ความผิดฐานหมิ่นประมาทเป็นความผิดสำเร็จ เช่น ผู้ใส่ความใช้วิธีเขียนข้อความขึ้นหรือโดยวิธีการอื่น เช่น พิมพ์ วาด บันทึกไว้ในเอกสารทางวิชาการ เช่นวิทยานิพนธ์ งานวิจัย โดยมีเจตนาที่จะมุ่งให้เกิดความเสื่อมเสียแก่เกียรติยศหรือชื่อเสียงของผู้อื่น แล้วนำเอาข้อความที่ทำขึ้นนั้นไปเก็บรักษาไว้ในห้องสมุด ในชั้นหนังสือ หรือนำไปเผยแพร่ในรูปแบบของซอฟต์แวร์ที่อาจจะยังไม่มีบุคคลที่สามได้รู้ถึงข้อความนั้นในเวลานั้นในทันที แต่ผู้ใส่ความมีความมุ่งหมายอย่างแน่นอนว่า ในวันหนึ่งข้อความนี้จะถูกบุคคลอื่นนำออกเผยแพร่ ป่าวประกาศ โฆษณา หรือใช้ ซึ่งจะทำให้ผู้ที่ถูกใส่ความได้รับความเสื่อมเสียได้ในที่สุด การกระทำความของผู้ใส่ความในลักษณะเช่นว่านี้ แม้จะถือได้ว่าเป็นแค่เพียงการพยายามหมิ่นประมาทก็ตาม แต่อาจมีผลทำให้เกิดความเสื่อมเสียแก่ผู้ถูกใส่ความในระยะยาว ซึ่งกรณีดังกล่าวเกิดขึ้นเป็นข้อเท็จจริงในสังคมไทย กล่าวคือ ปรากฏว่างานวิชาการประเภทวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาระดับปริญญาเอกสาขารัฐศาสตร์รายหนึ่ง กล่าวอ้างว่ามีบุคคลสำคัญของประเทศไทยท่านหนึ่งเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการกระทำรัฐประหาร หรือมีส่วนสนับสนุนหรือพึงพอใจกับการรัฐประหารในยุคสมัยหนึ่ง โดยอ้างอิงว่ากรณีดังกล่าวยืนยันเป็นข้อเท็จจริงตามหนังสือพิมพ์นิวยอร์กไทม์ฉบับหนึ่งที่ระบุถึงวันเดือนปีไว้ในงานวิชาการนี้ด้วย ปรากฏต่อมาว่าเมื่อได้ทำการสืบค้นและพบว่าความดังกล่าวเป็นความเท็จทั้งเมื่อสืบค้นกลับไปยังต้นฉบับของหนังสือพิมพ์ต่างประเทศเช่นว่านั้นแล้ว ไม่ปรากฏข้อความใด ๆ ตามที่มีการกล่าวอ้างในงานวิชาการนั้นเลย แต่ปรากฏว่าการใส่ความด้วยข้อความอันเท็จนี้ถูกเผยแพร่ด้วยการนำไปลงพิมพ์ประกอบอยู่ในหนังสือหรือบทความอื่นอีกหลายเล่มโดยมีลักษณะพิมพ์ซ้ำ หรือทำให้เกิดความหลากหลายของงานพิมพ์ ซึ่งจะเห็นได้ว่าการใส่ความผู้อื่นโดยเฉพาะในความเท็จนั้น แม้จะยังไม่มีบุคคลที่สามรับรู้ถึงข้อความอันเป็นเท็จนั้นแต่ในเวลาที่ถูกใส่ความลงมือกระทำการก็ตาม แต่กลับสร้างผลกระทบทำให้เกิดความเสื่อมเสียแก่เกียรติยศหรือชื่อเสียงของผู้ถูกใส่ความและบุคคลอื่นในลักษณะทำให้เกิดความรู้สึกดูหมิ่นหรือเกลียดชังเกิดขึ้นในหมู่ประชาชนเป็นวงกว้างต่อทั้งผู้ที่ถูกใส่ความหรือบุคคลในครอบครัว เช่น ผู้ที่ใช้นามสกุลเดียวกันกับผู้ที่ถูกใส่ความ หรือวงศาคณาญาติที่สืบสกุลต่อจากผู้ถูกใส่ความ เป็นต้น

ผู้เขียนเห็นว่า กรณีดังกล่าวมักจะเป็นเรื่องที่ผู้ใส่ความต้องการทำลายความน่าเชื่อถือของบุคคลสาธารณะ บุคคลที่มีความสำคัญในทางการเมือง ทางประวัติศาสตร์ หรือเป็นบุคคลที่มีแนวทางการเมืองตรงกันข้ามกับผู้ใส่ความ เป็นต้น กรณีดังที่กล่าวมานี้ จะเห็นได้ว่า ความผิดอาญาฐานหมิ่นประมาทตามกฎหมายไทยนั้น การตีความให้ การ “ใส่ความ” ที่จะให้หมิ่นประมาทเป็นความผิดสำเร็จได้จะต้องมีผู้รับการกระทำ คือ ต้องมีบุคคลที่สามรับรู้ถึงการใส่ความนั้นด้วยอาจทำให้เกิดช่องว่างของกฎหมายที่ทำให้การใส่ความสามารถทำได้ลวงหน้า และทำให้ผู้ถูกใส่ความได้รับความเสียไว้อ่างหน้าโดยไม่มีโอกาสที่จะแก้ไขความเสียหายจากความเสื่อมเสียแก่เกียรติยศหรือชื่อเสียงได้เลย โดยเฉพาะเมื่อการใส่ความนั้นกระทำลงในเอกสารที่สร้างความเชื่อถือให้แก่บุคคลที่สามที่ได้รับรู้ในข้อความนั้น เช่น งานเขียน ตำรา วิทยานิพนธ์ เป็นต้น

รวมทั้งการที่เมื่อข้อความในเอกสารนั้นถูกเผยแพร่ออกไปในภายหลังโดยความเชื่อของบุคคลที่สามว่าเป็นข้อความจริง กลายเป็นกับดักให้บุคคลที่สามนั้นตกเป็นผู้ใส่ความบุคคลอื่นต่อบุคคลที่สามคนอื่น ๆ อีกทอดหนึ่ง ซึ่งย่อมไม่เป็นธรรมต่อบุคคลที่สามที่ทำการเผยแพร่ด้วยความเชื่ออย่างสุจริตว่าข้อความนั้นเป็นความจริง แม้การใส่ความที่เป็นเรื่องจริงกฎหมายจะกำหนดเป็นความผิดเช่นเดียวกันกับความเท็จก็ตาม

อย่างไรก็ตาม หากพิเคราะห์ถึงเหตุของการใส่ความและผลในทางกฎหมายให้แคบลงเฉพาะแก่ผู้ถูกใส่ความและผู้ใส่ความแล้ว ผู้เขียนขอแยกการวิเคราะห์ออกเป็น 3 กรณี โดยมุ่งถึงการใส่ความอันเป็นเท็จเป็นสำคัญ ทั้งนี้ด้วยเหตุที่ว่า แม้การใส่ความด้วยข้อความจริงอาจเป็นความผิดฐานหมิ่นประมาทได้ก็ตาม แต่การใส่ความเท็จเป็นเรื่องที่ผู้ใส่ความมีเจตนาร้ายและมุ่งหมายโดยตรงที่จะให้ผู้ถูกใส่ความเสื่อมเสียเกียรติยศหรือชื่อเสียง ถูกดูหมิ่นหรือถูกเกลียดชัง ดังนั้นขอให้ผู้อ่านพิจารณาเทียบเคียงไปถึงการใส่ความที่เป็นความจริงเพื่อให้เข้าใจเนื้อความได้โดยสมบูรณ์

กรณีแรก การใส่ความที่สร้างขึ้นในระหว่างเวลาที่ถูกใส่ความยังคงมีชีวิตอยู่ กรณีนี้จะเห็นได้ว่าหากข้อความนั้นยังไม่ถูกส่งไปถึงบุคคลที่สามหรือบุคคลที่สามยังไม่ได้รับข้อความไม่ว่าด้วยเหตุผลใด อาจเป็นความผิดฐานพยายามหมิ่นประมาท ด้วยเหตุที่ผู้ใส่ความได้ลงมือกระทำการใส่ความด้วยการพูดหรือเขียนให้ร้ายป้ายสี หรือกล่าวหาเรื่องร้ายให้ผู้อื่นได้รับความเสียหาย ด้วยข้อความหรือด้วยวิธีการใด ๆ ที่น่าจะทำให้ผู้นั้นได้รับความเสื่อมเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่นหรือถูกเกลียดชัง เพียงแต่ข้อความนั้นยังไม่ครบองค์ประกอบความผิดอันจะทำให้ผู้กระทำความผิดฐานหมิ่นประมาท เพราะเหตุที่การใส่ความนั้นยังไม่ได้เป็นการใส่ความต่อบุคคลที่สาม ดังนั้นผู้กระทำจึงอาจมีความผิดฐานพยายามหมิ่นประมาท ปัญหาที่ต้องพิจารณาตามกรณีนี้คือ หากผู้ถูกใส่ความยังคงมีชีวิตอยู่และได้รู้ถึงการใส่ความโดยพบว่ามิบุคคลนำข้อความนั้นไปเผยแพร่ต่อไป เช่นนี้ผู้ถูกใส่ความย่อมฟ้องร้องดำเนินคดีฐานหมิ่นประมาทต่อผู้ที่เผยแพร่ นั้น รวมถึงการฟ้องร้องดำเนินคดีฐานพยายามหมิ่นประมาทต่อผู้ที่ใส่ความแต่ในชั้นแรกได้ ทั้งนี้ภายใต้บทบัญญัติแห่งกฎหมายว่าด้วยอายุความ

กรณีที่สอง การใส่ความที่สร้างขึ้นโดยผู้ที่ใส่ความถึงแก่ความตายไปแล้ว กรณีนี้จะเห็นได้ว่าหากข้อความนั้นยังไม่ถูกส่งไปถึงบุคคลที่สามหรือบุคคลที่สามยังไม่ได้รับข้อความไม่ว่าด้วยเหตุผลใด และผู้ที่ใส่ความได้ถึงแก่ความตายไปแล้ว เช่นนี้ผู้ถูกใส่ความไม่มีสิทธินำคดีอาญามาฟ้องผู้ใส่ความฐานพยายามหมิ่นประมาท เพราะสิทธินำคดีอาญามาฟ้องระงับไปโดยความตายของผู้กระทำผิด ตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาตรา 39(4) แต่มีปัญหาคือต้องพิจารณาต่อไปว่า ผู้ถูกใส่ความจะดำเนินการอย่างไรเพื่อให้มีการใส่ความนั้นไม่ถูกเผยแพร่ต่อไปอีก เพราะหากเป็นการหมิ่นประมาทโดยการโฆษณาที่ในเวลาที่ถูกใส่ความนั้นยังมิบุคคลที่สามเป็นผู้รับทราบถึงข้อความนั้น แต่เมื่อต่อมาภายหลังจากผู้ใส่ความถึงแก่ความตายไปแล้ว ข้อความนั้นจึงถูกป่าวประกาศหรือเผยแพร่ออกมาที่มีลักษณะเป็นการเผยแพร่ต่อสาธารณชน เช่นนี้ย่อมทำให้เป็นการยากที่ผู้ถูกใส่ความจะปิดป้องความเสียหายหรือระงับยับยั้งเพื่อไม่ให้ข้อความนั้นสร้างความเสียหายแก่ตนได้ หรือในทางกลับกันหากปรากฏว่าแม้ผู้ใส่ความจะถึงแก่ความตายทำให้สิทธินำคดีอาญามาฟ้องเป็นอันระงับไปแล้วก็ตาม หากปรากฏว่ามีบุคคลอื่นนำข้อความนั้นออกเผยแพร่ต่อ ย่อมทำให้ผู้ที่เผยแพร่มีความผิดฐานหมิ่นประมาทไปเสียเองซึ่งในความเป็นจริงแล้วผู้ที่

ทำการเผยแพร่อาจเชื่อโดยสุจริตว่าข้อความนั้นเป็นความจริง จึงนำไปใช้ในทางวิชาการ หรือเพื่อการศึกษา หรือไม่ว่าเพราะผู้ที่นำข้อความนั้นออกเผยแพร่จะกระทำโดยต้องด้วยข้อยกเว้นของกฎหมาย เช่น ดิชม โดยสุจริตแม้จะเข้าเงื่อนไขของกฎหมายว่าเป็นการแสดงความคิดเห็นหรือข้อความโดยสุจริต ไม่ว่าเพื่อความชอบธรรม ป้องกันตนหรือป้องกันส่วนได้เสียเกี่ยวกับตนตามคลองธรรม หรือดิชม ด้วยความเป็นธรรมซึ่งบุคคลหรือสิ่งใดอันเป็นวิสัยของประชาชน ย่อมกระทำตามมาตรา 329 ประมวลกฎหมายอาญาก็ตาม แต่ผู้ถูกใส่ความยังมีสิทธิที่จะฟ้องร้องดำเนินคดีต่อผู้เผยแพร่ข้อความนั้นเพื่อป้องกันและรักษาสิทธิของตนไว้ก่อนได้ ซึ่งกว่าศาลจะได้พิสูจนพบว่าเป็นการกระทำโดยสุจริตก็อาจทำให้ผู้เผยแพร่ได้รับความเสียหายจากค่าใช้จ่ายและเวลาในการดำเนินคดี ทั้งที่ในความเป็นจริงแล้วผู้เผยแพร่ไม่มีบุคคลที่ก่อให้เกิดการใส่ความนั้นแต่อย่างใด

กรณีที่สาม ใส่ความที่กระทำขึ้นโดยทั้งผู้ใส่ความและผู้ถูกใส่ความต่างก็ถึงแก่ความตายไปแล้ว ทั้งสองฝ่าย กรณีนี้ หากข้อความนั้นยังไม่ถูกส่งไปถึงบุคคลที่สามหรือบุคคลที่สามยังไม่ได้รับข้อความ ไม่ว่าด้วยเหตุผลใด เมื่อทั้งผู้ใส่ความและผู้ถูกใส่ความต่างก็ถึงแก่ความตายไปแล้วด้วยกันทั้งสองฝ่าย สิทธิในการนำคดีอาญามาฟ้องผู้ใส่ความในความผิดฐานพยายามหมิ่นประมาทเป็นระงับไปเพราะความตายของผู้กระทำความผิด ส่วนที่ผู้ถูกใส่ความถึงแก่ความตายไปแล้วนั้น อาจแยกพิจารณาออกได้เป็น 2 กรณี คือ กรณีแรก หากผู้ถูกใส่ความฟ้องผู้ใส่ความไว้ก่อนแล้วต่อมาผู้ใส่ความถึงแก่ความตาย เช่นนี้ก็ไม่ประโยชน์ที่จะเอาผิดกับจำเลยอีกต่อไป ดังนั้นความตายของจำเลยผู้ใส่ความย่อมทำให้คดีอาญาระงับไป (ประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 38) และกรณีที่สองคือ หากผู้ถูกใส่ความถึงแก่ความตายไปก่อนฟ้องคดีอาญา เช่นนี้กฎหมายให้ผู้เสียหายมีความหมายรวมถึงบุคคลอื่นที่มีอำนาจจัดการแทนได้ (ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาตรา 2(4) ได้แก่ ผู้แทนโดยชอบธรรม ผู้อนุบาล บุพการี ผู้สืบสันดานหรือคู่สมรสของผู้ที่ถูกใส่ความแล้วแต่กรณี

ปัญหาที่สำคัญในกรณีนี้เป็นไปดังที่ได้กล่าวไว้ก่อนนี้แล้วว่า หากการใส่ความนั้นยังอยู่คงปรากฏเป็นข้อความหรือข้อมูลอยู่ในระบบสารบรรณที่มีโอกาสที่จะถูกเผยแพร่หรือถูกเผยแพร่ออกสู่สาธารณชนและเป็นข้อความที่ยังคงอยู่เป็นเวลานานนับปี สิบปี หรือหลายสิบปี เช่นนี้ผู้ถูกใส่ความที่ถึงแก่ความตายไปแล้วจะได้รับความยุติธรรมทางกฎหมายอย่างไร หรือผู้ใส่ความที่ถึงแก่ความตายไปแล้วจะต้องรับผิดชอบต่อผลของการใส่ความที่เกิดจากการกระทำของตนได้อย่างไร เพราะเมื่อวัตถุประสงค์ของการลงโทษทางอาญานั้นกฎหมายมุ่งเอาผิดต่อตัวจำเลยโดยตรง การที่จำเลยถึงแก่ความตายไปแล้วจึงไม่อาจดำเนินการทางกฎหมายอย่างใด ๆ แก่จำเลยได้อีก ในขณะที่ข้อความของการใส่ความยังมีลักษณะทางกายภาพที่ยังคงอยู่และพร้อมที่จะถูกนำออกเผยแพร่หรือใส่ความต่อไปได้อีก นอกจากนี้ หากพิจารณาในมุมมองของบุคคลที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับคู่กรณีทั้งสองฝ่ายแล้ว เห็นได้ว่าทายาทของผู้ใส่ความย่อมไม่อยู่ในฐานะที่ต้องรับผิดชอบต่อการกระทำของผู้ใส่ความ ส่วนทายาทของผู้ถูกใส่ความอาจฟ้องร้องดำเนินคดีกับผู้ใส่ความรายใหม่ที่เข้ามาเผยแพร่ข้อความนั้นโดยที่ผู้นั้นมิได้เป็นผู้ก่อข้อความอันเป็นต้นทางของการใส่ความนั้นไว้แต่อย่างใด ดังนั้นในส่วน

ข้อความที่เป็นการใส่ความโดยเฉพาะที่อยู่ความครอบครองดูแลของรัฐนั้น เช่นระบบสารบรรณของสถานศึกษา ห้องสมุด หอจดหมายเหตุ เว็บไซต์ที่รัฐมีอำนาจเข้าไปตรวจสอบหรือควบคุมซึ่งข้อมูล ผู้เขียนเห็นว่ารัฐพึงกำหนดมาตรการในการกำจัด ลบ หรือนำออกซึ่งข้อมูลที่เป็นเท็จหรือกระทบต่อความมั่นคงของรัฐ รวมถึงกำหนดมาตรการเพื่อให้เอกชนที่มีไว้หรือครอบครองข้อมูลที่เป็นเท็จนั้นต้องดำเนินการแก้ไข กำจัด ลบ หรือปิดกั้น การเข้าถึงของบุคคลที่สามเพื่อไม่ให้ข้อมูลอันเป็นเท็จนั้นถูกนำออกเผยแพร่อันเป็นการทำให้ผู้หนึ่งผู้ใดเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่นหรือถูกเกลียดชัง

จากที่ได้วิเคราะห์มาข้างต้น จะเห็นว่าการที่ผู้ใส่ความได้กระทำการใส่ความโดยที่ความนั้นยังไม่มีบุคคลที่สามเข้ามารับรู้ ย่อมเป็นความผิดฐานพยายามหมิ่นประมาทที่กฎหมายระวางโทษฐานพยายามกระทำความผิดไว้สองในสามส่วนของโทษที่กฎหมายกำหนดไว้สำหรับความผิดนั้น (มาตรา 80 วรรคสอง ประมวลกฎหมายอาญา) เว้นแต่ในบางกรณีที่กฎหมายบัญญัติให้ผู้กระทำไม่ต้องรับโทษ เช่น การพยายามกระทำความผิดหลอกลวง (ประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 105) หรือในหลายกรณีที่ไม่อาจมีการกระทำความผิดฐานพยายามกระทำความผิด เช่น การกระทำโดยประมาทเพราะไม่ใช้การกระทำโดยเจตนาจึงไม่มีพยายามกระทำความผิดหรือกรณีที่เป็นความผิดที่เป็นการกระทำโดยละเว้น ตามที่บัญญัติใน ประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 154 มาตรา 146 มาตรา 157 มาตรา 162(3) มาตรา 168 มาตรา 169 มาตรา 170 มาตรา 171 มาตรา 216 และ มาตรา 374 (หยุด แสงอุทัย, 2556)

การใช้ให้กระทำความผิด (ประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 84) การสนับสนุนกระทำความผิด ซึ่งผู้ใช้หรือผู้สนับสนุนไม่อาจมีความผิดฐานพยายามกระทำความผิด รวมถึงการเป็นตัวการ (ประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 86) ก็จะเป็นความผิดฐานพยายามเป็นตัวการไม่ได้ รวมถึงความผิดฐานทำร้ายร่างกายผู้อื่นจนเป็นเหตุให้ผู้นั้นถึงแก่ความตาย (ประมวลกฎหมายอาญามาตรา 290) ซึ่งเป็นความผิดที่ไม่ต้องมีเจตนาในผลสุดท้ายที่เกิดขึ้นจะมีการพยายามกระทำความผิดไม่ได้เช่นกัน (เกียรติขจร วัจนะสวัสดิ์, 2562) โดยหากนำหลักกฎหมายว่าด้วยการพยายามกระทำความผิดโดยเฉพาะฐานหมิ่นประมาทแล้วพบว่าสำหรับสาธารณรัฐสิงคโปร์ได้บัญญัติหลักการเกี่ยวกับการพยายามกระทำความผิดได้ในมาตรา 511 ประมวลกฎหมายอาญา ที่มีหลักการไม่แตกต่างไปจากกฎหมายไทยรวมถึงบัญญัติให้การเตรียมการ ไม่ถือว่าเป็นความผิดฐานพยายามสำหรับความผิดฐานหมิ่นประมาทนั้นบัญญัติไว้ในมาตรา 499-500 มีองค์ประกอบความผิดคือ กล่าวข้อความหรือสิ่งพิมพ์ที่เป็นเท็จทำให้บุคคลอื่นเสียชื่อเสียง แตกต่างกับกฎหมายไทยที่รวมถึงการใส่ความที่แม้จะเป็นความจริงก็อาจเป็นความผิด แต่มีข้อพิจารณาสำคัญคือกฎหมายของสาธารณรัฐสิงคโปร์นั้น หากผู้กระทำมีเจตนาเผยแพร่ข้อความที่เข้าลักษณะเป็นหมิ่นประมาทแล้ว แต่หากไม่สามารถเผยแพร่ได้ เช่นถูกบล็อกหรือถูกระงับการเผยแพร่นั้นไว้ได้ก่อน เช่นนี้อาจถือเป็น “พยายามกระทำความผิด” ตามมาตรา 511 และหากเป็นกรณีการหมิ่นประมาททางออนไลน์ กฎหมายให้อำนาจรัฐในการสั่งให้ลบหรือแก้ไขข้อมูลที่เป็นเท็จและหรือที่ส่งผลกระทบต่อรัฐได้ ซึ่งหากนำไปเปรียบเทียบกับหลักกฎหมายอาญาของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีในความผิดฐานหมิ่นประมาทซึ่งกฎหมายบัญญัติความผิดออกเป็น 3 ระดับ คือ (1) การดูหมิ่นที่แสดงออกด้วยคำพูด ท่าทางหรือพฤติกรรมที่เป็นการดูหมิ่นศักดิ์ศรีของบุคคลอื่น (2) การหมิ่น

ประมาท ด้วยการกล่าวข้อความใส่ร้ายบุคคลอื่นในลักษณะที่อาจกระทบต่อชื่อเสียง แม้จะยังไม่อาจพิสูจน์ได้ว่าข้อความนั้นเป็นจริงหรือไม่ก็ตาม และ (3) การใส่ร้าย ด้วยการใส่ความด้วยข้อมูลอันเป็นเท็จโดยมีเจตนาที่ทำให้เขาเสียชื่อเสียง ซึ่งกฎหมายต่างกำหนดโทษจำและปรับไม่ว่าระดับใดก็ตาม ส่วนการพยายามกระทำความผิดนั้นมีหลักการไม่แตกต่างไปจากกฎหมายไทย แต่แตกต่างกันตรงที่กฎหมายของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีบัญญัติให้ต้องรับโทษฐานพยายามกระทำความผิดก็ต่อเมื่อมีกฎหมายระบุไว้อย่างชัดเจนว่าเป็นความผิดที่อาจลงโทษฐานพยายามกระทำความผิด ซึ่งไม่มีกฎหมายกำหนดไว้สำหรับการพยายามกระทำความผิดฐานหมิ่นประมาท ดังนั้น ตามกฎหมายอาญาของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีแล้ว จึงไม่มีโทษฐานพยายามหมิ่นประมาท

บทสรุป

บทความนี้สะท้อนให้เห็นว่า แม้โดยหลักการของกฎหมายอาญาจะมุ่งลงโทษแก่ผู้กระทำความผิดโดยตรงก็ตาม แต่ในความผิดฐานหมิ่นประมาทนั้นจะเห็นได้ว่าผู้ใส่ความอาจใช้กลวิธีที่แยบยลกระทำการอันเป็นการใส่ความไว้โดยครบถ้วนสมบูรณ์โดยไม่จำเป็นต้องมีบุคคลที่สามเป็นผู้รับรู้ในเวลาที่กระทำการนั้นและทำให้การใส่ความนั้นสมบูรณ์ที่อาจต้องถือว่าเป็นความผิดสำเร็จแล้ว ด้วยการที่ผู้ใส่ความทำให้มีขึ้นซึ่งข้อความหรือด้วยวิธีการใด ๆ ก็ตามไม่ว่าเป็นการใส่ความที่เป็นความจริงหรือความเท็จโดยประการที่น่าจะทำให้ผู้อื่นเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่นหรือถูกเกลียดชัง ผลของการใส่ความนี้ทำให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ถูกใส่ความในระยะยาว หรืออาจเกิดความเสียหายขึ้นภายหลังเมื่อผู้ถูกใส่ความถึงแก่ความตายแล้ว ซึ่งสามภริยา บุตรที่ยังมีชีวิตอยู่จะเป็นผู้เสียหาย หรืออาจทำให้เกิดการบิดเบือนทางด้านประวัติศาสตร์และการเมือง ทำให้เกิดความเข้าใจผิดแก่ประชาชนและเยาวชน สร้างความตึงเครียดและไม่ไว้วางใจระหว่างประชาชนหรือต่อบุคคลสำคัญของประเทศที่อาจสั่นคลอนความมั่นคงของสังคมและของรัฐในที่สุด

ดังนั้น เสนอแนะว่า ควรกำหนดแนวทางการตีความเกี่ยวกับพยายามกระทำความผิดฐานหมิ่นประมาทให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น เพื่อให้การบังคับใช้กฎหมายมีความสอดคล้องกับเจตนารมณ์ของกฎหมายอาญา และเสนอให้ปรับปรุงบทบัญญัติทางกฎหมายเพื่อให้สอดคล้องกับหลักสิทธิมนุษยชนสากล โดยเฉพาะในด้านการคุ้มครองศักดิ์ศรีของบุคคล แม้ในกรณีที่บุคคลนั้นได้ถึงแก่ความตายแล้ว

เอกสารอ้างอิง

- เกียรติขจร วัจนะสวัสดิ์. (2562). *คำอธิบายกฎหมายอาญา ภาค 1*. วิทยุชน.
- ไกรฤกษ์ เกษมสันต์. (2567). *คำอธิบายประมวลกฎหมายอาญา ภาคความผิด มาตรา 288-มาตรา 366/4* (พิมพ์ครั้งที่ 14). สำนักอบรมและศึกษากฎหมายแห่งเนติบัณฑิตยสภา.
- จุมพล สำเภาพล. (2559). *พันธกรณีระหว่างประเทศด้านสิทธิมนุษยชนของไทย*. เอกสารวิชาการส่วนบุคคล, วิทยาลัยรัฐธรรมนูญ สำนักงานศาลรัฐธรรมนูญ.

- ชนินทร์ อินทรปัญญา และคณะ. (2567). มุมมองทางกฎหมายเกี่ยวกับศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของผู้สืบสภาพบุคคล. *วารสารนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง*, 7(2), 48-94.
- เปมิกา วิวัฒนพงศ์พันธ์ และภูมิ โชคเหมาะ. (2567). กฎหมายต้นแบบว่าด้วยการแต่งตั้งข้าราชการตำรวจตำแหน่งอาจารย์ในสถานศึกษาของสำนักงานตำรวจแห่งชาติให้ดำรงตำแหน่งทางวิชาการ. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 14(1), 94-106.
- ประมวลกฎหมายอาญา พ.ศ. 2499. (2499, 15 พฤศจิกายน). ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 73/ตอนที่ 95/ฉบับพิเศษ หน้า 1. <https://searchlaw.ocs.go.th/council-of-state/#/public/doc/cGFqZ1lmZFpjSzUyM3BFY0Z2TVJ0Zz09>
- ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา พ.ศ. 2477. (2478, 10 มิถุนายน). ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 52 หน้า 599. <https://ratchakitcha.soc.go.th/documents/1100264.pdf>
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.
- สหประชาชาติ. (1948). *ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน*.
<https://www.un.org/en/about-us/universal-declaration-of-human-rights>
- สหประชาชาติ. (2492). *อนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองบุคคลพลเรือนในยามสงคราม ค.ศ. 1949 (Geneva Convention IV)*. คณะกรรมการกาชาดระหว่างประเทศ. <https://ihl-databases.icrc.org>
- หยุด แสงอุทัย. (2556). *กฎหมายอาญา ภาค 1* (พิมพ์ครั้งที่ 21). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

การสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภค ในประเทศไทย

Marketing Communications Influencing the Purchasing Decisions of Electric Vehicle Consumers in Thailand

ณัฐพงศ์ มีโพธิ์^{1*} และ วสุธิดา นุริตมนต์²

Nattapong Meepho^{1*} and Wasutida Nurittamont²

^{1,2}หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

^{1,2}Master of Business Administration Program, Faculty of Business Administration and Information Technology,
Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

*Corresponding author's email: 264380322005-st@rmutsb.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

6 มีนาคม 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

1 ธันวาคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

20 ธันวาคม 2568

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในประเทศไทย 2) ศึกษาการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่ซื้อหรือใช้รถยนต์ไฟฟ้า ใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 400 ชุด วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ เพื่อทดสอบสมมติฐาน ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31 – 40 ปี เป็นพนักงานบริษัทการศึกษาระดับปริญญาตรี และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท โดยภาพรวมพบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดของผู้บริโภคที่ซื้อรถยนต์ไฟฟ้ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด นอกจากนั้นพบว่าด้านการส่งเสริมการขายส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้ามากที่สุด รองลงมา คือด้านการโฆษณา ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการขายโดยพนักงานส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และด้านการตลาดทางตรงส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการศึกษานี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางการสื่อสารทางการตลาดของผู้ประกอบการ ที่จัดจำหน่ายรถยนต์ไฟฟ้าในการส่งเสริมให้เกิดการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภค

คำสำคัญ: การสื่อสารทางการตลาด, การตัดสินใจซื้อ, รถยนต์ไฟฟ้า

ABSTRACT

This study aimed 1) to study the level of opinions on marketing communications and purchasing decision of electric vehicle's consumer in Thailand, and 2) to study the marketing communications influencing the purchasing decisions of electric vehicle consumers in Thailand. The sample group used in this research was consumers who bought or used electric vehicles. The online questionnaire was used as a data collection tool, using a non-probability sampling method and a purposive sampling method, totaling 400 sets. The data were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis to test the hypothesis. The results of the study found that most respondents were male, aged 31 – 40 years, were company employees, had a bachelor's degree, and had an average monthly income of 20,001–25,000 baht. Overall, it was found that the level of opinions on marketing communications of consumers who bought electric vehicles was at the highest level in all aspects, and the level of opinions regarding the purchasing decisions of electric vehicle, overall, there were opinions at the highest level. In addition, it was found that sales promotion has the greatest impact on the purchasing decisions of electric vehicle, followed by advertising, public relations, and personal selling significantly affected to decision to buy electric vehicles at a statistical level of 0.01, and direct marketing significantly affected the decision to buy electric vehicles at a statistical level of 0.05. The results of this study can be used as a guideline for marketing communication of entrepreneur's distribution electric cars to promote consumers' decision to buy electric vehicles in Thailand.

Keywords: Marketing Communications, Purchasing Decision, Electric Vehicle

บทนำ

ปัญหามลพิษทางอากาศเป็นหนึ่งในประเด็นสำคัญด้านสิ่งแวดล้อม โดยสาเหตุหลักเกิดจากการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO₂) และมลพิษอื่น ๆ ซึ่งเกิดจากกระบวนการเผาไหม้เชื้อเพลิงฟอสซิล โดยเฉพาะจากการคมนาคมด้วยยานพาหนะที่ใช้น้ำมันเป็นเชื้อเพลิงในการขับเคลื่อนเครื่องยนต์ และการพัฒนาของภาคอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นปัญหาที่พบในเมืองใหญ่ ๆ ทั่วโลก โดยเฉพาะประเทศที่กำลังพัฒนาต่างมุ่งเป้าหมายในการเป็นประเทศอุตสาหกรรม ส่งผลต่อการเกิดปัญหามลพิษทางอากาศขึ้นมากมาย โดยเฉพาะเมืองที่เป็นแหล่งที่ตั้งอุตสาหกรรมต่าง ๆ และในเมืองหลวงที่มีการจราจรหนาแน่น (Pollution Control Department, 2013) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งนำไปสู่ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพของมนุษย์ (Intergovernmental Panel on Climate Change, 2021) ภาพรวมผลกระทบของรถยนต์ที่ใช้พลังงานเชื้อเพลิงก่อให้เกิดมลพิษทางอากาศหลายประเภท เช่น ก๊าซเรือนกระจกที่ทำให้โลกร้อน อนุภาคฝุ่นละอองขนาดเล็กส่งผลเสียต่อระบบทางเดินหายใจ

และก๊าซพิษอื่น ๆ เช่น คาร์บอนมอนอกไซด์ และไนโตรเจนไดออกไซด์ ซึ่งนำไปสู่ปัญหาสุขภาพในระยะยาว เช่น โรคระบบทางเดินหายใจ โรคมะเร็ง และโรคหัวใจ ทั้งนี้ปัญหาดังกล่าวมีความซับซ้อนและยากต่อการแก้ไข แนวทางหนึ่งในการจัดการกับปัญหาที่ดีที่สุดคือการควบคุมแหล่งปล่อยมลพิษสู่อากาศ เช่น การลดการใช้พลังงาน ด้วยเหตุนี้ หลายประเทศจึงได้ตระหนักถึงวิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้น ส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทน รวมถึงรณรงค์ให้คนหันมาใช้พลังงานและเทคโนโลยีสะอาด ซึ่งเป็นอีกทางเลือกที่สามารถช่วยลดมลพิษทางอากาศ ลดการปล่อยก๊าซ (CO₂) ได้อย่างมีนัยสำคัญ (International Energy Agency, 2022) และยังช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานเมื่อเปรียบเทียบกับรถยนต์ที่ใช้น้ำมันเป็นเชื้อเพลิง ส่งผลให้ความต้องการรถยนต์ไฟฟ้าเพิ่มขึ้นทั่วโลก โดยในปี 2565 ยอดขายรถยนต์ไฟฟ้าสูงถึง 6.6 ล้านคัน (ไทยรัฐออนไลน์, 2565)

อย่างไรก็ตามหากพิจารณาสถานการณ์ตลาดรถยนต์ไฟฟ้า ยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ด้วยเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องมีประสิทธิภาพที่ดีขึ้นแต่มีราคาถูกลง โดยเฉพาะเทคโนโลยีในการผลิตแบตเตอรี่ที่ใช้ทำงานได้ดีขึ้น ชาร์ตไฟฟ้าได้มากขึ้นทำให้การเดินทางได้ระยะทางที่เพิ่มขึ้น และราคาลดลงอย่างมากเมื่อเทียบกับเมื่อสิบปีที่ผ่านมา ซึ่งส่งผลให้ราคารถยนต์ไฟฟ้าในปัจจุบันจึงมีการปรับราคาลงเพื่อให้สามารถเข้าสู่ตลาดในประเทศไทย ส่งผลดีต่อผู้ใช้รถยนต์ไฟฟ้า แต่เป็นความท้าทายสำหรับผู้ประกอบการที่จะเข้าสู่ตลาด (คณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน, 2567) ซึ่งทำให้อุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้า (Electric Vehicles: EVs) ต้องเผชิญกับการการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากความต้องการในการใช้พลังงานสะอาดและนโยบายสนับสนุนจากภาครัฐที่มุ่งลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (International Energy Agency, 2022) ผู้ผลิตรถยนต์ไฟฟ้าจึงต้องพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถสร้างการรับรู้และกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ หนึ่งในกลยุทธ์ที่มีความสำคัญคือการสื่อสารทางการตลาด ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับรถยนต์ไฟฟ้าให้แก่กลุ่มเป้าหมาย (Kotler and Keller, 2020) การสื่อสารทางการตลาดในอุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้ามีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีบทบาทในการแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับรถยนต์ไฟฟ้าให้กับผู้บริโภคผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ โทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่ต้องการให้สินค้าเป็นที่รู้จักเป็นวงกว้างในระยะเวลายาวนาน ๆ ใช้สร้างความแตกต่าง สร้างภาพจำ สร้างภาพลักษณ์ให้สินค้า (Deepremjir et al., 2024) ส่วนการส่งเสริมการขายยังเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อ โดยช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเปรียบเทียบความคุ้มค่าของรถยนต์ไฟฟ้าได้มากขึ้น เป้าหมายของการส่งเสริมการขาย คือ การดึงดูดผู้บริโภคใหม่รักษาลูกค้าเก่าไว้ (Sutthikankul et al., 2023) นอกจากนั้นพนักงานขายยังทำหน้าที่ในการนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภคได้โดยตรง สามารถรับรู้และประเมินผลได้ทันทีว่าผู้บริโภคต้องการสิ่งใด ทำให้เกิดความมั่นใจและส่งเสริมการตัดสินใจซื้อ (Ngourungsri, 2015) และการสื่อสารทางการตลาดที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน คือการสื่อสารการตลาดทางตรง มีบทบาทสำคัญในการสื่อสารโดยตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งช่วยให้

เกิดการโต้ตอบระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อแบบทันที อันเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างตราสินค้ากับลูกค้า (Chaisanit et al., 2024)

ดังนั้น ผู้วิจัยได้เห็นความสำคัญจึงได้ทำการศึกษาเรื่องการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในประเทศไทย เนื่องจากการสื่อสารการตลาดเป็นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ทำให้ผู้บริโภคได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ และเกิดความเชื่อมั่นในตราสินค้าการตัดสินใจซื้อ ผลจากการศึกษาจะเป็นข้อมูลให้ผู้ประกอบการรถยนต์ไฟฟ้า หรือผู้ที่สนใจสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการสื่อสารทางการตลาดที่จะทำให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นการสื่อสารทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในประเทศไทย

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1.1 การสื่อสารทางการตลาด ด้านการโฆษณาส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 1.2 การสื่อสารทางการตลาด ด้านการประชาสัมพันธ์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 1.3 การสื่อสารทางการตลาด ด้านการขายโดยพนักงานส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 1.4 การสื่อสารทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการขายส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 1.5 การสื่อสารทางการตลาด ด้านการตลาดทางตรงส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาด

การสื่อสารทางการตลาดเป็นแนวทางสำคัญของอุตสาหกรรมรถยนต์ที่เป็นนวัตกรรมใหม่อย่างรถยนต์ไฟฟ้า เพื่อการส่งข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่ง McArthur and Griffin (1997) ได้อธิบายว่าการสื่อสารทางการตลาดเป็นการสื่อสารข้อมูลข่าวสารของสินค้าไปยังผู้บริโภค โดยผ่านช่องทางการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ที่หลากหลายสามารถกระตุ้นให้เกิดความสนใจในสินค้า รวมทั้งยังสร้างการจดจำและสร้างทัศนคติในเชิงบวกให้แก่ผู้บริโภค (Nurittamont, 2021) ซึ่งการสื่อสารที่มี

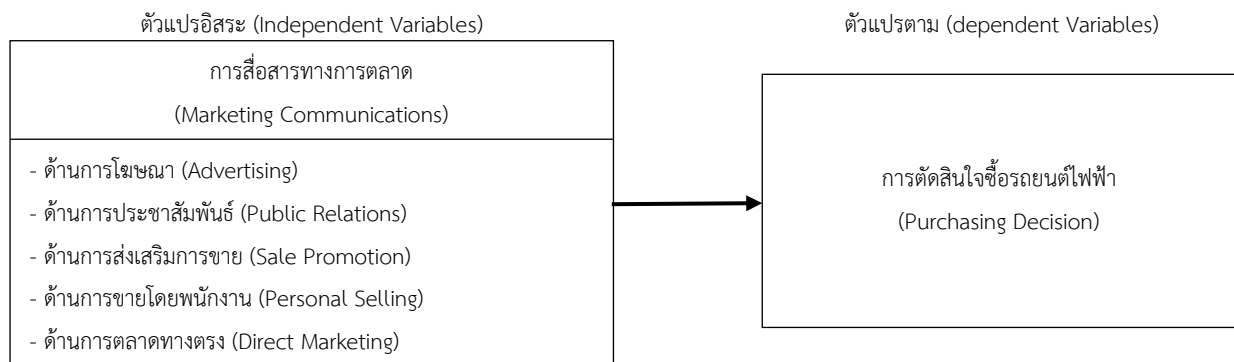
ประสิทธิภาพจะส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้อย่างถูกต้อง (Yosvijit and Nurittamont, 2021) โดย Belch and Belch (2001) ได้อธิบายว่าการสื่อสารทางการตลาดเป็นการวางแผนการสื่อสารทางการตลาด มุ่งที่การใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่หลากหลาย โดยผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้เข้าด้วยกันเพื่อให้เกิดความสอดคล้องกัน Kotler (2003) ได้แบ่งเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดออกเป็น 5 เครื่องมือหลัก ดังนี้ 1) การโฆษณา (Advertising) เป็นการนำเสนอบอกข่าวสารไปยังผู้คนจำนวนมาก ทำให้เกิดการรับรู้และพฤติกรรมการซื้อ ประเภทของสื่อโฆษณา ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อกระจายเสียง และภาพ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อออนไลน์ สื่อแสดง เป็นต้น 2) การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เป็นการสื่อสารทางเดียวจากผู้ส่งข่าวสารไปยังผู้รับข่าวสารผ่านสื่อ เพื่อสร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อผู้บริโภค สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจรวมถึงสินค้าและบริการ เครื่องมือของการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การเผยแพร่เว็บไซต์ การใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงนำเสนอสินค้า เป็นต้น 3) การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) เป็นวิธีการจูงใจในระยะสั้นแก่ผู้บริโภคเพื่อกระตุ้นให้เกิดการทดลองใช้ การสอบถาม กิจกรรมของการส่งเสริมการขาย ได้แก่ การลด แลก แจก แถม และการให้บริการหลังการขาย เป็นต้น 4) การขายโดยพนักงาน (Personal Selling) เป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้าระหว่างพนักงานขายกับลูกค้า เพื่อนำเสนอสินค้าและบริการ มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดพฤติกรรมการซื้อหรือได้ตอบข้อสงสัยต่าง ๆ จัดเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) เช่น การให้ข้อมูลหรือการแนะนำสินค้า เป็นต้น และ 5) การตลาดทางตรง (Direct Marketing) เป็นการสื่อสารโดยตรงกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อทันที การตลาดทางตรงเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพสามารถปรับเปลี่ยนข่าวสารที่ส่งไปให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังสามารถวัดประสิทธิผลในการสื่อสารได้ สรุปได้ว่าหลักเกณฑ์ในการเลือกใช้เครื่องมือของการสื่อสารทางการตลาดเป็นการใช้เครื่องมือต่าง ๆ ในทุกรูปแบบของการสื่อสารให้เหมาะสมกับผู้บริโภค ซึ่งประกอบไปด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขายโดยพนักงาน และการตลาดทางตรง

แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจซื้อเป็นการจูงใจให้เกิดความต้องการ หากผู้บริโภคเข้าใจถึงการที่จะตัดสินใจซื้อ ย่อมทำให้ผู้ประกอบการสามารถแสวงหาแนวทางต่าง ๆ ในการทำให้ผู้บริโภคเกิดการซื้อได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม ดังนั้นการตัดสินใจซื้อจึงเป็นขั้นตอนที่สำคัญสำหรับธุรกิจ และเป็นเป้าหมายที่ต้องการให้ผู้บริโภคแสดงพฤติกรรมตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ (Nurittamnot, 2021) โดย Schiffman and Kanuk (1994) ได้อธิบายว่า การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นการเลือกซื้อสินค้าจากทางเลือกที่มีตั้งแต่สองทางเลือกขึ้นไป โดยผู้บริโภคจะทำการพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งด้านจิตใจ ความรู้สึกนึกคิด และพฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งส่งผลต่อการเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้า นอกจากนั้น Hawkins (2004) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมีพื้นฐานจากความหลากหลายจากปัจจัยภายใน ได้แก่ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ อารมณ์ ทัศนคติ และความหลากหลาย จากปัจจัย

ภายนอก ได้แก่ วัฒนธรรม ลักษณะทางประชากร สถานภาพทางสังคม ครอบครัวรูปแบบการดำเนินชีวิต ทั้งหมดล้วนส่งผลให้เกิดความต้องการ และความปรารถนาที่สามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อสรุปได้ว่า การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นหนึ่งในกระบวนการตัดสินใจซื้อจากทางเลือก ที่มีตั้งแต่สองทางเลือกขึ้นไป และปัจจัยต่าง ๆ ที่มีพื้นฐานจากความหลากหลายทั้งหมดล้วนส่งผลให้เกิดความต้องการ และความปรารถนาที่จะสามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อ

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคที่ซื้อหรือใช้รถยนต์ไฟฟ้า ผู้วิจัยได้คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากประชากรขนาดใหญ่ที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยใช้วิธีคำนวณตามสูตรของ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 จากการคำนวณจะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 384 คน ผู้วิจัยจึงได้ทำการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จะเก็บข้อมูลเฉพาะผู้บริโภคที่ซื้อหรือใช้รถยนต์ไฟฟ้าเท่านั้น โดยผู้วิจัยได้กำหนดคำถามคัดกรองเพื่อคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้การวัดข้อมูลระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale) จำนวน 1 ข้อ คือ ท่านเป็นผู้ที่ซื้อหรือใช้รถยนต์ไฟฟ้า ใช่หรือไม่ ถ้าใช่จะสามารถตอบแบบสอบถามในส่วนถัดไป ทั้งนี้ผู้วิจัยได้รับเอกสารการรับรองจริยธรรมจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โครงการวิจัย เลขที่ IRB-RUS-2567-059

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง (Structured Questionnaires) ที่สร้างขึ้นเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยเป็นแบบสอบถามปลายปิดในการตอบคำถาม มีหลายตัวเลือก ดังนี้ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาด โดยแบ่งสัดส่วน

ของการตอบแบบสอบถามออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้ ด้านการโฆษณา ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการขายโดยพนักงาน และด้านการตลาดทางตรง ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า เป็นข้อคำถามแบบปลายปิด (Closed-Ended Form) ด้วยวิธีการตอบแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ และส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างนั้นได้มีโอกาสร่วมแสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าได้อย่างอิสระ สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ อาศัยมาตรวัดแบบ Likert Scale โดยกำหนดให้มีคำตอบ 5 ตัวเลือก แบบวัดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ Likert Scale ที่วัดความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ โดยให้คะแนน (Likert Scale) ในแต่ละระดับตามมาตรวัดของบุญใจ ศรีสถิตนรากร (2553)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้มีการตรวจสอบโดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อให้คำแนะนำ และทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ครอบคลุมตามองค์ประกอบที่กำหนด และพิจารณาประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับนิยามศัพท์เฉพาะของการวิจัย แล้วนำมาหาค่า IOC โดยได้กำหนดค่า IOC ที่ยอมรับได้ในแต่ละข้อคำถาม คือ มากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 จึงจะแสดงว่าแบบสอบถามเพื่อการวิจัยทุกข้อมีคุณภาพ ตรงตามเนื้อหา และอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ซึ่งการประเมินค่า IOC ของข้อคำถามในแบบสอบถามทั้งฉบับ พบว่ามีค่า 1 แสดงว่าคำถามแต่ละข้อมีคุณภาพและสามารถนำไปใช้เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไปได้ และตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิมาปรับปรุงแก้ไขอีกครั้งก่อนที่จะนำแบบสอบถามไปทดสอบ ทำการทดลอง (Try Out) จำนวน 30 ชุด แล้วหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาช (Cronbach's Alpha Coefficient) เพื่อแสดงให้เห็นว่าเครื่องมือนี้สามารถให้ผลการวัดคงที่แน่นอน ค่าความเชื่อมั่นจะมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ระหว่าง 0 ถึง 1 ถ้าใกล้เคียง 1 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูง และถ้าใกล้ 0 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นต่ำ โดยพบว่าในการศึกษาครั้งนี้ ค่าความเชื่อมั่นของคำถามแต่ละด้าน มีค่าไม่น้อยกว่า 0.70 ในทุกตัวแปร

วิธีรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ผู้บริโภคที่ซื้อหรือใช้รถยนต์ไฟฟ้า จำนวน 400 คน โดยการเก็บแบบสอบถามผ่านทางระบบออนไลน์ด้วยวิธีการส่งลิงค์ในรูปแบบ Google Form บนสื่อออนไลน์ แพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก (Facebook) จากเพจ EV Club Thailand Group หรือจากเพจผู้มีความสนใจในรถยนต์ไฟฟ้า

สถิติที่ใช้สำหรับการตรวจสอบคุณสมบัติ

ค่าสถิติ Tolerance และ Variance Inflation Factor (VIF) ใช้วัดความเป็นอิสระของตัวแปรอิสระทุกตัว ถ้าค่า Tolerance ยังมีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรอิสระนั้นมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระอื่น ๆ ในระดับต่ำ แต่ถ้ามีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงว่าตัวแปรอิสระนั้นมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระอื่น ๆ ในระดับสูง และถ้ามีค่าต่ำกว่า

0.1 แสดงว่ามีปัญหาเกี่ยวกับ Multicollinearity ขั้นรุนแรง ส่วนค่า Variance Inflation Factor (VIF) มีค่าเกิน 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระนั้นมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระอื่น ๆ ในระดับสูง (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สถิติบรรยายคุณลักษณะพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่ออธิบายข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประกอบด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และใช้การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า โดยอธิบายด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรต้นที่มีมากกว่า 1 ตัวแปร ที่อธิบายอิทธิพลไปยังตัวแปรตาม สถิติที่ใช้ คือ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานในการศึกษา

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภค สามารถสรุปได้ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.75 มีอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.75 มีอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.75 มีการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 288 คิดเป็นร้อยละ 72.00 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.75

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นการสื่อสารทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในประเทศไทย

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงในตารางที่ 1 และตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาด

การสื่อสารทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการโฆษณา	4.50	0.62	มากที่สุด
2. ด้านการประชาสัมพันธ์	4.49	0.63	มากที่สุด
3. ด้านการส่งเสริมการขาย	4.53	0.61	มากที่สุด
4. ด้านการขายโดยพนักงาน	4.51	0.61	มากที่สุด
5. ด้านการตลาดทางตรง	4.50	0.60	มากที่สุด
รวม	4.50	0.61	มากที่สุด

จากการศึกษาการสื่อสารทางการตลาดของผู้บริโภคที่ซื้อรถยนต์ไฟฟ้า พบว่าผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาด โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$,

S.D. = 0.61) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านทุกด้าน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.61) ด้านการขายโดยพนักงาน ($\bar{X} = 4.51$, S.D. = 0.61) ด้านการตลาดทางตรง ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.60) ด้านการโฆษณา ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.62) และ ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.63)

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า

การตัดสินใจซื้อ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้าเป็นทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด	4.36	0.62	มากที่สุด
2. รถยนต์ไฟฟ้าเหมาะสำหรับการเดินทางในปัจจุบัน	4.39	0.67	มากที่สุด
3. การเลือกใช้รถยนต์ไฟฟ้ามีส่วนสำคัญในการช่วยลดมลภาวะบนท้องถนน	4.58	0.60	มากที่สุด
4. คุณสมบัติของรถยนต์ไฟฟ้าตอบสนองความต้องการได้อย่างคุ้มค่า	4.47	0.65	มากที่สุด
5. รถยนต์ไฟฟ้าเป็นทางเลือกในการประหยัดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานดีที่สุดในปัจจุบัน	4.46	0.64	มากที่สุด
รวม	4.45	0.64	มากที่สุด

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าทุกข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ผู้บริโภคทราบว่ารถยนต์ไฟฟ้ามีส่วนสำคัญในการช่วยลดมลภาวะบนท้องถนน และตอบสนองความต้องการได้อย่างคุ้มค่า เป็นอีกทางเลือกในการประหยัดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน การเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้าจึงเป็นทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด

ผลการวิเคราะห์การสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในประเทศไทย

ในการทดสอบสมมติฐานผู้วิจัยทำการตรวจสอบคุณสมบัติของตัวแปรก่อนการทดสอบสมมติฐานก่อนการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ค่า Variance Inflation Factors ค่า Tolerance และค่า Durbin-Watson สามารถแสดงผลการศึกษาได้ดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาด และการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า

Variance Inflation Factors ค่า Tolerance และค่า Durbin-Watson

ตัวแปร	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	Y	VIF	Tolerance	Durbin-Watson
X ₁	1.00	0.60**	0.59**	0.56**	0.51**	0.49**	1.95	0.51	1.99
X ₂		1.00	0.56**	0.63**	0.62**	0.51**	2.27	0.44	
X ₃			1.00	0.49**	0.58**	0.47**	1.89	0.53	
X ₄				1.00	0.54**	0.50**	1.87	0.53	
X ₅					1.00	0.47**	1.94	0.52	
Y						1.00			

*ระดับนัยสำคัญ $p < 0.05$, **ระดับนัยสำคัญ $p < 0.01$

จากตารางที่ 3 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านการโฆษณา (X₁) ด้านการประชาสัมพันธ์ (X₂) ด้านการส่งเสริมการขาย (X₃) ด้านการขายโดยพนักงาน (X₄)

ด้านการตลาดทางตรง (X5) และการตัดสินใจซื้อ (Y) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.47 - 0.63 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 0.80 ประกอบกับการพิจารณาค่า VIF พบว่าค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.87 - 2.27 ซึ่งไม่เกิน 10 และพิจารณาร่วมกับค่า Tolerance พบว่า ค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.44 - 0.53 ตามเกณฑ์ของ Hair et al. (2010) ซึ่งอยู่ระหว่าง 0 - 1 และพิจารณาค่า Durbin-Watson พบว่าค่า Durbin-Watson คือ 1.99 ซึ่งมีค่าอยู่ในช่วง 1.50 - 2.50 (Durbin & Watson, 1951) เพราะฉะนั้นผลการตรวจสอบความเป็นอิสระของตัวแปรอิสระแสดงว่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity จึงสามารถนำไปทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ ด้วยวิธี Enter ได้ดังนี้

ตารางที่ 4 แสดงผลการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภค

การสื่อสารทางการตลาด	การตัดสินใจซื้อ			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	b	Std. Error	β		
ค่าคงที่ (a)	1.21	0.22		5.54	0.00**
1. ด้านการโฆษณา	0.14	0.05	0.16	2.86	0.00**
2. ด้านการประชาสัมพันธ์	0.14	0.06	0.15	2.50	0.01*
3. ด้านการขายโดยพนักงาน	0.13	0.06	0.14	2.47	0.01*
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	0.18	0.05	0.18	3.35	0.00**
5. ด้านการตลาดทางตรง	0.12	0.06	0.12	2.15	0.03*
R = 0.61 R ² = 0.40 Adjusted R ² = 0.36 SEE = 0.35 F = 46.00					

*ระดับนัยสำคัญ $p < 0.05$, **ระดับนัยสำคัญ $p < 0.01$

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธี Enter ในการคัดเลือกตัวแปรเข้าสมการถดถอย พบว่าการสื่อสารทางการตลาด จำนวน 5 ด้าน คือ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการโฆษณา ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการขายโดยพนักงานส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในทิศทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และด้านการตลาดทางตรงส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในทิศทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตัวแปรมีค่าสถิติ F เท่ากับ 46.00 และจากการพิจารณา ค่า R² เท่ากับ 0.40 ซึ่งสามารถอธิบายความผันแปรของการตัดสินใจซื้อ ได้ร้อยละ 40 นอกจากนี้ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณค่าพารามิเตอร์ที่ค่า Std. Error of the Estimate เท่ากับ 0.35 จากตารางที่ 4 การศึกษาการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในประเทศไทย พบว่า ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในการพยากรณ์การตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในประเทศได้ดีที่สุดคือ การส่งเสริมการขาย (X4) (Beta = 0.18) การโฆษณา (X1) (Beta = 0.16) ประชาสัมพันธ์ (X2) (Beta = 0.15) การขายโดยพนักงานขาย (X3) (Beta = 0.14) และการตลาดทางตรง (X5) (Beta = 0.12) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ สมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.1 การสื่อสารทางการตลาด ด้านการโฆษณาส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภค	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.2 การสื่อสารทางการตลาด ด้านการประชาสัมพันธ์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภค	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.3 การสื่อสารทางการตลาด ด้านการขายโดยพนักงานส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภค	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.4 การสื่อสารทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการขายส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภค	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.5 การสื่อสารทางการตลาด ด้านการตลาดทางตรงส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภค	ยอมรับสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานการสื่อสารทางการตลาด พบว่า ด้านการโฆษณา ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการขายโดยพนักงาน ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านการตลาดทางตรง ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในประเทศไทย

อภิปรายผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นการสื่อสารทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในประเทศไทย จากการศึกษาเรื่องการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในประเทศไทย มีเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดที่นำมาศึกษาทั้งหมด 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการโฆษณา ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการขายโดยพนักงาน ด้านการตลาดทางตรง โดยภาพรวมทุกด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด พบว่า ด้านการส่งเสริมการขาย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการขายโดยพนักงาน ด้านการตลาดทางตรง ด้านการโฆษณา และด้านการประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ จากผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด พบว่า ผู้บริโภครู้ว่าการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้ามีส่วนสำคัญในการช่วยลดมลภาวะ และตอบสนองความต้องการได้อย่างคุ้มค่า สามารถเป็นอีกทางเลือกในการประหยัดค่าใช้จ่าย การเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้าจึงเป็นทางเลือกที่เหมาะสม

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในประเทศไทย จากการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล เรื่องการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในประเทศไทย สามารถอภิปรายผลตามสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

การสื่อสารทางการตลาดด้านการส่งเสริมการขายส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าเพราะการให้ส่วนลด และการแถมสิ่งที่เป็นประโยชน์สามารถจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อได้ ทำให้ผู้บริโภครู้สึกคุ้มค่าในการซื้อ รวมถึงการจัดกิจกรรมรณรงค์แสดงสินค้าสามารถดึงดูดใจให้ผู้บริโภคสนใจรถยนต์ไฟฟ้าเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อดิชาติ โรจนกร (2560); Chaisanit et al. (2024) กล่าวว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับส่วนลดราคาขายการให้ของแถม และการจัดโปรโมชั่นลดราคาตามโอกาสเทศกาลต่าง ๆ แสดงให้เห็นว่าการส่งเสริมการขายเป็นสิ่งที่ช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อ และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ญัฐริดา เสถียรพันธุ์ (2562); Singkhon and Rodpon (2023) ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับ

การจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น การแจกคู่มือส่วนลด ของแถม การลุ้นรับรางวัล และการจัดชิงโชค เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่ผู้บริโภคได้รับผลประโยชน์อย่างคุ้มค่า และได้รับสินค้าในราคาที่ถูกลงกว่าปกติ แสดงให้เห็นว่าการส่งเสริมการขายนั้นจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะเป็นสิ่งที่ช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในสินค้าจนตัดสินใจซื้อในที่สุด

การสื่อสารทางการตลาดด้านการโฆษณาส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า เพราะการโฆษณาทำให้ผู้บริโภคทราบถึงข้อมูลข่าวสารคุณสมบัติที่โดดเด่นของรถยนต์ไฟฟ้าได้อย่างชัดเจนเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย โดยผ่านสื่อออนไลน์ในปัจจุบันสามารถโน้มน้าวจิตใจให้เกิดความต้องการเพิ่มมากขึ้นได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ หทัยรัตน์ เทพภักดี (2559); Deepremjid et al. (2024) กล่าวว่า เมื่อมีการโฆษณาเพิ่มขึ้น การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคก็จะเพิ่มขึ้นด้วย อาจเนื่องจากการโฆษณาสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย เป็นการจูงใจให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่จดจำสินค้าหรือตราสินค้าได้อย่างรวดเร็ว และยังสอดคล้องกับการศึกษา ณัฐธิดา เสถียรพันธุ์ (2562); Singkhon and Rodpon (2023) โดยการโฆษณาเป็นกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องให้ความสำคัญ เนื่องจากทำให้ผู้บริโภครับข้อมูลข่าวสารของสินค้าได้ในวงกว้าง สร้างการรับรู้เกี่ยวกับสินค้า และยังกระตุ้นความต้องการในสินค้าได้ เมื่อการโฆษณาสินค้าตรงกับความต้องการของผู้บริโภค จะทำให้เกิดแรงจูงใจการซื้อสินค้าได้ง่าย

การสื่อสารทางการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า เพราะเป็นการส่งข้อมูลข่าวสารที่เป็นจุดเด่นของรถยนต์ไฟฟ้า รวมถึงประโยชน์ต่าง ๆ สร้างการรับรู้ และรู้จักรถยนต์ไฟฟ้ามากยิ่งขึ้น ชลธิกานต์ ยอดยศ และธงชัย ศรีวรรณะ (2566); Eagle et al. (2021) การประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์ไฟฟ้าทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ ผู้บริโภคเกิดเชื่อมั่นในความปลอดภัย ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อในเชิงบวก และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ นิชาภา ศรีคุณารักษ์ (2565); Ngourungsi (2015) การประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่เรื่องราวต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ข่าวสารจนเกิดความเข้าใจในสินค้านั้น บอกถึงคุณสมบัติใหม่ ๆ ให้กับผู้บริโภคได้ทำให้สินค้านั้นมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายที่ต้องการจะหลีกเลี่ยงการรับข้อมูลข่าวสารในรูปแบบอื่น ๆ

การสื่อสารทางการตลาดด้านการขายโดยพนักงานส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า พนักงานขายที่มีประสบการณ์ในการขายสามารถตอบสนองความต้องการ และแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็วทำให้ผู้บริโภครู้สึกมั่นใจในการซื้อรถยนต์ไฟฟ้า สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชลธิกานต์ ยอดยศ และธงชัย ศรีวรรณะ (2566) กล่าวว่า เนื่องจากรถยนต์ไฟฟ้าเป็นนวัตกรรมใหม่ ทำให้ต้องมีผู้ที่มีความเชี่ยวชาญคอยให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิด และให้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างข้อดีกับข้อเสียของรถยนต์ไฟฟ้า รวมไปถึงบุคลิกภาพการแต่งกาย และมารยาทของพนักงานขายมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ สอดคล้องกับการศึกษาของ นิชาภา ศรีคุณารักษ์ (2565); Kotler (2003) กล่าวถึงความสำคัญของการขายโดยพนักงานขาย พนักงานขายสามารถบอกถึงสิทธิประโยชน์ให้ผู้บริโภคจะได้รับทราบ สามารถเลือกส่งข้อมูลข่าวสารที่คิดว่าตรงกับความต้องการของผู้บริโภคแต่ละคนได้ หากพนักงานขายมีไหวพริบในการตอบคำถาม จะทำให้ผู้บริโภครู้สึกเชื่อใจ จะส่งผลให้เกิดการตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

การสื่อสารทางการตลาดด้านการตลาดทางตรงส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าเพราะเป็นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่มีความเฉพาะเจาะจงกับความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงมีการแจ้งโปรโมชั่นผ่านช่องทางต่าง ๆ ไปยังผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ภราดร ตุ่นแก้ว (2563); ปาจริย์ หุติณะ (2561) กล่าวว่า การตลาดทางตรงมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า เนื่องจากการส่งข้อมูลต่าง ๆ ไปยังผู้บริโภคให้ทราบก่อนใครเป็นการให้ความสำคัญจะสามารถดึงดูดความสนใจ และสร้างความรู้สึกเป็นคนที่พิเศษให้แก่ผู้บริโภคได้ สอดคล้องกับ Duralia (2018) กล่าวว่า การตลาดทางตรงมีองค์ประกอบสำคัญในการทำตลาดโดยตรงคือฐานข้อมูลของลูกค้าที่ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 กลุ่มผู้บริโภคเพศชายเป็นผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ ผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นความสำคัญไปที่ผู้บริโภคเพศชาย เพราะเป็นผู้ที่มีความสนใจเกี่ยวกับรถยนต์ไฟฟ้ามีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้ามากกว่าเพศอื่น ๆ

1.2 การสื่อสารทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าในทุกองค์ประกอบ ซึ่งผู้วิจัยได้เสนอแนะข้อเสนอแนะของแต่ละองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ดังนี้

1.2.1 การสื่อสารทางการตลาดด้านการส่งเสริมการขายมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการขายเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค โดยมีการนำเสนอสิทธิพิเศษเกี่ยวกับรถยนต์ไฟฟ้า การให้ส่วนลด การแถมสิ่งที่เป็นประโยชน์ จะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าเพิ่มมากขึ้น

1.2.2 การสื่อสารทางการตลาดด้านการโฆษณามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ จึงควรที่จะมุ่งเน้นการทำการสื่อสารผ่านสื่อโฆษณาให้หลากหลายเพิ่มมากขึ้นโดยเฉพาะสื่อออนไลน์ที่เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย ทำเนื้อหาให้มีความน่าสนใจสร้างการรับรู้การจดจำ และการพูดถึงให้อยู่ในใจผู้บริโภคเสมอ อีกทั้งงบประมาณในการใช้สื่อออนไลน์ยังต่ำกว่าสื่อโทรทัศน์ และการกระจายเสียง ทำให้มีโอกาสในการใช้เครื่องมือที่หลากหลายในการสื่อสารการตลาด

1.2.3 การสื่อสารทางการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นการส่งข้อมูลข่าวสารที่เป็นคุณสมบัติเฉพาะ หรือจุดเด่นของรถยนต์ไฟฟ้านั้น ๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และภาพลักษณ์ที่ดีของแบรนด์ให้มากขึ้น

1.2.4 การสื่อสารทางการตลาดด้านการขายโดยพนักงานมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ผู้ประกอบการควรจะต้องใช้พนักงานที่มีความรู้ความเข้าใจ และมีประสบการณ์ในการขายรถยนต์ไฟฟ้าเป็นอย่างดี หรือมีการนำพนักงานขายไปอบรมเพิ่มเติม เพื่อให้สามารถบอกรายละเอียดของรถยนต์ไฟฟ้าได้อย่างชัดเจน จึงจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจและเกิดการตัดสินใจซื้อขึ้น

1.2.5 การสื่อสารทางการตลาดด้านการตลาดทางตรงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ผู้ประกอบการควรมีการติดต่อกับผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอเพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีเอาไว้ และมีการแจ้งโปรโมชั่นหรือข้อมูลข่าวสารของรถยนต์ไฟฟ้า รวมถึงการแจ้งการบริการพิเศษที่ตรงกับรุ่นที่ผู้บริโภคนั้นสนใจโดยผ่านช่องทางต่าง ๆ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรเจาะจงตราสินค้าของรถยนต์ไฟฟ้า รวมไปถึงการแบ่งกลุ่มของผู้บริโภคออกตามช่วงอายุ เพราะความแตกต่างของอายุอาจมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

2.2 ควรศึกษาการสื่อสารทางการตลาดมีประสิทธิภาพเฉพาะเจาะจงแต่ละกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น อาจมุ่งเน้นไปที่กลุ่มผู้บริโภคเพศชายในวัยทำงานเพื่อนำข้อมูลเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดมาเปรียบเทียบกับการศึกษาครั้งนี้ เนื่องด้วยผู้บริโภคแต่ละกลุ่มอาจจะให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบของการสื่อสารทางการตลาดที่แตกต่างกัน

2.3 ควรศึกษาการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึกประกอบการพิจารณากำหนดแนวทางในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์ปัญญา. (2560). *การใช้SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล* (พิมพ์ครั้งที่28). คณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน. (2567, 27 กรกฎาคม). *อัปเดตสถานการณ์ตลาดยานยนต์ไฟฟ้าทั่วโลก และไทยในปี 2024*. <https://www.erc.or.th/th/energy-articles/3094>
- ชลธิกานต์ ยอดยศ และธงชัย ศรีวรรณะ. (2566). ปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า BYD ATTO 3 ในเขตกรุงเทพมหานคร. *มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 1(7), 1-11.
- ณัฐธิดา เสถียรพันธุ์. (2562). *กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ และใช้บริการโรงพยาบาลดนตรีไลต์ คอนเน็คท์ ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร*. [สารนิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณิชาภา ศรีคุณารักษ์. (2565). *การสื่อสารการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. [สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2565, 28 พฤษภาคม). ยอดขาย “รถยนต์ไฟฟ้า” พุ่ง เติรมารับ Ecosystem. <https://www.thairath.co.th/news/auto/2403696>
- บุญใจ ศรีสถิตนรากร. (2553). *ระเบียบวิธีวิจัยทางการพยาบาล* (พิมพ์ครั้งที่ 5). ยูแอนด์ไอ อินเตอร์มีเดีย.
- ภราดร ตุ่นแก้ว. (2563). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์ FOMM ONE ในเขตกรุงเทพมหานคร*. [สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- หทัยรัตน์ เทพภักดี. (2559). *การสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเบเกอรี่ของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา*. [สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- อติชาติ โรจนกร. (2560). *การรับรู้การสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฮบริดของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี*. [งานนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Belch, G.E. and Belch, M.A. (2001). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. (4th ed.).

- Chaisanit, P., et al. (2024). Marketing Communication Affecting Buying Decision of Products and Services in Wellness Tourism in Chiang Rai province. *University of the Thai Chamber of Commerce Journal*, 44(2), 20-42.
- Deepremjid, A., et al. (2024). Marketing Communication Formats that Influence Consumers' Purchase Decisions for Food and Beverage Products Containing Cannabis Ingredients in Bangkok Metropolitan Area. *Journal of Health and Food Creation*, 2(1), 17-32.
- Duralia, O. (2018). Integrated Marketing Communication and Its Impact on Consumer Behavior. *Studies in Business and Economics*, 13(2), 92-102.
- Eagle, L., et al. (2021). *Marketing Communications* (2nd ed.). Routledge.
- Hawkins, D. I., et al. (2004). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*: McGraw-Hill Irwin.
- International Energy Agency (IEA). (2022). *Global EV Outlook 2022*.
- Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC). (2021). *Climate Change 2021: The Physical Science Basis*. Cambridge University Press.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. (11th ed.).
- Kotler, P., and Keller, K. L. (2020). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- McArthur, D.N. and Griffin, T. (1997). A Marketing Management View of Integrated Marketing Communication. *Journal of Advertising Research*, 37(5), 19-26.
- Ngourungsi, T. (2015). Marketing Communication Tool for Feedback Towards Domestic Tourist's Decision on Bangkok area Tourism. *Dusit Thani College Journal*. 11(2), 143-154.
- Nurittamont, W. (2021). Enhancing the Factors Influence on Purchasing Decision of Endowment Insurance: Case of Testing Mediate and Moderate Variables. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 24(S2), 1-11.
- Schiffman, L. G., and Kanuk, L. L. (1994). *Customer Behavior* (5th ed.).
- Singkhon, N., and Rodpon, P. (2023). The Effect of Consumer's Integrated Marketing Communication on Decision to Purchase Vitamin water in Nakhon Ratchasima. *Journal of Nakhonratchasima College*, 17(1), 249-263.
- Sutthikankul, B., et al. R. (2023). Integrated Marketing Communication Influencing Purchase Decision on Electric Vehicles of Consumers in Phitsanulok Province. *Journal of Management Sciences Pibulsongkram Rajabhat University*, 6(2), 104-122.
- Yosvijit, P., and Nurittamont, W. (2021). The Integrated Marketing Communication and Trust Influence on Purchasing Intention of Digital Salak through Mobile Banking Customer of Government Savings Bank Sector 5: Testing the Role of Technology Acceptance as a Mediator Variable. *Journal of Management Information and Decision Sciences*. 4(2), 22-30.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชี กรณีศึกษา: ธุรกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม (SMEs) ในภาคเหนือตอนล่าง

Factors Affecting the Performance of Accounting Staff: A Case Study: Small
and Medium-sized Enterprises (SMEs) in the Lower Northern Region

สุกัญญา ผงยา^{1*} และ ภัทรพร พงศาปรมัต²

Sukanya Phongya^{1*} and Pattaraporn Pongsapornamat²

^{1,2}หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

^{1,2}Master of Accountancy Program, Faculty of Business Administration, Economics and Communication,
Naresuan University

*Corresponding author's email: sukanya756982@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

1 กันยายน 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

26 ตุลาคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

14 ธันวาคม 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงจิตและปัจจัยคำจูนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชีในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคเหนือตอนล่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือพนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคเหนือตอนล่าง จำนวน 390 ราย โดยใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างแบบ ทาโรยามาเน (Yamane) เพื่อเพิ่มครอบคลุมและลดความเสี่ยงจากการไม่ได้รับแบบสอบถามคืนหรือข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์ การวิจัยครั้งนี้จึงเตรียมจัดเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 400 ราย แต่ข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บได้จริง จำนวน 135 ราย จากกลุ่มตัวอย่างที่ตั้งไว้ คิดเป็น ร้อยละ 33.75 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยเชิงจิต ปัจจัยด้านความสำเร็จของงาน และความก้าวหน้าในงาน ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านความสำเร็จของงานเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุด ขณะที่ด้านลักษณะของงาน ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 2) ปัจจัยคำจูน ปัจจัยด้านความมั่นคงในงาน และด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดย ด้านความมั่นคงในงาน เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุด ขณะที่ด้านความต้องการความปลอดภัย ไม่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs), ปัจจัยเชิงจิต, ปัจจัยคำจูน, ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

ABSTRACT

This research aimed to examine the motivational and supporting factors affecting the performance of accounting staff in small and medium-sized enterprises (SMEs) in the lower northern region. The sample consisted of 390 accounting staff in SMEs in the lower northern region. The Yamane method was used to sizing the sample to increase coverage and reduce the risk of non-returned questionnaires or incomplete data. The study then prepared a questionnaire for 400 respondents, but only 135 of the initial sample, representing 33.75 percent of the total sample, was actually collected. Questionnaires were used as the data collection tool. Descriptive statistics and multiple regression analysis were used for data analysis. The results revealed that: 1) Motivational factors, job success factors, and job advancement factors significantly affected job performance at the 0.05 level. Job success was the most influential variable, while job characteristics did not significantly affected job performance. 2) Supporting factors, job security factors, and welfare and compensation factors were also important factors. It had a statistically significant effect on work performance at the 0.05 level, with job security was the most influential variable, while safety needs did not have a statistically significant effect.

Keywords: Small and Medium Enterprises (SMEs), Motivational Factors, Supporting Factors, Performance

บทนำ

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ถือเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีจำนวนมากกว่า 3.2 ล้านราย หรือคิดเป็นร้อยละ 99.5 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งหมด และมีการจ้างงานกว่า 12.7 ล้านคนทั่วประเทศ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2566) ซึ่งภาคเหนือตอนล่างเป็นพื้นที่ที่มีการประกอบกิจการ SMEs จำนวน 219,795 ราย คิดเป็นประมาณร้อยละ 6.87% โดยเฉพาะในสาขาการผลิต การเกษตร และการบริการที่เป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่น การที่ SME มีความเข้มแข็ง สามารถแข่งขันได้จึงย่อมเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญยิ่งต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีบทบาทในการสร้างงานและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ภาคเหนือตอนล่าง ประกอบด้วยจังหวัดต่าง ๆ ได้แก่ พิจิตร พิษณุโลก นครสวรรค์ กำแพงเพชร สุโขทัย ตาก และอุตรดิตถ์ก็เป็นหนึ่งในพื้นที่ที่มีการประกอบธุรกิจ SMEs อย่างแพร่หลาย ธุรกิจเหล่านี้มีความหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการค้า การบริการ หรือการผลิตสินค้าในชุมชน และหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจ SMEs ดำเนินกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพ คือ การจัดการด้านบัญชี ซึ่งเป็นเครื่องมือหลักที่ช่วยให้เจ้าของกิจการสามารถวางแผนทางการเงิน ติดตามต้นทุน และประเมินผลการดำเนินงานของธุรกิจได้อย่างแม่นยำ หากการทำบัญชีไม่มีประสิทธิภาพ ธุรกิจอาจเผชิญกับ

ปัญหาทางการเงิน ตัดสินใจผิดพลาด หรือไม่สามารถปฏิบัติตามกฎหมายภาษีได้ (Mongkolsamai, 2020) โดยการศึกษาของ Krishnan (2005) ชี้ให้เห็นว่า ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบัญชีขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย ทั้งปัจจัยส่วนบุคคล เช่น ความรู้ ความสามารถ ทักษะ และแรงจูงใจ และปัจจัยด้านองค์กร เช่น สภาพแวดล้อมในการทำงาน ระบบสนับสนุนจากองค์กร และเทคโนโลยีที่ใช้ในการทำบัญชี การดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จจำเป็นต้องอาศัยระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในด้านการบัญชี ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญในการวางแผน ควบคุม และตัดสินใจทางการเงินของกิจการ พนักงานบัญชีจึงเป็นบุคลากรสำคัญที่ช่วยสร้างความมั่นคงให้กับธุรกิจ อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติมักพบปัญหาเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชี เช่น การจัดทำบัญชีล่าช้า ข้อมูลผิดพลาด ขาดความรับผิดชอบ และขาดแรงจูงใจในการทำงาน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือทางการเงินของธุรกิจ (สุริยพร สุดใจ, 2564) พนักงานบัญชีจึงเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพถ้าพนักงานทำงานอย่างมีประสิทธิภาพย่อมจะส่งผลทำให้ผลงานของบริษัทฯ นั้นมีทั้งปริมาณและคุณภาพตามไปด้วย ซึ่งความรู้ความสามารถของพนักงานเพียงอย่างเดียวไม่สามารถทำให้หน่วยงานประสบความสำเร็จได้หากบุคลากรขององค์กรนั้นปราศจากแรงจูงใจในการปฏิบัติงานก็จะทำให้ไม่สามารถทำงานได้อย่างเต็มศักยภาพ ฉะนั้นการที่บุคลากรจะปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดนั้นย่อมขึ้นอยู่กับความพึงพอใจในการทำงานซึ่งความพึงพอใจเป็นกระบวนการหนึ่งของการสร้างแรงจูงใจ จึงสามารถกล่าวได้ว่าการสร้างแรงจูงใจในการทำงานเป็นการสร้างการผลักดันชักนำหรือโน้มน้าวให้บุคลากรได้ปฏิบัติงานและสามารถตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากความสำคัญของพนักงานที่บริษัทต้องให้ความสำคัญและมีนโยบายที่สอดคล้องกับความต้องการของพนักงานจะทำให้การพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานไม่ลดต่ำลงหรืออาจจะปฏิบัติงานได้ดียิ่งขึ้น (สุมาลี ฤทธิชัยโสภณ และ ลัดดาวัลย์ สำราญ, 2561) แรงจูงใจในการทำงานเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน หากบุคลากรได้รับแรงจูงใจที่เหมาะสม เช่น การได้รับค่าตอบแทนอย่างเป็นธรรม การเติบโตในสายอาชีพ และบรรยากาศในการทำงานที่ดี จะทำให้พนักงานเกิดความพึงพอใจและทุ่มเทในการทำงานมากขึ้น (Herzberg, 1959) โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจ SMEs ซึ่งมักไม่มีระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่เป็นทางการ จึงยังจำเป็นต้องเข้าใจแรงจูงใจที่ส่งผลต่อพนักงานเพื่อจะได้นำไปสู่การปรับปรุงแนวทางการบริหารที่เหมาะสมกับบริบทของกิจการ

จากสาเหตุดังกล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชี กรณีศึกษา: ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคเหนือตอนล่าง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาการบริหารงานบัญชีให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อความเข้มแข็งของธุรกิจและเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชี กรณีศึกษา: ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคเหนือตอนล่าง

สมมติฐานงานวิจัย

H₁: ปัจจัยจูงใจด้านลักษณะของงานส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคเหนือตอนล่าง

H₂: ปัจจัยจูงใจด้านความสำเร็จของงานส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคเหนือตอนล่าง

H₃: ปัจจัยจูงใจด้านความก้าวหน้าในงานส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคเหนือตอนล่าง

H₄: ปัจจัยค้ำจุนด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคเหนือตอนล่าง

H₅: ปัจจัยค้ำจุนด้านสวัสดิการและค่าตอบแทนส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคเหนือตอนล่าง

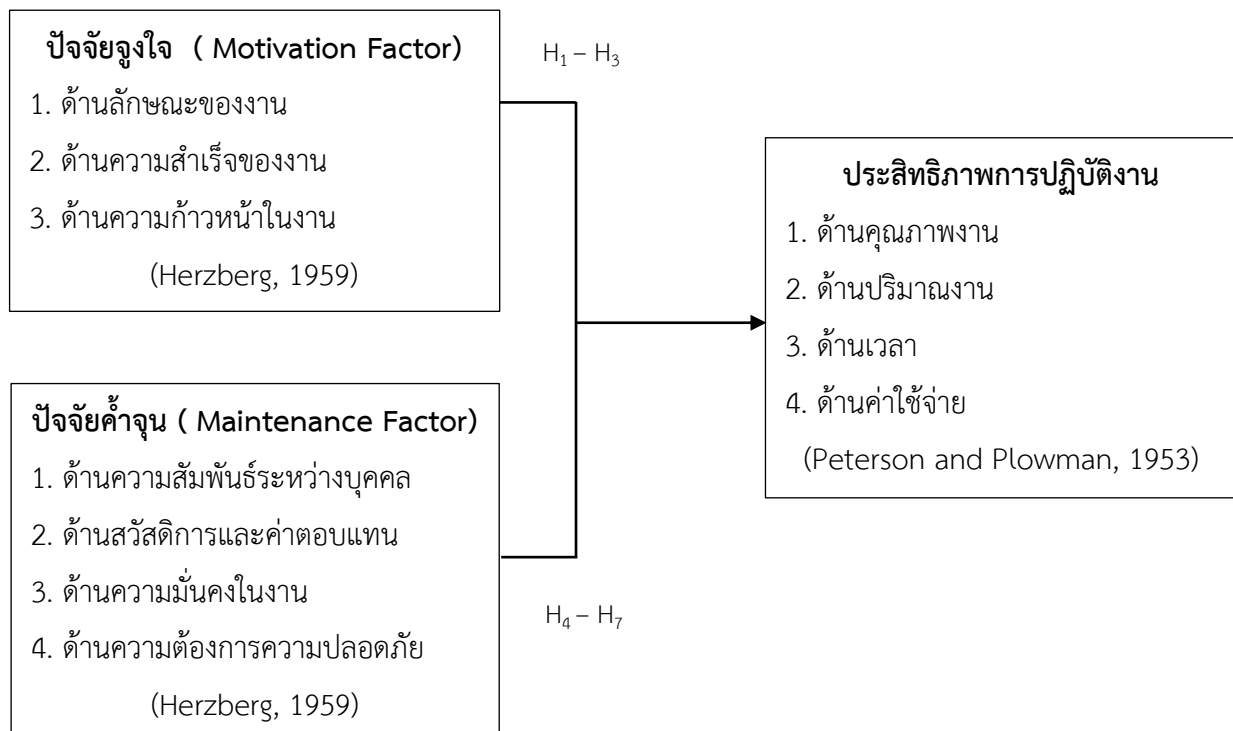
H₆: ปัจจัยค้ำจุนด้านความมั่นคงในงานส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคเหนือตอนล่าง

H₇: ปัจจัยค้ำจุนด้านความต้องการความปลอดภัยส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคเหนือตอนล่าง

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



รูปภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ได้แก่ พนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคเหนือตอนล่าง โดยเก็บข้อมูลทั้งหมด 7 จังหวัด คือ พิษณุโลก พิจิตร นครสวรรค์ กำแพงเพชร สุโขทัย ตาก และอุตรดิตถ์ มีจำนวนผู้ประกอบการทั้งหมด 14,916 ราย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2566)

กลุ่มตัวอย่าง (Simple) โดยใช้สูตร ทาโรยามาเน (Yamane, 1973) ได้จำนวน 390 ราย เพื่อเพิ่มความครอบคลุมและลดความเสี่ยงจากการไม่ได้รับแบบสอบถามคืนหรือข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์ การวิจัยครั้งนี้จึงเตรียมจัดเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 400 ราย ทั้งนี้เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลที่ได้มีความเพียงพอและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ในกรอบการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดการวิจัยที่กำหนดขึ้น ซึ่งแบ่งออก 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจ (Motivation Factor) ของเฮิร์ชเบิร์ก (Herzberg, 1959) ได้แก่ ด้านลักษณะของงาน ด้านความสำเร็จของงาน และด้านความก้าวหน้าในงาน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยค้ำจุน ของเฮิร์ชเบิร์ก (Herzberg, 1959) ได้แก่ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน ด้านความมั่นคงในงาน และด้านความต้องการความปลอดภัยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ได้แก่ ด้านคุณภาพของงาน ด้านปริมาณงาน ด้านเวลาและด้านค่าใช้จ่าย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดและการสร้างแบบสอบถาม

2. จัดทำแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดที่กำหนด โดยพิจารณาให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและครอบคลุมตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาความเหมาะสม ความถูกต้องของเนื้อหา การใช้ภาษา และนำมาปรับปรุงแก้ไขเนื้อหาตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำ เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของเนื้อหาแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน มาวิเคราะห์

ความสอดคล้องระหว่างข้อความกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา (IOC) โดยให้เกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อความ ดังนี้

ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อความวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อความวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อความวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

ผลลัพธ์จากการประมวลผล ค่า IOC คือ ตั้งแต่ 0.67 – 1.00 นำไปใช้ได้ , 0.33 เห็นควรปรับปรุง และ 0.00 หรือมีค่าเป็นลบ ให้ตัดทิ้ง โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้องรวม เท่ากับ 1

5. นำแบบสอบถามที่ได้ตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) มาทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุดที่ใช้ในการทดลองใช้ (Try - Out) จะไม่นำไปรวมกับการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด

6. นำแบบสอบถามที่ได้ตอบรับจากประชากรซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยครั้งนี้ มาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Test) โดยใช้ค่า Cronbach's Alpha Coefficient

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามพร้อมกับตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน และความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

2. ทำหนังสือขออนุญาตเพื่อส่งแบบสอบถาม ถึงพนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ในภาคเหนือตอนล่าง แนบไปพร้อมกับแบบสอบถามที่ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ราย เพื่อขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ผ่านทาง E-mail ของแต่ละบริษัท

3. กำหนดวันในการส่งตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมแบบสอบถาม ติดตามหน่วยงานที่ยังไม่ได้ เพื่อให้ครบถ้วนตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

4. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ทั้งหมด และนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับมาวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บได้จริง จำนวน 135 ชุด จากกลุ่มตัวอย่างที่ตั้งไว้ 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 33.75 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่ถือว่าข้อมูลยอมรับได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา โดยใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยจูงใจ ปัจจัยค้ำจุน และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3. การทดสอบสมมติฐาน โดยในการวิเคราะห์ใช้สถิติทดสอบการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น (Multiple Linear Regression Analysis) เพื่อทดสอบปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชี ในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคเหนือตอนล่าง

สรุปผลการวิจัย

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	42	31.10
หญิง	93	68.90
Total	135	100.00
2. อายุ		
20-30 ปี	51	37.78
31-40 ปี	48	35.56
41-50 ปี	36	26.66
Total	135	100.00
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	49	36.30
ปริญญาตรี	85	63.00
ปริญญาโท	1	0.70
Total	135	100.00
4. ประสบการณ์ทำงาน		
น้อยกว่า 5 ปี	51	37.80
5-10 ปี	49	36.30
11-20 ปี	35	25.90
Total	135	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 135 คน ส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 68.90 เพศชาย จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 31.10 ส่วนใหญ่มีอายุ 20-30 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 37.78 รองลงมาอายุ 31-40 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 35.56 และ อายุ 41-50 ปีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 26.66 ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษา ระดับปริญญาตรี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 63.00 รองลงมาสำเร็จการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 36.30 และสำเร็จการศึกษาปริญญาโท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.70 ส่วนใหญ่มีประสบการณ์

ทำงานน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 37.80 รองลงมา มีประสบการณ์ทำงาน 5-10 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 36.30 และมีประสบการณ์ทำงาน 11-20 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 25.90

2. วิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจ ปัจจัยค้ำจุนและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจ

ปัจจัยจูงใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
ด้านลักษณะของงาน	4.31	0.25	มากที่สุด	1
ด้านความสำเร็จของงาน	4.25	0.26	มากที่สุด	2
ด้านความก้าวหน้าในงาน	3.85	0.48	มาก	3
รวม	4.18	0.25	มาก	

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$ S.D. = 0.25) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ด้านลักษณะของงาน ($\bar{X} = 4.31$ S.D. = 0.25) รองลงมา คือ ด้านความสำเร็จของงาน ($\bar{X} = 4.25$ S.D. = 0.26) และด้านความก้าวหน้าในงาน ($\bar{X} = 3.85$ S.D. = 0.48) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับปัจจัยค้ำจุน

ปัจจัยค้ำจุน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	3.82	0.47	มาก	2
ด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน	3.78	0.45	มาก	3
ด้านความมั่นคงในงาน	3.66	0.47	มาก	4
ด้านความต้องการความปลอดภัย	3.88	0.49	มาก	1
รวม	3.77	0.36	มาก	

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นเกี่ยวกับปัจจัยค้ำจุนโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.36) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านความต้องการความปลอดภัย ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.49) รองลงมา คือ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.47) ด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน ($\bar{X} = 3.78$ S.D. = 0.45) และด้านความมั่นคงในงาน ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = 0.47) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
ด้านคุณภาพของงาน	3.71	0.49	มาก	2
ด้านปริมาณงาน	3.66	0.48	มาก	4
ด้านเวลา	3.82	0.56	มาก	1
ด้านค่าใช้จ่าย	3.69	0.60	มาก	3
รวม	3.72	0.45	มาก	

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$, S.D. = 0.45) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านเวลา ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.56) รองลงมา คือ ด้านคุณภาพของงาน ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.49) ด้านค่าใช้จ่าย ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 0.60) และ ด้านปริมาณงาน ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = 0.48) ตามลำดับ

3.วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชีในธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือตอนล่าง

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เพื่อศึกษาปัจจัยจุดใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

ตัวแปร	B	t	*P-value
ค่าคงที่ (Constant)	-0.417	-0.704	0.483
ด้านลักษณะของงาน (H_1)	-0.055	-0.326	0.745
ด้านความสำเร็จของงาน (H_2)	0.727	5.029	0.001*
ด้านความก้าวหน้าในงาน (H_3)	0.336	4.387	0.001*

$R=0.627$; $R^2=0.394$; Adjusted $R^2=0.380$; $F=28.358$

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 ผลจากการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเพื่อศึกษาปัจจัยจุดใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน พบว่า ตัวแปรอิสระทั้งสามด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะของงาน ด้านความสำเร็จของงาน และด้านความก้าวหน้าในงาน สามารถอธิบายความแปรปรวนของประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานได้ร้อยละ 38.00 (Adj $R^2=0.380$) โดยมีความสัมพันธ์รวมกันในระดับปานกลางถึงสูง ($R=0.627$) เมื่อพิจารณาตัวแปรแต่ละด้าน พบว่า ปัจจัยด้านความสำเร็จของงาน และ ความก้าวหน้าในงาน ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดย ด้านความสำเร็จของงาน เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุด ส่วนด้านลักษณะของงาน ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เพื่อศึกษาปัจจัยคำจูนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

ตัวแปร	B	t	*P-value
ค่าคงที่ (Constant)	0.308	1.234	0.220
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (H ₄)	0.157	2.542	0.012
ด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน (H ₅)	0.373	5.170	0.001*
ด้านความมั่นคงในงาน (H ₆)	0.390	6.038	0.001*
ด้านความต้องการความปลอดภัย (H ₇)	-0.006	-0.121	0.904
R=0.819; R ² =0.670; Adjusted R ² =0.660; F= 66.025			

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 ผลจากการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเพื่อศึกษาปัจจัยคำจูนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน พบว่า ตัวแปรอิสระทั้งสี่ด้าน ได้แก่ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน ด้านความมั่นคงในงาน และด้านความต้องการความปลอดภัย สามารถอธิบายความแปรปรวนของประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานได้ร้อยละ 66.00 (Adj R² = 0.660) โดยมีความสัมพันธ์รวมกันในระดับสูง (R = 0.819) เมื่อพิจารณาตัวแปรแต่ละด้าน พบว่าปัจจัยด้าน ความมั่นคงในงาน และสวัสดิการและค่าตอบแทน ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านความมั่นคงในงาน เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุด ส่วนด้านความต้องการความปลอดภัยไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยจูงใจที่มีต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของ พนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคเหนือตอนล่าง สามารถอภิปรายได้ดังนี้ พบว่า ปัจจัยด้านความสำเร็จของงาน และ ความก้าวหน้าในงาน ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ในขณะที่ด้านลักษณะของงาน ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน เนื่องจากพนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคเหนือตอนล่าง มีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน โดยมองว่างานที่ปฏิบัติอยู่นั้น มีความท้าทาย จึงมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติงานให้สำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ทำให้ผลการปฏิบัติงานเป็นที่ยอมรับจากเพื่อนร่วมงานและองค์กร สอดคล้องกับ สุภารัตน์ สะโดอยู่ และ แสงจิตต์ ไต้แสง (2565) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท เอลเลคแอนด์เอลเทค (ประเทศไทย) จำกัด จังหวัดปทุมธานี จากการศึกษาพบว่า มีแรงจูงใจโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับสูง อีกทั้งยังสอดคล้องกับ ณัฏฐ์จัน นพวิธานย์กิจ และ จิราพร ระโหฐาน (2566) ศึกษาแรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ธนาคราสกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดชลบุรีผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านปัจจัยจูงใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก อีกด้วย

ความสัมพันธ์ของปัจจัยคำจูนที่มีต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคเหนือตอนล่าง สามารถอภิปรายได้ดังนี้ พบว่าปัจจัยด้านความมั่นคง

ในงาน สวัสดิการและค่าตอบแทน และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน โดยด้านความมั่นคงในงาน เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุด ส่วนด้านความต้องการความปลอดภัย ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน เนื่องจากผู้ปฏิบัติงานพนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคเหนือตอนล่าง มีผู้บังคับบัญชาที่มีความรู้ความสามารถในการบริหารงานที่คอยให้การสนับสนุน ผู้ใต้บังคับบัญชาในทุก ๆ ด้าน ทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์ที่ดีภายในองค์กร ทำให้ผู้ปฏิบัติงาน มีความเต็มใจที่จะช่วยเหลือเพื่อนร่วมงานทุกครั้งเมื่อมีโอกาส อีกทั้งยังมีสถานที่ปฏิบัติงานมีความมั่นคง ในการปฏิบัติงานโดยได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับปริมาณงานที่รับผิดชอบ สอดคล้องกับ สุรวัตระ วงศ์ศรีรัตนกุล และ สมพล พุ่งหว่า (2567) ศึกษาแรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กร ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป จากสัตว์ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าระดับของปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กร และประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก และยังสอดคล้องกับณัฐวุฒิ ศิลารักษ์ (2567) ศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิตบริษัทเบเกอรี่ แห่งหนึ่งใน จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิตบริษัทเบเกอรี่แห่งหนึ่งใน จังหวัดสมุทรสาคร ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ปัจจัยจูงใจ คือ ความรับผิดชอบ และปัจจัยค้ำจุน คือ ความสัมพันธ์ กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงาน อีกด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจมีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชี เช่น ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน ภาวะผู้นำ หรือปัจจัยส่วนบุคคล เพื่อให้ได้ภาพรวมที่ชัดเจนยิ่งขึ้น
2. ทำการวิจัยในลักษณะ เปรียบเทียบระหว่างประเภทธุรกิจหรือขนาดของธุรกิจ เพื่อดูความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานในแต่ละกลุ่ม

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐวุฒิ ศิลารักษ์. (2566). แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัทเบเกอรี่แห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*, 11(2), 183-194.
- ณัฏฐ์จัน นพหิรัญกิจ และ จิราพร ระโหฐาน. (2566). แรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ธนาคราสกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดชลบุรี. *วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 9(8), 1393-1405.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2566). *ค้นหาข้อมูลสถานประกอบการขนาดกลาง SMEs*. <https://www.smebigdata.com/msme/>.

- สุदारัตน์ สะโดอยู่ และ แสงจิตต์ ไต้แสง. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เอลเลคแอนด์เอลเทค(ประเทศไทย) จำกัด จังหวัดปทุมธานี. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 24(2), 1-10.
- สุมาลี กฤษณโสภา และ ลัดดาวัลย์ สำราญ. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทซิงเกิล พอยท์ พาร์ท (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน). *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 3(1), 55-66.
- สุรวัตร์ วงศ์ศรีรัตนกุล และ สมพล ท่งหว่า. (2567). แรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปจากสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารพัฒนาการเรียนรู้สมัยใหม่*, 9(8), 383-398.
- สุรียพร สุดใจ. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบัญชีในธุรกิจขนาดย่อม. *วารสารวิชาการบัญชีและการจัดการ*, 17(1), 45-58.
- Herzberg, F., et al. (1959). *The Motivation to Work*. John Wiley.
- Krishnan, R. (2005). The Impact of Accounting Knowledge on SME Performance. *Journal of Accounting Research*, 43(3), 435-455.
- Plowman, E. and Peterson, G. E. (1953). *Business Organization and Management*. Illinois: Irwin.
- Mongkolsamai, P. (2020). การบริหารธุรกิจ SMEs: บทบาทของการบัญชีในยุคดิจิทัล. *วารสารการบัญชีและการบริหารธุรกิจ*, 12(1), 45-62.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. Harper & Row.

กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกาย
ในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

Marketing Strategies Affecting Customer Loyalty of Fitness Centers
in the Municipality, Mueang District, Khon Kaen Province

อุไรรัตน์ เหลาแหลม^{1*} และ อุมารวรรณ วาทกิจ²

Aurairat Laolaem^{1*} and Umarwan Watakit²

^{1,2}หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

^{1,2} Master of Business Administration, Faculty of Business Administration, Northeastern University

*Corresponding author's email: aurairatnui42@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

16 สิงหาคม 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

22 พฤศจิกายน 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

23 พฤศจิกายน 2568

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 2) ศึกษาปัจจัยการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 3) เสนอแนะกลยุทธ์การตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น การวิจัยใช้ระเบียบวิธีเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ สมาชิกศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกาย 381 คน เครื่องมือในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านการสร้างแบรนด์และกลยุทธ์ทางการตลาดมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความภักดีของลูกค้า โดยระดับความภักดีโดยรวมอยู่ในระดับสูง ความภักดีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญตามเพศ ระดับการศึกษา และรายได้ กลยุทธ์ทางการตลาดมีผลต่อความภักดีในระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเสนอให้ผู้ประกอบการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มลูกค้า เพื่อส่งเสริมการใช้บริการอย่างต่อเนื่องและสร้างความภักดีต่อธุรกิจ

คำสำคัญ: กลยุทธ์ทางการตลาด, ความภักดีของลูกค้า, ศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกาย

ABSTRACT

This study aimed to: 1) examine the personal factors of fitness center service users in the municipality of Mueang District, Khon Kaen Province; 2) study marketing factors influencing customer loyalty toward fitness centers in the same area; and 3) propose

marketing strategies that enhance customer loyalty. The research employed a quantitative methodology. The sample consisted of 381 fitness center members. Data were collected using questionnaires and analyzed using descriptive statistics, one-way analysis of variance (ANOVA), and multiple regression analysis. The findings revealed that brand-building and marketing strategy factors significantly influenced customer loyalty, which was generally high. Loyalty differed also significantly by gender, education level, and income. Marketing strategies had a significant effect on loyalty at the 0.05 level. It is recommended that entrepreneurs design targeted marketing strategies suitable for each customer group to promote continued service use and strengthen loyalty.

Keywords: Marketing Strategies, Customer Loyalty, Fitness Centers

บทนำ

กระแสรักสุขภาพ (Health Conscious) ถือเป็นเทรนด์ที่ได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย ทั้งในกลุ่มของคนรุ่นใหม่ รวมถึงกลุ่มผู้สูงอายุ และยิ่งการระบาดของโควิด-19 ก่อให้เกิดกระแสการตื่นตัวของการระวังป้องกัน รวมถึงการสร้างเสริมสุขภาพให้แข็งแรง ส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพซึ่งสอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตที่เป็นปกติใหม่ (New Normal) อาทิ การเว้นระยะห่างทางสังคม การพึ่งตนเองทางด้านอาหาร การให้ความสำคัญ เกี่ยวกับเรื่องการดูแลสุขภาพ การออกกำลังกาย การให้ความใส่ใจเกี่ยวกับการบริโภคอาหารและ การป้องกันดูแลสุขภาพด้านอื่น ๆ ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2563)

ปัจจุบันประชากรไทยให้ความสำคัญในเรื่องการดูแลสุขภาพเพิ่มมากขึ้น โดยจากสรุปสถิติร้อยละการออกกำลังกายของประชากรที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไปที่ออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ โดยในปี พ.ศ. 2565 มีการออกกำลังกาย จำนวน 23,647,185 คน คิดเป็นร้อยละ 40.38 ซึ่งจากการสำรวจในปี พ.ศ. 2566 พบว่ามีการออกกำลังกายเพิ่มสูงขึ้นโดยประชาชน มีการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ จำนวน 24,828,044 คน คิดเป็นร้อยละ 42.18 (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2567) ประกอบกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนยังช่วยกันรณรงค์ให้มีการออกกำลังกายภายในและภายนอกสถานที่ขององค์กร จึงทำให้พฤติกรรมของคนไทยที่หันมาสนใจออกกำลังกายและเล่นกีฬาตามกระแสใส่ใจสุขภาพมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยกระจายไปยังประชากรทุกกลุ่ม ทั้งวัยเรียน วัยทำงาน และกลุ่มผู้สูงอายุ แต่กลุ่มที่มีสัดส่วนมากที่สุดคือกลุ่มคนทำงานอายุ 25-44 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มวัยทำงานที่มีกำลังซื้อและพร้อมใช้จ่ายเกี่ยวกับการออกกำลังกาย/เล่นกีฬา ส่งผลให้สภาพตลาดของธุรกิจสถานออกกำลังกายมีปริมาณเพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน เห็นได้จากการเปิดสถานออกกำลังกายรูปแบบต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น เช่น ศูนย์บริการฟิตเนส สนามแบดมินตัน สนามฟุตบอล เป็นต้น (คณะกรรมการพัฒนาแผนการส่งเสริมกิจกรรมทางกาย, 2561)

จังหวัดขอนแก่น เป็นหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือถือเป็นหนึ่งในภูมิภาคที่มีความสำคัญของไทย ซึ่งเป็นเมืองสำคัญ ทั้งในเชิงเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวจึงทำให้เกิดการลงทุนในธุรกิจประเภทต่าง ๆ เนื่องจากเทรนด์รักสุขภาพและการออกกำลังกายยังคงมีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องและสัดส่วนของประชาชนในจังหวัดขอนแก่นที่ใช้บริการศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายในปัจจุบันมีเพียง 11 เปอร์เซ็นต์ของประชากรทั้งจังหวัด หรือจำนวนประมาณ 194,231 คน (สำนักงานสถิติระดับจังหวัดขอนแก่น, 2565) และธุรกิจศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายเป็นอีกธุรกิจประเภทหนึ่งที่มีเป็นจำนวนมาก โดยศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายในจังหวัดขอนแก่น มีจำนวน 19 แห่ง (เทศบาลนครขอนแก่น, 2567) ทำให้การแข่งขันในธุรกิจค่อนข้างรุนแรงเนื่องจากความนิยม สำหรับผู้ออกกำลังกายที่ต้องการผลลัพธ์ที่ดีต่อสุขภาพ จึงทำให้ธุรกิจที่ให้บริการด้านการออกกำลังกายต้องมีการตอบสนองให้ตรงกับความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด

ธุรกิจศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายในจังหวัดขอนแก่น จึงต้องมีรูปแบบของการให้บริการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่ให้บริการ โดยเน้นอุปกรณ์เครื่องเล่นออกกำลังกายเพียงอย่างเดียวได้มีการปรับให้เข้ากับพฤติกรรมของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น โดยการนำเอาเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้กับการออกกำลังกาย เช่น การตรวจวัดมวลของร่างกายในแต่ละส่วนเพื่อจัดรูปแบบการให้บริการที่เหมาะสมเป็นรายบุคคลซึ่งผู้บริโภคสามารถค้นหาการออกกำลังกายที่เหมาะสมกับตนเองได้ง่ายขึ้น ธุรกิจฟิตเนสต้องพยายามปรับปรุงคุณภาพการบริการให้ตอบสนองกับความต้องการของลูกค้าและการที่จะรักษาลูกค้า คุณภาพบริการ ก็ต้องมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อยกระดับความพึงพอใจของลูกค้า เช่น คุณภาพของเครื่องออกกำลังกาย การให้บริการจากพนักงานภายในสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน การออกแบบสิ่งแวดล้อมลักษณะทางกายภาพให้ลูกค้า รวมทั้ง การจัดฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ความสามารถในการบริการลูกค้าได้อย่างทั่วถึง ซึ่งเป็นการเพิ่มแรงจูงใจและสามารถดึงดูดลูกค้าใหม่และเป็นการรักษาลูกค้าเก่าให้กลับมาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2567)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกาย ในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยมาปรับใช้เป็น ประโยชน์ในการจัดการด้านบริการศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการให้บริการให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด สามารถวางแผนกลยุทธ์การดำเนินงานที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายได้อย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

2. เพื่อศึกษาปัจจัยการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

3. เพื่อเสนอแนะกลยุทธ์การตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อความภักดีของลูกค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น แตกต่างกัน

2. การสร้างตราสินค้าแตกต่างกัน มีผลต่อความภักดีของลูกค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

3. กลยุทธ์การตลาดแตกต่างกัน มีผลต่อความภักดีของลูกค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

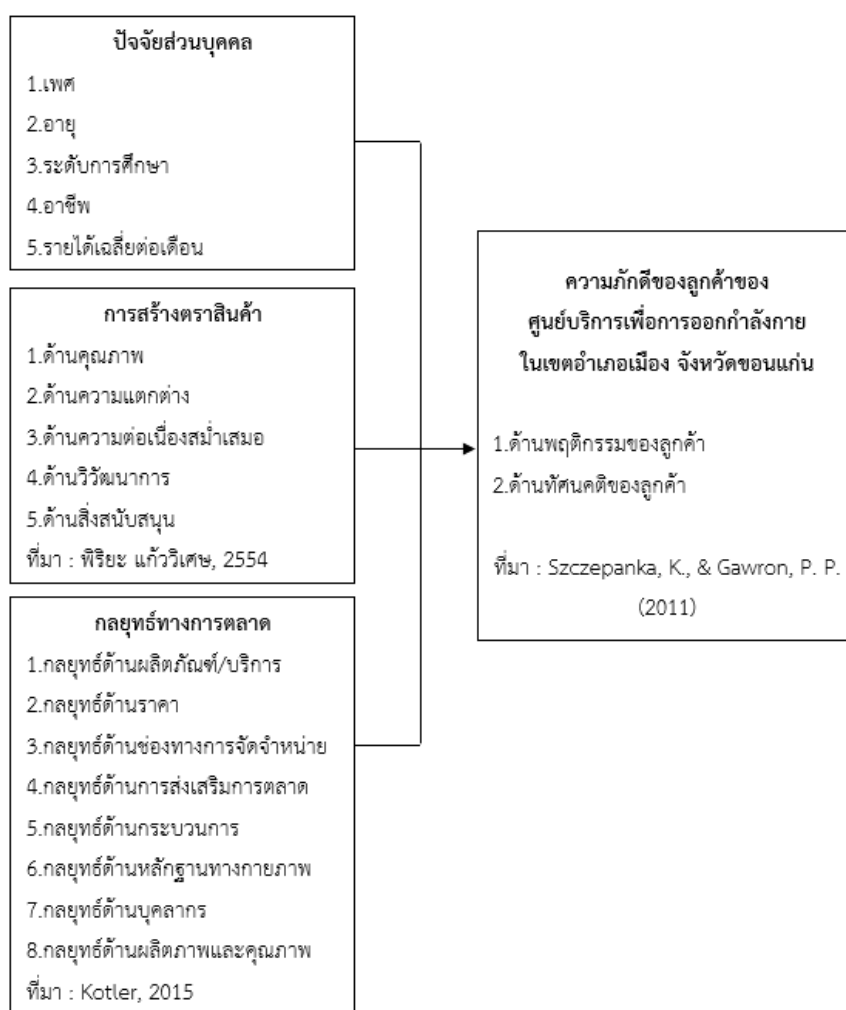
1. ตัวแปรอิสระ

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2 การสร้างตราสินค้า ได้แก่ ด้านคุณภาพ ด้านความแตกต่าง ด้านความต่อเนื่องสม่ำเสมอ ด้านวิวัฒนาการ และด้านสิ่งสนับสนุน

1.3 กลยุทธ์ทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด กลยุทธ์ด้านกระบวนการ กลยุทธ์ด้านหลักฐานทางกายภาพ กลยุทธ์ด้านบุคลากร และกลยุทธ์ด้านผลิตภาพและคุณภาพ

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความภักดีของลูกค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ได้แก่ ด้านพฤติกรรม และด้านทัศนคติ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สมาชิกของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จำนวน 19 แห่ง จำนวน 7,904 คน (จากการเก็บข้อมูลภาคสนามของผู้วิจัย ณ วันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2567) กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความคาดเคลื่อน 0.05 ได้จำนวน 381 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยการกำหนดสัดส่วนตามประชากรของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ทั้ง 19 แห่ง สุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เก็บข้อมูลได้ 381 ชุด คิดเป็นอัตราการตอบกลับร้อยละ 100 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

ตอนที่ 1 สอบถามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วยคำถาม 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างตราสินค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จำนวน 15 ข้อ มีลักษณะเป็นคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จำนวน 40 ข้อ มีลักษณะเป็นคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความภักดีของลูกค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จำนวน 10 ข้อ มีลักษณะเป็นคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 5 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการที่มีต่อกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกาย ในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ ความถี่ และค่าร้อยละ
2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการสร้างตราสินค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกาย กลยุทธ์ทางการตลาดของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกาย และความภักดีของลูกค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกาย ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์การเปรียบเทียบสถานภาพบุคคล จำแนกตามความภักดีของลูกค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ได้แก่ การทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) ทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)
4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression)

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 54.30 เพศหญิง จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 39.40 และความหลากหลายอัตลักษณ์ทางเพศ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อายุ 26 – 35 ปี จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 39.40 รองลงมา อายุ 36 – 45 ปี จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 อายุ 19 – 25 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ

18.40 อายุ 46 – 55 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.30 อายุ 56 ปีขึ้นไป จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 และอายุต่ำกว่า 18 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.40 ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ปริญญาตรี จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 59.30 รองลงมาการศึกษาด้านต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 29.70 ระดับปริญญาโท จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และระดับปริญญาเอก จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 46.20 รองลงมาได้แก่ อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 28.60 อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 14.40 อาชีพเกษตรกร จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.40 และอาชีพอื่น ๆ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.40 และส่วนใหญ่มียรายได้ต่อเดือน 10,001 - 30,000 บาท จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 53.30 รายได้ต่อเดือน 30,001 - 50,000 บาท จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 33.90 รายได้ต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.30 และรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 ตามลำดับ

การสร้างตราสินค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการสร้างตราสินค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกาย
 ในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

การสร้างตราสินค้า	ระดับที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1. ด้านคุณภาพ	3.89	0.69	มาก	5
2. ด้านความแตกต่าง	3.93	0.68	มาก	3
3. ด้านความต่อเนื่องสม่ำเสมอ	3.92	0.69	มาก	4
4. ด้านวิวัฒนาการ	3.94	0.68	มาก	2
5. ด้านสิ่งสนับสนุน	4.05	0.65	มาก	1
ภาพรวม	3.95	0.68	มาก	

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ พบว่า การสร้างตราสินค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.95$, S.D.= 0.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านสิ่งสนับสนุน ($\bar{X}=4.05$, S.D.= 0.65) รองลงมาคือ ด้านวิวัฒนาการ ($\bar{X}=3.94$, S.D.=0.68) ด้านความแตกต่าง ($\bar{X}=3.93$, S.D.= 0.68) ด้านความต่อเนื่องสม่ำเสมอ ($\bar{X}=3.92$, S.D.=0.69) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านคุณภาพ ($\bar{X}=3.89$, S.D.=0.69)

กลยุทธ์ทางการตลาดของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกาย ในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกลยุทธ์ทางการตลาดของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

กลยุทธ์ทางการตลาด	ระดับที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	3.85	0.69	มาก	5
2. กลยุทธ์ด้านราคา	3.89	0.74	มาก	2
3. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.87	0.63	มาก	3
4. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.63	0.72	มาก	8
5. กลยุทธ์ด้านกระบวนการ	3.83	0.67	มาก	6
6. กลยุทธ์ด้านหลักฐานทางกายภาพ	3.72	0.74	มาก	7
7. กลยุทธ์ด้านบุคลากร	3.86	0.71	มาก	4
8. กลยุทธ์ด้านผลิตภาพและคุณภาพ	4.03	0.62	มาก	1
ภาพรวม	3.84	0.69	มาก	

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ พบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D.= 0.69) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ กลยุทธ์ด้านผลิตภาพและคุณภาพ ($\bar{X} = 4.03$, S.D.= 0.62) รองลงมาคือ กลยุทธ์ด้านราคา ($\bar{X} = 3.89$, S.D.= 0.74) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.87$, S.D.= 0.63) กลยุทธ์ด้านบุคลากร ($\bar{X} = 3.86$, S.D.= 0.71) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ($\bar{X} = 3.85$, S.D.= 0.69) กลยุทธ์ด้านกระบวนการ ($\bar{X} = 3.83$, S.D.= 0.67) กลยุทธ์ด้านหลักฐานทางกายภาพ ($\bar{X} = 3.72$, S.D.= 0.74) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.63$, S.D.= 0.72)

ความภักดีของลูกค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความภักดีของลูกค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

ศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกาย	ระดับความภักดีของลูกค้า			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1. ด้านพฤติกรรมของลูกค้า	3.91	0.67	มาก	2
2. ด้านทัศนคติของลูกค้า	3.95	0.70	มาก	1
ภาพรวม	3.93	0.68	มาก	

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ พบว่าความภักดีของลูกค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D.= 0.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านทัศนคติของลูกค้า ($\bar{X} = 3.95$, S.D.= 0.70) รองลงมาคือ ด้านพฤติกรรมของลูกค้า ($\bar{X} = 3.91$, S.D.= 0.67)

การทดสอบสมมติฐานกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าของศูนย์บริการ
เพื่อการออกกำลังกาย ในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

ตารางที่ 4 สรุปผลการเปรียบเทียบความภักดีของลูกค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายใน
เขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จำแนกตามสถานภาพบุคคล

สถานภาพส่วนบุคคล	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน		
	F	Sig.	แปลผล
เพศ	11.069	0.000*	ยอมรับสมมติฐาน
อายุ	0.730	0.601	ปฏิเสธสมมติฐาน
ระดับการศึกษา	11.128	0.000*	ยอมรับสมมติฐาน
อาชีพ	0.210	0.933	ปฏิเสธสมมติฐาน
รายได้ต่อเดือน	18.050	0.000*	ยอมรับสมมติฐาน

จากตารางที่ 4 พบว่า การเปรียบเทียบความภักดีของลูกค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกาย
ในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อจำแนกตามเพศ ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือน
โดยภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอายุและอาชีพ โดยภาพรวม
ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดด้านการสร้างตราสินค้าที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าของ
ศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

Model	ตัวแปร	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
(Constant)		0.997	0.143		6.956	0.000
1.ด้านคุณภาพ	X ₁	0.123	0.042	0.101	2.941	0.003*
2.ด้านความแตกต่าง	X ₂	0.058	0.044	0.047	1.331	0.184
3.ด้านความต่อเนื่องสม่ำเสมอ	X ₃	0.296	0.052	0.251	5.713	0.000*
4.ด้านวิวัฒนาการ	X ₄	0.360	0.050	0.300	7.266	0.000*
5.ด้านสิ่งสนับสนุน	X ₅	0.405	0.053	0.310	7.691	0.000*
adjusted R ² = 0.778 F = 267.440 SEE = 0.291 Sig. = 0.000*						

จากตารางที่ 5 พบว่า การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) พบว่า
ตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการพยากรณ์ได้ดีที่สุด คือ ด้านสิ่งสนับสนุน ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ($\beta = 0.310$),
ด้านวิวัฒนาการ ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ($\beta = 0.300$), ด้านความต่อเนื่องสม่ำเสมอ ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย
($\beta = 0.251$) และ ด้านคุณภาพ ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ($\beta = 0.101$) สามารถอธิบายกลยุทธ์ทางการตลาด
ด้านการสร้างตราสินค้าที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกาย ได้ร้อยละ 77.80

ตารางที่ 6 วิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

Model	ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
(Constant)		0.178	0.144		1.239	.216
1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	X ₁	0.193	0.055	0.141	3.487	0.001*
2. กลยุทธ์ด้านราคา	X ₂	0.387	0.051	0.297	7.630	0.000*
3. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	X ₃	0.129	0.037	0.104	3.465	0.001*
4. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด	X ₄	0.158	0.042	0.145	3.802	0.000*
5. กลยุทธ์ด้านกระบวนการ	X ₅	0.080	0.044	0.075	1.837	0.067
6. กลยุทธ์ด้านหลักฐานทางกายภาพ	X ₆	0.024	0.028	0.025	.854	0.393
7. กลยุทธ์ด้านบุคลากร	X ₇	0.518	0.044	0.534	11.839	0.000*
8. กลยุทธ์ด้านผลิิตภาพและคุณภาพ	X ₈	0.088	0.039	0.074	2.237	0.026*
adjusted R ² = 0.855 F = 281.641 SEE = 0. 235 Sig. = 0.000*						

จากตารางที่ 6 พบว่า การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการพยากรณ์ได้ดีที่สุด คือ กลยุทธ์ด้านบุคลากร ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ($\beta = 0.534$), กลยุทธ์ด้านราคา ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ($\beta = 0.297$), กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ($\beta = 0.145$), กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ($\beta = 0.141$), กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\beta = 0.104$), และกลยุทธ์ด้านผลิิตภาพและคุณภาพ ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ($\beta = 0.074$) โดยมีอำนาจพยากรณ์ไปในทิศทางเดียวกัน ดังนั้นสามารถอธิบายกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ได้ร้อยละ 85.50

กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกาย ประกอบด้วย กลยุทธ์หลัก ๆ 8 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ เน้นการจัดให้มีผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลให้บริการฟรี และจัดโปรแกรมการออกกำลังกายในเบื้องต้น จัดหมวดหมู่การให้บริการ มีระบบจองการเข้าใช้บริการผ่านสื่อออนไลน์ รวมถึงมีการให้ความรู้เรื่องการดูแลสุขภาพและอาหารสุขภาพ 2) ด้านราคา กำหนดค่าบริการเหมาจ่ายให้มีความเหมาะสมกับโปรแกรม และมีการจัดโปรแกรมที่มีราคาเหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม 3) ด้านช่องทางการจัดทำหน่าย มีสาขาให้บริการหลายสาขา มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่เข้าถึงได้ง่าย เพิ่มช่องทางออนไลน์ในการนำเผยแพร่ข้อมูล 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีการส่งเสริมการตลาดที่หลากหลายตรงกลุ่มลูกค้า รวมถึงจัดอาหารหรือผลิตภัณฑ์สุขภาพให้บริการ 5)) ด้านบุคลากรมีการฝึกอบรม

บุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านและทักษะการให้บริการ 6) ด้านผลิตภาพและคุณภาพ จัดอุปกรณ์ที่ได้มาตรฐาน มีการรับรองคุณภาพ และตรวจสอบความพร้อมใช้งานอยู่เสมอ 7) ด้านกายภาพ จัดสถานที่ที่เป็นสัดส่วน สวยงาม มีการดูแลความปลอดภัยในการใช้เครื่องออกกำลังกาย และจัดสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ที่นั่งพัก ป้ายบอกทางและป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ แสดงไว้อย่างชัดเจน มีมาตรการความปลอดภัยของศูนย์ออกกำลังกายป้องกันการโจรกรรมและการรักษาความปลอดภัยที่ครอบคลุม เช่น การติดตั้งกล้องวงจรปิด การใช้ระบบสแกนลายนิ้วมือหรือระบบจดจำใบหน้า และการจัดให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และ 8) ด้านความภักดีของลูกค้า มีการจัดสิทธิประโยชน์สำหรับสมาชิก สร้างแหล่งชุมชนออนไลน์ให้ช่องทางให้บอกต่อด้วยการรีวิวการใช้บริการ หรือสมาชิกแลกเปลี่ยนความคิดเห็นรวมถึงการสร้างแพลตฟอร์มออนไลน์ของธุรกิจศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายให้มีความหลากหลายเพื่อความพึงพอใจในการใช้บริการและการบอกต่อ

อภิปรายผลการวิจัย

การสร้างตราสินค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จากการการศึกษา การสร้างตราสินค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่าในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ลูกค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายให้ความสำคัญกับด้านสิ่งสนับสนุน, ด้านวิวัฒนาการ และด้านความต่อเนื่องสม่ำเสมอ โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า เช่น บริการที่จอดรถ แก้อื้อสำหรับนั่ง ห้องน้ำ และ ห้องอาบน้ำ ความเพียงพอมีการใช้แอปพลิเคชันในการแสดงรายละเอียดผลของการใช้เครื่องออกกำลังกายแต่ละชิ้นให้สมาชิกทราบและเล่นได้อย่างถูกต้องตามความต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อังค์สมาลักษณ์ ไทยสม (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความภักดีของลูกค้า ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยในการสร้างตราสินค้าที่ส่งผลกระทบต่อความภักดี โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยเรียงลำดับ ด้านความต่อเนื่องสม่ำเสมอ, ด้านสิ่งสนับสนุน และด้านวิวัฒนาการ ตามลำดับ

กลยุทธ์ทางการตลาดของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกาย ในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น กลยุทธ์ทางการตลาดของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกาย ในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ลูกค้าให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ด้านผลิตภาพและคุณภาพ มีจำนวนอุปกรณ์ออกกำลังกายเพียงพอกับสมาชิก และกลยุทธ์ด้านราคา โดยมีค่าบริการเทรนเนอร์มีความเหมาะสมต่อการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชัยวัฒน์ กลมปล้อง ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพบริการและส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้เข้าใช้บริการสถานบริการฟิตเนส พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการในด้านการบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคคลและพนักงาน มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้เข้าใช้บริการสถานบริการฟิตเนส และ งานวิจัยของ สุภาวรรณ สอนสวัสดิ์ (2564) พบว่า กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาส่งผลต่อการสร้างความภักดีของลูกค้ามากที่สุด

ความภักดีของลูกค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกาย ในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ความภักดีของลูกค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกาย ในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับด้านพฤติกรรมของลูกค้า โดยหากได้รับการเสนอโปรแกรมการออกกำลังกายที่ดีที่สุดก็จะยินดีใช้บริการ และด้านทัศนคติของลูกค้า ลูกค้าเกิดความประทับใจ จะมีแนวโน้มจะเลือกใช้บริการของศูนย์บริการนี้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรรพ พณิก (2563) ที่ศึกษาการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อความภักดีของผู้บริโภค พบว่า ระดับความภักดีด้านพฤติกรรม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธันดา ผาสุขานนท์ (2565) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีในตราสินค้าของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล กรณีศึกษา ร้าน Shopee ผลการศึกษา พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีในตราสินค้าด้านพฤติกรรมและด้านทัศนคติ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการรับรู้ประโยชน์และความเชื่อถือไว้วางใจ

การทดสอบสมมติฐานกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อความภักดีของลูกค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกาย ในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ที่แตกต่างกัน โดยจำแนกตามเพศ โดยภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าลูกค้าที่เป็นเพศชาย มีความคิดเห็นแตกต่างกันในด้านพฤติกรรม กับลูกค้าที่เป็นเพศหญิง เนื่องจากความแตกต่างทางสรีรวิทยาระหว่างเพศชายและเพศหญิง โดยเพศชาย ให้ความสำคัญกับอุปกรณ์ออกกำลังกายปลอดภัยและได้มาตรฐาน ในขณะที่เพศหญิง ให้ความสำคัญกับการตกแต่งภายในที่ทันสมัยและมีบริการเสริมอื่น ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้กับลูกค้า เช่น เครื่องปรับอากาศ โซฟานั่งพัก ล็อกเกอร์ เก็บสัมภาระ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธันดา ผาสุขานนท์ (2565) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีในตราสินค้าของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล กรณีศึกษา ร้าน Shopee ผลการศึกษา พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติผู้บริโภที่มีเพศ ต่างกันมีระดับความภักดีในตราสินค้าร้าน Shopee แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านระดับการศึกษา โดยภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านพฤติกรรมของลูกค้า และด้านทัศนคติของลูกค้า แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านรายได้ต่อเดือน โดยภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านพฤติกรรมของลูกค้า และด้านทัศนคติของลูกค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาวรรณ สอนสวัสดิ์ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด เพื่อสร้างความภักดีในตราสินค้าของผู้บริโภคขึ้นส่วนใดในภูมิภาคตะวันตก ผลการศึกษา พบว่า ความภักดีในตราสินค้าของธุรกิจจำหน่ายชิ้นส่วนใดในภูมิภาคตะวันตก เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในด้านระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดด้านการสร้างตราสินค้าที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่า ตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการพยากรณ์ได้ดีที่สุด คือ ด้านสิ่งสนับสนุน รองลงมาคือ ด้านวิวัฒนาการ ด้านความต่อเนื่องสม่ำเสมอ และ ด้านคุณภาพ ตามลำดับ โดยมีอำนาจพยากรณ์ไปในทิศทางเดียวกัน ดังนั้นสามารถอธิบายกลยุทธ์ทางการตลาดด้านการสร้างตราสินค้าที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกาย ในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อังค์สมาลักษณ์ ไทยสม (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความภักดีของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ตราสินค้า Loonnystore ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยการสร้างตราสินค้าด้านความต่อเนื่องสม่ำเสมอ และด้านสิ่งสนับสนุน และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคา และด้านกระบวนการ ส่งผลกระทบต่อความภักดีของลูกค้า ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

การวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่า ตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการพยากรณ์ได้ดีที่สุด คือ กลยุทธ์ด้านบุคลากร รองลงมาคือ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และกลยุทธ์ด้านผลิภาพและคุณภาพ ตามลำดับ โดยมีอำนาจพยากรณ์ไปในทิศทางเดียวกัน ดังนั้นสามารถอธิบายกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าของศูนย์บริการเพื่อการออกกำลังกายในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชัยวัฒน์ กลมปล้อง (2563) ที่ศึกษาคุณภาพการบริการและส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานบริการฟิตเนสในอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ที่พบว่าส่วนประสมทางการตลาด ด้านบริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และด้านบุคคล มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานบริการฟิตเนส และสอดคล้องกับพัทธนันท์ ศรีทองคำ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าผู้มาใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ รองลงมา คือ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้

ผู้ประกอบการสถานบริการเพื่อการออกกำลังกาย สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ ดังนี้

1. พัฒนากลยุทธ์การสร้างแบรนด์อย่างต่อเนื่อง เน้นการสร้างภาพลักษณ์ที่แตกต่างและชัดเจน เช่น การใช้เทคโนโลยีตรวจวัดสุขภาพ การจัดโปรแกรมออกกำลังกายเฉพาะบุคคล และการสื่อสารแบรนด์ที่สม่ำเสมอ เพื่อให้ลูกค้ารับรู้ถึงคุณค่าและความเป็นเอกลักษณ์ของศูนย์บริการ

2. ออกแบบกลยุทธ์การตลาดเฉพาะกลุ่ม (Segmented Marketing) จากผลวิจัยพบว่าความภักดีแตกต่างกันตามเพศ ระดับการศึกษา และรายได้ ดังนั้น ควรออกแบบโปรโมชั่นหรือแพ็คเกจที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม เช่น แพ็คเกจราคาย่อมเยาสำหรับนักศึกษา หรือโปรแกรมสุขภาพระยะยาวสำหรับกลุ่มวัยทำงาน

3. ยกระดับคุณภาพการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ลงทุนในเครื่องออกกำลังกายที่ทันสมัย การฝึกอบรมบุคลากรให้มีทักษะการบริการที่ดี และจัดสิ่งแวดล้อมที่สะอาด ปลอดภัย และน่าใช้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจและกระตุ้นให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

4. ใช้กลยุทธ์การสื่อสารและการส่งเสริมการตลาดที่หลากหลาย เช่น การทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน การใช้สื่อออนไลน์เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม และการจัดโปรโมชั่นตามเทศกาลหรือช่วงเวลาพิเศษ เพื่อเพิ่มการรับรู้และกระตุ้นการใช้บริการ

5. สร้างระบบสมาชิกและรางวัลความภักดี (Loyalty Program) เช่น การสะสมแต้ม การมอบสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิกเก่า หรือการให้ส่วนลดสำหรับการต่ออายุสมาชิก เพื่อสร้างแรงจูงใจและรักษาลูกค้าให้อยู่กับศูนย์บริการในระยะยาว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึกจากการสัมภาษณ์หรือการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อทำความเข้าใจแรงจูงใจ ความคาดหวัง และประสบการณ์ของลูกค้า ซึ่งจะช่วยเสริมข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรรพ พณิก. (2563). การส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อความภักดีของผู้บริโภคต่อแบรนด์ My by CAT.

[วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2567). ธุรกิจฟิตเนส. [https:// www.dbd.go.th/download/document_file /Statisic/ 2562/T 26/T26_202205.pdf](https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statisic/2562/T26/T26_202205.pdf).

คณะกรรมการพัฒนาแผนการส่งเสริมกิจกรรมทางกาย. (2561). แผนแม่บทการส่งเสริมกิจกรรม ทางกาย (พ.ศ. 2561 - 2573). เอ็นซี คอนเซ็ปต์ จำกัด.

ชัยวัฒน์ กลมปล้อง. (2563). ที่ศึกษาคุณภาพการบริการและส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานบริการฟิตเนสในอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี. [วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยบูรพา.

เทศบาลนครขอนแก่น. (2567). ข้อมูลร้านฟิตเนส. <https://www.kkmuni.go.th/2017/download/d/231>.

ธันดา ผาสุกานนท์. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีในตราสินค้าของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล กรณีศึกษา ร้าน Shopee. [วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

- พัทธนันท์ ศรีทองคำ. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าผู้มาใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี. [วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยบูรพา. https://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcims/files/57750141.pdf
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2563). กระแสรักสุขภาพจากโควิด สร้างโอกาสธุรกิจ SME. https://www.Kasikornbank.com/th/business/sme/ksmeknowledge/article/ksmeanalysis/pages/healthtrend_sme.aspx.
- สำนักงานสถิติระดับจังหวัดขอนแก่น. (2565). แผนพัฒนาสถิติระดับพื้นที่จังหวัดขอนแก่น. สำนักงานสถิติระดับจังหวัดขอนแก่น.
- สุภาวรรณ สอนสวัสดิ์. (2564). แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อสร้างความภักดีในตราสินค้าของผู้บริโภคชั้นส่วนใดในภูมิภาคตะวันตก. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 8(1), 136-150.
- อังกส์มาลักษณ์ ไทยสม. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความภักดีของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ตราสินค้า Loonnystore. [วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

การพัฒนาทักษะความคิดสร้างสรรค์โดยใช้การเรียนรู้รูปแบบซิปปา
ของนักศึกษาสาขาวิชาการศึกษปฐมวัย
Development of Creative Thinking Skills through CIPPA Model Learning
Management for Early Childhood Education Students

สุจิตรา ศุภหัตถิ*

Sujittra Supahuttee*

หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต คณะศึกษาศาสตร์ วิทยาลัยนครราชสีมา

Master of Education Faculty of Education Nakhonratchasima College

*Corresponding author's email: supahuttee655@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

3 สิงหาคม 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

18 สิงหาคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

20 ธันวาคม 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาสาขาวิชาการศึกษปฐมวัยก่อนเรียนและหลังเรียนโดยใช้การเรียนรู้รูปแบบซิปปา 2) ศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาสาขาวิชาการศึกษปฐมวัยที่มีต่อการเรียนรู้รูปแบบซิปปา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ 1) แผนการจัดการเรียนสอนความคิดสร้างสรรค์โดยใช้การเรียนรู้รูปแบบซิปปา โดยใช้ จำนวน 4 แผนๆ ละ 3 ชั่วโมง รวมเป็น 12 ชั่วโมง 2) แบบทดสอบวัดความคิดสร้างสรรค์โดย จำนวน 3 ชุด ใช้ในการทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน และ 3) แบบสอบถามความพึงพอใจของนักศึกษาสาขาวิชาการศึกษปฐมวัยที่มีต่อการเรียนรู้รูปแบบซิปปา กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาสาขาวิชาการศึกษปฐมวัย ชั้นปีที่ 3 วิทยาลัยนครราชสีมา ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2567 ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชา 0401302 การประเมินผลพัฒนาการและจัดทำสารนิทัศน์ของเด็กปฐมวัย จำนวน 23 คน ซึ่งได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง Purposive sampling สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าทีแบบไม่เป็นอิสระต่อกัน

ผลการศึกษาพบว่า 1) เปรียบเทียบความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาสาขาวิชาการศึกษปฐมวัย วิทยาลัยนครราชสีมาในการจัดการเรียนรู้รูปแบบซิปปา หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 2) ความพึงพอใจของนักศึกษาสาขาวิชาการศึกษปฐมวัยที่มีต่อการเรียนรู้รูปแบบซิปปา โดยภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด

คำสำคัญ: ความคิดสร้างสรรค์, การเรียนรู้รูปแบบซิปปา, สาขาวิชาการศึกษปฐมวัย

ABSTRACT

The objectives of this research were to 1) compare the creative thinking of early childhood education students before and after learning through the CIPPA instructional model and 2) study the satisfaction of early childhood education students toward learning management using the CIPPA instructional model. The instruments used included 1) a creative thinking instructional plan using the CIPPA model, consisting of 4 lesson plans, each lasting 3 hours, totaling 12 hours, 2) creativity thinking test comprising 3 sets used for both pre-test and post-test assessments and 3) satisfaction questionnaire for early childhood education students regarding the CIPPA instructional model consisting of 23 second year students majoring in Early Childhood Education at NakhonRatchasima College enrolled in the course 0401302, Assessment of Development and Preparation of Child Portfolios during the first semester of the 2024 academic year. The sample was selected using purposive sampling. The statistics used for data analysis were mean, standard deviation and paired-sample t-test.

The results were as follows: 1) The comparison of creative thinking among early childhood education students after learning through the CIPPA instructional model was significantly higher than before learning, at .05 level of statistical significance. 2) The overall satisfaction of early childhood education students with the CIPPA teaching model was at the highest level.

Keywords: Creativity, CIPPA Model, Satisfaction

บทนำ

ความคิดสร้างสรรค์โดยใช้การจัดการเรียนรู้รูปแบบชีปาการจัดการเรียนรู้รูปแบบชีปาเป็นการส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความคิดและตัดสินใจอย่างมีระบบ มีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ทั้งร่างกายสติปัญญา สังคมและอารมณ์สามารถสร้างความรู้และค้นพบความรู้ได้ด้วยตนเอง ผู้เรียนมีโอกาสได้รับข้อมูลและประสบการณ์ใหม่แล้ว คิดวิเคราะห์กลั่นกรองข้อมูลจนตกตะกอนเป็นความรู้ การออกแบบการจัดการเรียนรู้แบบชีปา เป็นการออกแบบการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยการออกแบบการจัดการเรียนรู้จะต้องแสดงให้เห็นเป็นภาพรวมของการจัดการเรียนรู้ ประกอบด้วยองค์ประกอบหลักอยู่ 3 ประการคือ 1) วัตถุประสงค์ของการจัดการเรียนรู้ 2) การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ และ 3) การประเมินผลในการเรียนรู้ ซึ่งในการออกแบบการจัดการเรียนรู้จะต้องเลือกใช้ความรู้ศาสตร์การสอน รูปแบบการสอน และวิธีสอนให้สอดคล้องกับหลักการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า การออกแบบกิจกรรม

การจัดการเรียนรู้แบบซิปปา เป็นการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่เปิดโอกาสและสนับสนุนให้ผู้เรียนได้แสดงบทบาทในการสร้างความรู้ด้วยตนเองได้ใช้กระบวนการเรียนรู้ต่าง ๆ ได้แสดงความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ได้ทำงานจนเกิดชิ้นงาน ด้วยตนเอง ได้แสดงความสามารถของตนเอง นำเสนอผลงานตนเองได้เรียนรู้ออกมาในรูปแบบหรือลักษณะต่างๆ และได้นำความรู้ที่เรียนรู้ มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตของตนเองและในสถานการณ์ต่าง ๆ โดยออกแบบกิจกรรมให้สอดคล้องกับองค์ประกอบ C, I, P, P, A ความสำคัญของความคิดสร้างสรรค์ มีความสำคัญเพราะเป็นวิธีการคิดที่จะช่วยให้บุคคลมีความสามารถในการคิดแก้ไขปัญหาสามารถแก้ไขและคาดการณ์ล่วงหน้าถึงอุปสรรคที่จะเกิดขึ้นทำให้บุคคลสามารถแก้ปัญหาได้ดี ซึ่งได้มีผู้กล่าวถึงความสำคัญของความคิดสร้างสรรค์ไว้หลายท่าน ดังนี้ Hallam (2015) ความหมายของความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง การรู้จักปรับตัว เปลี่ยนแปลง และพัฒนาทางความคิดให้เข้ากับสถานการณ์ โดยใช้เนื้อหาบทเรียนที่ได้เรียนรู้มาผ่านการฝึก ลงมือปฏิบัติ และต่อยอดทำให้เกิดประสบการณ์แปลกใหม่ Kim (2017) ให้ความหมายของความคิดสร้างสรรค์ หมายถึงการพัฒนาทางความคิด การประดิษฐ์สิ่งใหม่ ๆ หรือมีแนวคิดมีความรู้สึกนึกคิดในแบบของตนเองต่อสภาพแวดล้อมหรือสิ่งต่าง ๆ รอบตัว และ Hahm et al. (2019) ให้ความหมายของความคิดสร้างสรรค์ หมายถึงความโดดเด่นด้านความสามารถทางการคิด และสร้างจินตนาการหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งขึ้นใหม่จากประสบการณ์ ความสนใจที่ได้รับมาจากชีวิตประจำวัน และสังเคราะห์เฉพาะบุคคล มีความสัมพันธ์ระหว่างประสาท สมอง และร่างกาย วัชรภรณ์ แสนนา (2565) กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง ความคิดเอกลักษ์หรือการคิดแบบกระจาย (Divergent Thinking) เป็นความคิดหลายทิศทาง หลายแง่มุม คิดได้กว้างไกล นำไปสู่การประดิษฐ์สิ่งแปลกใหม่ และค้นพบวิธีการแก้ปัญหาได้ ซึ่งประกอบไปด้วย ความคิดคล่องแคล่ว ความคิดยืดหยุ่น ความคิดริเริ่ม และความคิดละเอียดลออ) ปกรณ์ รัตนท่า (2561) กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นกระบวนการของความคิดที่ไวต่อปัญหาในการรวบรวมความคิดเพื่อตั้งเป็นสมมติฐาน แล้วรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้โดยประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ คือ ความคล่องแคล่วในการคิด ความยืดหยุ่นในการคิด และการคิดริเริ่ม Jellen and Urban (1986) กล่าวถึงองค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์ไว้ว่าประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ คือ ความคิดคล่องแคล่ว ความคิดยืดหยุ่น ความคิดริเริ่ม ความคิดละเอียดลออ

การประเมินผลการพัฒนาการของเด็กปฐมวัยเป็นกระบวนการสำคัญที่ช่วยให้ครูและผู้เกี่ยวข้องสามารถเข้าใจระดับพัฒนาการของเด็กในด้านต่าง ๆ ทั้งด้านร่างกาย อารมณ์ จิตใจ สังคม และสติปัญญา ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการวางแผนจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่เหมาะสมกับวัยและศักยภาพของเด็ก การจัดทำสารนิทัศน์ก็มีบทบาทสำคัญ เนื่องจากการสรุปผลและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพัฒนาการของเด็กจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ อย่างมีระบบ ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการวางแผนพัฒนาการเรียนรู้เฉพาะบุคคล และใช้เป็นหลักฐานในการสื่อสารกับผู้ปกครองและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัตนภรณ์ ยาประเสริฐ (2566) กล่าวว่า ครูต้องคอยชี้แนะแนวทางตามความเหมาะสม ด้านกระบวนการบริหารและการจัดการ ส่งเสริมให้ทุกฝ่ายได้มีบทบาทในการบริหารการจัดการให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

สามารถนำไปต่อยอดได้ เนื่องจากเด็กในวัยนี้เป็นช่วงวัยที่มีความสำคัญต่อการวางรากฐานของบุคลิกภาพ และการพัฒนาทางสมอง การจัดการศึกษาสำหรับเด็กในวัยนี้จึงมีความแตกต่างจากการศึกษาในระดับอื่น ๆ ความสนใจของเด็กปฐมวัยในแต่ละช่วงอายุ รวมถึงหลักการ แนวคิด และคุณลักษณะที่พึงประสงค์ตาม หลักสูตรปฐมวัยพุทธศักราช 2560 เพื่อที่จะสามารถนำความรู้มาจัดประสบการณ์การเรียนรู้สำหรับเด็กปฐมวัยได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2560) ปัญหาที่พบในปัจจุบันคือ นักศึกษารูปปฐมวัยจำนวนไม่น้อยยังขาดความคิดสร้างสรรค์ในการวิเคราะห์และสังเคราะห์ ข้อมูลเพื่อจัดทำสารนิทัศน์อย่างมีคุณภาพ การจัดการเรียนรู้ในรายวิชาที่เกี่ยวข้องยังคงเน้นการถ่ายทอด ความรู้เชิงทฤษฎีมากกว่าการฝึกทักษะการคิดวิเคราะห์อย่างลึกซึ้งหรือการนำความรู้ไปใช้จริง ส่งผลให้ การประเมินและจัดทำสารนิทัศน์ขาดความถูกต้อง ครบถ้วน และไม่สามารถสะท้อนพัฒนาการของเด็ก ได้อย่างแท้จริง ดังนั้น การส่งเสริมให้นักศึกษามีทักษะความคิดสร้างสรรค์ในการประเมินผลพัฒนาการและ จัดทำสารนิทัศน์จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ควรได้รับความใส่ใจ โดยเฉพาะการใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียน เป็นสำคัญ เช่น รูปแบบซิปปา (CIPPA Model) ซึ่งเป็นแนวทางที่สามารถกระตุ้นให้ผู้เรียนคิดอย่างสร้างสรรค์ ลงมือปฏิบัติจริง แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และสะท้อนความคิดของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยพัฒนา ศักยภาพของนักศึกษาให้สามารถประเมินและวิเคราะห์พัฒนาการของเด็กปฐมวัยได้อย่างลุ่มลึกและสร้างสรรค์ มากยิ่งขึ้น (มานิตา ลิโทสวัสดิ์ อรรถนุพรรณ, 2561) การจัดทำสารนิทัศน์เป็นแนวทางหนึ่งในการสร้างคุณภาพ การประเมินพัฒนาการ ซึ่งทำให้ผู้ปกครองหรือผู้อ่านสารนิทัศน์ในภาพรวมของนักเรียน เข้าใจถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นภายในโรงเรียน ซึ่งระบบสารนิทัศน์ที่ดีจะช่วยสนับสนุนการเรียนรู้ของนักเรียน ได้รับรู้ถึงคุณค่า ของงานของตน ช่วยทำให้การสอนมีประสิทธิภาพมากขึ้นช่วยสร้างความร่วมมือของผู้ปกครองในการเข้ามา มีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ของนักเรียน ช่วยครูในการประเมินพัฒนาการนักเรียน (พัชรี พลโยธิน, 2560)

การจัดการเรียนการสอนรายวิชาที่ผ่านมา พบว่ามีปัญหาหลักหลายประการที่ส่งผลกระทบต่อ ประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษา นักศึกษามีทักษะความคิดสร้างสรรค์ในการวิเคราะห์และจัดทำสารนิทัศน์ ยังไม่เพียงพอ เนื่องจากการเรียนการสอนยังคงเน้นการถ่ายทอดเนื้อหาทางทฤษฎีเป็นหลัก ทำให้นักศึกษาขาด โอกาสในการฝึกปฏิบัติจริงและพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ นอกจากนี้รูปแบบการจัดการเรียนรู้อย่างไม่สามารถ กระตุ้นให้นักศึกษาเกิดความสนใจและมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ ข้อจำกัดด้านเวลาและทรัพยากรในการฝึกปฏิบัติ ทำให้นักศึกษาได้รับคำแนะนำจากอาจารย์อย่างจำกัด ส่งผลให้ความรู้ความเข้าใจในการประเมินผลพัฒนาการ และการจัดทำสารนิทัศน์ของเด็กปฐมวัยยังอยู่ในระดับที่ต้องพัฒนาเพิ่มเติมและมีอุปสรรคที่ส่งผลต่อ ความสามารถในการสร้างสรรค์ผลงานของนักศึกษาอย่างชัดเจน หนึ่งในปัญหาสำคัญคือการที่นักศึกษายังขาด ทักษะในการคิดวิเคราะห์และคิดสร้างสรรค์ ทำให้การจัดทำสารนิทัศน์ยังคงอยู่ในรูปแบบซ้ำเดิม ขาดความน่าสนใจและไม่สามารถสะท้อนพัฒนาการของเด็กได้อย่างครบถ้วน ความรู้ที่เด็กได้สร้างขึ้นภายใน ตนเองยังจะช่วยให้เด็กนำไปสร้างความรู้ใหม่ หรือสร้างสรรค์สิ่งประดิษฐ์ที่ความสลับซับซ้อนมากขึ้นทำให้เกิด ความรู้เพิ่มพูนขึ้นตามไปด้วย ซึ่งตรงตามแนวคิดของ (ทิศนา แคมมณี, 2564) ผู้เรียนจะมีบทบาท เป็นผู้ปฏิบัติและสร้างความรู้ไปพร้อม ๆ กันด้วยตัวของเขาเอง (ทำไปและเรียนรู้ไปพร้อม ๆ กัน)

และมีความยินดีเข้าร่วมกิจกรรมทุกครั้งด้วยความสมัครใจ เรียนรู้ได้เอง รู้จักแสวงหาความรู้จากแหล่งความรู้ต่าง ๆ ที่มีอยู่ด้วยตนเองตัดสินใจปัญหาต่าง ๆ อย่างมีเหตุผล มีความรู้สึกและความคิดเป็นของตนเอง วิเคราะห์พฤติกรรมของตนเอง และผู้อื่นได้ ให้ความช่วยเหลือกันและกัน รู้จักรับผิดชอบงานที่ตนเองทำอยู่และที่ได้รับมอบหมายนำสิ่งที่เรียนรู้ไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ในชีวิตจริงได้นั้น นรรัตน์ ฝั้นเชียร (2561) ได้กล่าวว่าความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ของผู้เรียน อาจารย์ผู้สอนสามารถจัดกิจกรรมที่น่าสนใจต่าง ๆ มาพัฒนาเข้ากับห้องเรียนให้น่าสนใจและสร้างสรรค์ประสบการณ์แปลกใหม่กับผู้เรียน และ ประวิทย์ ฤทธิบุญ (2560) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการคิดสร้างสรรค์ผลงาน สามารถช่วยกระตุ้นและพัฒนาทักษะการคิดสร้างสรรค์ของผู้เรียนได้อย่างชัดเจนโดยผู้สอนและผู้เรียนต้องมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนการสอนตามบทบาทหน้าที่ของตนจึงจะประสบความสำเร็จในการพัฒนาการคิดสร้างสรรค์ของผู้เรียนได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ (ทศนา แคมมณี, 2564) ได้กล่าวถึง วิธีการจัดการเรียนรู้ที่ มุ่งพัฒนาให้ผู้เรียนให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาที่ผู้เรียนได้เรียนอย่างแท้จริง โดยผู้เรียนได้เกิดการสร้างความรู้ด้วยตนเอง โดยใช้กระบวนการคิดการทำงานเป็นทีม การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น การสร้างความรู้ด้วยตนเอง และการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ด้วยความกระตือรือร้นบนพื้นฐานของหลักการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ประกอบด้วยแนวคิดหลัก 5 แนวคิด คือ 1) การจัดการเรียนรู้ที่เอื้ออำนวยให้เกิดการสร้างความรู้ด้วยตนเอง 2) การเอื้อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ 3) การให้ผู้เรียนได้เคลื่อนไหวร่างกาย 4) การให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ผ่านกระบวนการต่าง ๆ และ 5) การให้ผู้เรียนได้นำความรู้ไปประยุกต์ใช้ เน้นการเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมนั้น ๆ ได้ลงมือปฏิบัติ ได้สร้างความรู้ด้วยตนเอง เป็นการจัดการเรียนรู้ที่ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ทั้งทางด้านร่างกายสติปัญญา สังคม และอารมณ์ ส่งผลให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ตามที่คาดหวัง และยังได้เสนอขั้นตอนประกอบด้วยขั้นตอน การดำเนินการ 7 ขั้นตอน ขั้นที่ 1 การทบทวนความรู้เดิม ขั้นนี้เป็นการดึงความรู้เดิมของผู้เรียนในเรื่องที่จะเรียน เพื่อช่วยให้ผู้เรียนมีความพร้อมในการเชื่อมโยงความรู้ใหม่กับความรู้เดิมของตน ขั้นที่ 2 การแสวงหาความรู้ใหม่ ซึ่งครูอาจจัดเตรียมมาให้ผู้เรียนหรือให้คำแนะนำเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เพื่อให้ผู้เรียนไปแสวงหาก็คได้ ขั้นที่ 3 การศึกษาทำความเข้าใจข้อมูล/ความรู้ใหม่ และเชื่อมโยงความรู้ใหม่กับความรู้เดิม ขั้นนี้เป็นขั้นที่ผู้เรียนจะต้องศึกษาและทำความเข้าใจกับข้อมูล/ความรู้ที่หาได้ เช่น กระบวนการกลุ่มในการสร้างสรรค์ผลงานสารนิทัศน์ กลุ่มละ 4-5 คน ขั้นที่ 4 การแลกเปลี่ยนความรู้ความเข้าใจกับกลุ่ม ซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียนได้แบ่งปันความรู้ความเข้าใจของตนเองแก่ผู้อื่น ขั้นที่ 5 การสรุปและจัดระเบียบความรู้ ขั้นนี้เป็นขั้นของการสรุปความรู้ที่ได้รับทั้งหมดของรายวิชาการประเมินผลการพัฒนาการและจัดทำสารนิทัศน์ของเด็กปฐมวัย ขั้นที่ 6 การปฏิบัติ และ/หรือการแสดงผลงาน ช่วยให้ผู้เรียนได้มีโอกาสแสดงผลงานการสร้างสร้างสรรค์จากความรู้ประเมินผลการพัฒนาการและจัดทำสารนิทัศน์ เป็นการช่วยให้ผู้เรียนใช้ความคิดสร้างสรรค์ ขั้นที่ 7 การประยุกต์ใช้ความรู้ ขั้นนี้เป็นขั้นของการส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ฝึกฝนการนำความรู้ความเข้าใจไปปรับใช้ในวิชาชีพของผู้เรียน วัตถุประสงค์การเรียนรู้รูปแบบชิปามุ่งพัฒนาผู้เรียนให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องที่เรียนอย่างแท้จริง โดยการให้ผู้เรียนสร้างความรู้ด้วยตนเองโดยอาศัยความร่วมมือจากกลุ่ม

การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และกระบวนการแสวงหาความรู้การจัดการเรียนรู้รูปแบบชิปปาดำเนินการ 7 จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า ความสำคัญของการจัดการเรียนรู้ชิปปา เป็นรูปแบบการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญให้ผู้เรียนสร้างความรู้ด้วยตัวเอง มีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นและสิ่งแวดล้อมรอบตัว ก็จะรวมไปถึงทักษะและกระบวนการต่าง ๆ ในการสร้างความรู้

จากหลักการทำงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าการเรียนรู้รูปแบบชิปปา ได้ยึดหลักการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญในตัวหลักการคือการช่วยให้นักศึกษาได้มีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้ช่วยให้นักศึกษามีบทบาทและมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้ให้มากที่สุดมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันและได้เรียนรู้จากกันและกัน มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ ความคิดเห็นและประสบการณ์ ผู้เรียนได้เรียนรู้กระบวนการต่าง ๆ ร่วมกับการผลิตผลงานซึ่งมีความคิดสร้างสรรค์ที่หลากหลายและสามารถนำความรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวัน ให้นักเรียนเป็นผู้สร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองตามแนวคิด Constructivism ผู้วิจัยจึงได้มีความสนใจที่จะนำการจัดการเรียนรู้รูปแบบชิปปา มาพัฒนาความรู้นักศึกษาชั้นปีที่ 3 เพื่อมุ่งหวังที่จะส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ การจัดทำสารนิทัศน์ให้การสร้างคุณภาพ การประเมินพัฒนาการได้ถูกต้อง ซึ่งทำให้ผู้ปกครองหรือผู้อ่านสารนิทัศน์ในภาพรวมของนักเรียน เข้าใจถึงกิจกรรมต่าง ๆ

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อเปรียบเทียบความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาสาขาวิชาการศึกษาศาสตรบัณฑิตก่อนเรียนและหลังเรียนโดยใช้การเรียนรู้รูปแบบชิปปา
- 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาสาขาวิชาการศึกษาศาสตรบัณฑิตที่มีต่อการเรียนรู้รูปแบบชิปปา

สมมติฐานการวิจัย

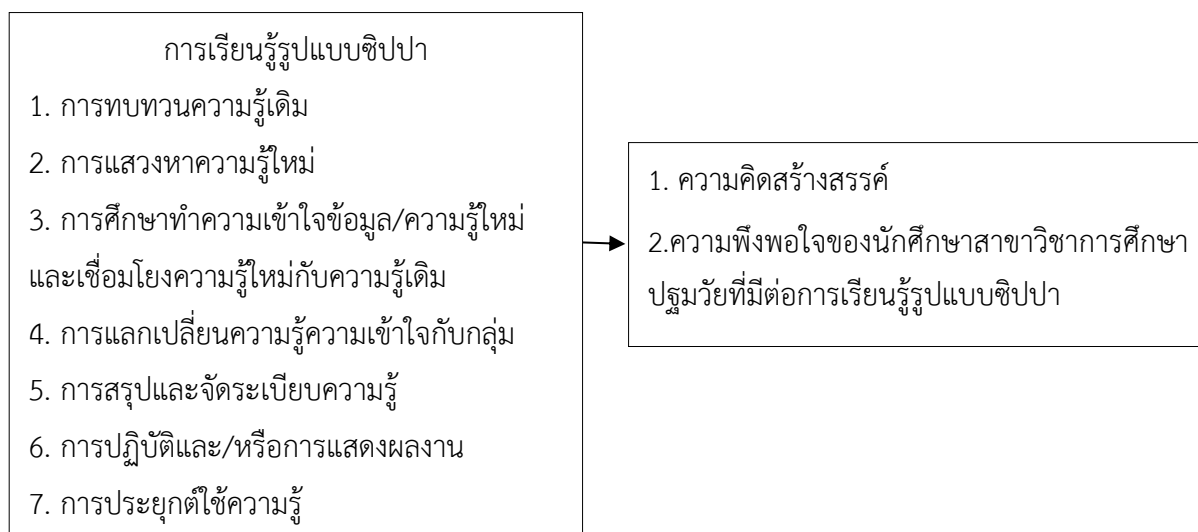
ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาสาขาวิชาการศึกษาศาสตรบัณฑิตหลังเรียนโดยใช้การเรียนรู้รูปแบบชิปปาสูงกว่าก่อนเรียน

ขอบเขตการวิจัย

1. ประชากร คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 3 ระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนครราชสีมา ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2567 จำนวน 203 คน
2. กลุ่มเป้าหมาย คือ นักศึกษาสาขาวิชาการศึกษาศาสตรบัณฑิต ชั้นปีที่ 3 คณะศึกษาศาสตร์ วิทยาลัยนครราชสีมา ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2567 ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชา 0401302 การประเมินผลพัฒนาการและจัดทำสารนิทัศน์ของเด็กปฐมวัย จำนวน 23 คน ซึ่งได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบการทดลองขั้นต้น (Pre-Experimental Design) เป็นแบบกลุ่มเดียว มีการวัดก่อนและหลังให้สิ่งทดลอง (One Group Pretest-Posttest Design) (พรณี ลีกิจวัฒน์, 2555)

1. ประชากร คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 3 ระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนครราชสีมา ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2567 จำนวน 203 คน

2. กลุ่มเป้าหมาย คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 3 ระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนครราชสีมา ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชา 0401302 การประเมินผลพัฒนาการและจัดทำสารนิทัศน์ของเด็กปฐมวัย จำนวน 23 คน ซึ่งได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ มี 3 ชุด ได้แก่

1. แผนการจัดการเรียนรายวิชาสุนทรียศาสตร์เบื้องต้นโดยใช้จัดการเรียนรู้รูปแบบชิปปา จำนวน 4 แผน แผนละ 3 ชั่วโมง รวม 12 ชั่วโมง

2. แบบทดสอบความคิดสร้างสรรค์โดยใช้จัดการเรียนรู้รูปแบบชิปปา จำนวน 3 ชุด ใช้ในการทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน

3. แบบสอบถามความพึงพอใจของนักศึกษาสาขาวิชาการศึกษาศาสตร์ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้รูปแบบชิปปา เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) จำนวน 14 ข้อ

การหาคุณภาพเครื่องมือ

การหาคุณภาพของเครื่องมือมีดังนี้

1) แผนการจัดการเรียนการสอนความคิดสร้างสรรค์ โดยใช้จัดการเรียนรู้รูปแบบซิปปา จำนวน 4 แผน แผนละ 3 ชั่วโมง รวม 12 ชั่วโมง หาคุณภาพเครื่องมือโดยพิจารณาความเหมาะสมของแผนการจัดการเรียนการสอนและความเที่ยงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เป็นแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) โดยผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ผลการประเมินมีค่าเฉลี่ย 4.67 (มีความเหมาะสมมากที่สุด)

2) แบบทดสอบวัดความคิดสร้างสรรค์ หาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบบทดสอบวัดความคิดสร้างสรรค์ เป็นแบบประเมิน IOC (Index of Item Objective Congruence) มีวัตถุประสงค์เพื่อพิจารณาความสอดคล้องและความเที่ยงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน เมื่อพิจารณาความสอดคล้องและความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ ของแบบทดสอบวัดความคิดสร้างสรรค์ ผลการประเมินมีค่าเฉลี่ย 4.80 (มีความเหมาะสมมากที่สุด) พิจารณาให้คะแนนจากแบบทดสอบวัดการคิดสร้างสรรค์ จำนวน 3 ชุด ผลการพิจารณาแบบทดสอบวัดความคิดสร้างสรรค์ที่มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.80-1.00 คัดเลือกไว้ใช้ได้ หลังจากนั้นนำแบบทดสอบวัดความคิดสร้างสรรค์ ไปทดลองใช้กับนักศึกษา สาขาการปฐมวัย คณะศึกษาศาสตร์ วิทยาลัยนครราชสีมาที่เคยเรียนรายวิชาการประเมินผลพัฒนาการและจัดทำสารนิทัศน์ของเด็กปฐมวัย ที่ไม่ใช่ในกลุ่มตัวอย่าง และผลค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.95

3) แบบสอบถามความพึงพอใจของนักศึกษาสาขาวิชาการศึกษาศึกษาปฐมวัยที่มีต่อการจัดการเรียนรู้รูปแบบซิปปา เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) จำนวน 14 ข้อ หาคุณภาพเครื่องมือโดยพิจารณาความเหมาะสมแบบสอบถามความพึงพอใจ เพื่อหาความเที่ยงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผลการประเมินมีค่าเฉลี่ย 4.68 (มีความเหมาะสมมากที่สุด) หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองกับนักศึกษา สาขาการปฐมวัย คณะศึกษาศาสตร์ วิทยาลัยนครราชสีมา ใช้กับนักศึกษาชั้นปีที่ 3 วิทยาลัยนครราชสีมา และนำผลคะแนนมาวิเคราะห์โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient) ของ ครอนบาค เพื่อตรวจสอบหาความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.97 นักศึกษาสาขาการศึกษาศึกษาปฐมวัยมีความพึงพอใจต่อการเรียนรู้รูปแบบซิปปาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.68$, S.D. = 0.21) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจ ด้านประโยชน์ที่ได้รับ มากที่สุด ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.00) รองลงมาคือ ด้านกิจกรรมการเรียนการสอนระดับความพึงพอใจ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.80$, S.D. = 0.28) และด้านการนำไปใช้ความพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.29) ตามลำดับซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ก่อนการทดลอง

1.1 ผู้วิจัยเตรียมเครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง ได้แก่ แผนการจัดการเรียนการสอนความคิดสร้างสรรค์ โดยใช้จัดการเรียนรู้รูปแบบซิปปา จำนวน 4 แผน แผนละ 3 ชั่วโมง รวม 12 ชั่วโมง และเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบทดสอบวัดความคิดสร้างสรรค์ จำนวน 3 ชุด ของ Torrance มาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับเนื้อหาและจุดประสงค์การเรียนรู้ และแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อการจัดการเรียนรู้ซิปปาของนักศึกษาชั้นปีที่ 3 วิทยาลัยนครราชสีมา เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) จำนวน 14 ข้อ

1.2 เตรียมนักศึกษาที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชา 0401302 การประเมินผลพัฒนาการและจัดทำสารนิทัศน์ของเด็กปฐมวัยในการวิจัย

1.3 ผู้วิจัยให้นักศึกษากลุ่มตัวอย่างทำแบบทดสอบเพื่อวัดความคิดสร้างสรรค์ก่อนเรียนเพื่อวัดความคิดสร้างสรรค์ จำนวน 3 ชุด กำหนดเวลาในการทำแบบทดสอบ เป็นเวลา 2 ชั่วโมง

2. ดำเนินการทดลอง

ผู้วิจัยดำเนินการจัดการเรียนการสอนตามแผนการจัดการเรียนการสอนความคิดสร้างสรรค์ โดยใช้จัดการเรียนรู้รูปแบบซิปปา ผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 4 แผน ใช้เวลาในการทดลอง 4 สัปดาห์ ๆ ละ 1 วัน วันละ 3 ชั่วโมง เป็นเวลา 12 ชั่วโมง (ไม่รวมการทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน)

3. หลังการทดลอง

3.1 ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบหลังการจัดการเรียนการสอน โดยใช้แบบทดสอบวัดความคิดสร้างสรรค์หลังเรียน จำนวน 3 ชุด กำหนดเวลาในการทำแบบทดสอบ เป็นเวลา 2 ชั่วโมง และนำแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อการจัดการเรียนรู้ซิปปา ของนักศึกษาชั้นปีที่ 3 วิทยาลัยนครราชสีมา จำนวน 14 ข้อ ไปสอบถามกับนักศึกษา

3.2 ตรวจให้คะแนน และนำคะแนนที่ได้จากการทดสอบหลังเรียนมาเปรียบเทียบกับก่อนเรียนและหลังเรียน และหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของแบบทดสอบวัดความคิดสร้างสรรค์

3.3 นำผลมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติมาสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ในวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที่แบบไม่เป็นอิสระต่อกัน

สรุปผลการวิจัย

1. การเปรียบเทียบความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาสาขาวิชาการศึกษาปฐมวัยหลังเรียนโดยใช้การจัดการเรียนรู้รูปแบบซิปปาสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาสาขาวิชาการศึกษาศรีวิชัยก่อนเรียนและหลังเรียน โดยใช้การเรียนรู้รูปแบบซิปปา

การทดสอบ	n	คะแนนเต็ม	$\bar{X}$	S.D	t	df	p-value
ก่อนเรียน	23	30	12.18	2.51			0.00*
หลังเรียน	23	30	24.64	1.41	26.68	21	0.00*

*p ≤ .05

จากตารางที่ 1 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาสาขาวิชาการศึกษาศรีวิชัยก่อนเรียนและหลังเรียน โดยใช้การเรียนรู้รูปแบบซิปปา จากผลการทดลอง พบว่า ก่อนเรียนมีคะแนนเฉลี่ย 12.18 ($\bar{X}$ =12.18, S.D.=2.51) และหลังเรียนโดยใช้การจัดการเรียนรู้รูปแบบซิปปา มีคะแนนเฉลี่ย 24.64 ($\bar{X}$ =24.64, S.D=1.41) และเมื่อวิเคราะห์ความแตกต่างโดยการทดสอบค่าทีแบบไม่เป็นอิสระต่อกัน (t-test Dependent) พบว่า ค่า t ที่ได้จากการคำนวณมีค่าเท่ากับ 26.68 แสดงว่า ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาสาขาวิชาการศึกษาศรีวิชัย หลังเรียนโดยใช้การจัดการเรียนรู้รูปแบบซิปปาสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาสาขาวิชาการศึกษาศรีวิชัย หลังเรียนโดยใช้การเรียนรู้รูปแบบซิปปา เทียบเกณฑ์ร้อยละ 70

การทดสอบ	n	คะแนนเต็ม	$\bar{X}$	S.D	t	df	p-value
หลังเรียน	23	30	24.64	1.41	26.68	21	0.00*

*p ≤ .05

จากตารางที่ 2 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาสาขาวิชาการศึกษาศรีวิชัยหลังเรียนโดยใช้การเรียนรู้รูปแบบซิปปา เทียบเกณฑ์ร้อยละ 70 จากผลการทดลอง พบว่า หลังเรียนโดยใช้การเรียนรู้รูปแบบซิปปา มีคะแนนเฉลี่ย 24.64 ($\bar{X}$ =24.64, S.D=1.41) คิดเป็นร้อยละ 70 เทียบเท่ากับ 21 คะแนน นักศึกษามีค่าเฉลี่ย 24.64 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.41 และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างเกณฑ์คะแนนทดสอบหลังเรียนโดยใช้การเรียนรู้รูปแบบซิปปา พบว่า คะแนนสอบของนักศึกษาสาขาวิชาการศึกษาศรีวิชัยหลังเรียนโดยใช้การเรียนรู้รูปแบบซิปปา สูงกว่าเกณฑ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการใช้การเรียนรู้รูปแบบซิปปาของนักศึกษาชั้นปีที่ 3 วิทยาลัยนครราชสีมา

ตารางที่ 3 ผลความพึงพอใจของนักศึกษาสาขาวิชาการศึกษาศาสตรบัณฑิตที่มีต่อการเรียนรู้รูปแบบชิปปา โดยภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด

รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
ด้านที่ 1 ด้านกิจกรรมการเรียนการสอน	4.80	0.27	มากที่สุด
ด้านที่ 2 ด้านประโยชน์ที่ได้รับ	5.00	0.00	มากที่สุด
ด้านที่ 3 ด้านการนำไปใช้	4.36	0.29	มาก
รวม	4.68	0.21	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 แสดงผลการศึกษาค้นคว้าความพึงพอใจของนักศึกษาสาขาวิชาการศึกษาศาสตรบัณฑิตที่มีต่อการเรียนรู้รูปแบบชิปปา พบว่า นักศึกษาสาขาวิชาการศึกษาศาสตรบัณฑิต มีความพึงพอใจต่อการเรียนรู้รูปแบบชิปปา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.68$, S.D. = 0.21) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจ ด้านประโยชน์ที่ได้รับมากที่สุด ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.00) รองลงมาคือ ด้านกิจกรรมการเรียนการสอนระดับความพึงพอใจ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.80$, S.D. = 0.28) และด้านการนำไปใช้ความพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.29) ตามลำดับซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

ผลความพึงพอใจของนักศึกษาสาขาวิชาการศึกษาศาสตรบัณฑิตที่มีต่อการเรียนรู้รูปแบบชิปปา ผลการทดลองพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.68$, S.D. = 0.21) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 3 สาขาวิชาการศึกษาศาสตรบัณฑิต วิทยาลัยนครราชสีมา มีความพึงพอใจด้านประโยชน์ที่ได้รับมากที่สุด ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.00) รองลงมาคือ ด้านกิจกรรมการเรียนการสอน ($\bar{X} = 4.80$, S.D. = 0.27) และด้านการนำไปใช้ ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.29) ตามลำดับซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

อภิปรายผลการวิจัย

1. แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาสาขาวิชาการศึกษาศาสตรบัณฑิต ก่อนเรียน และหลังเรียน โดยใช้การเรียนรู้รูปแบบชิปปา จากผลการทดลอง พบว่า ก่อนเรียนมีคะแนนเฉลี่ย 12.18 ($\bar{X} = 12.18$, S.D. = 2.51) และหลังเรียนโดยใช้การจัดการเรียนรู้รูปแบบชิปปา มีคะแนนเฉลี่ย 24.64 ($\bar{X} = 24.64$, S.D. = 1.41) และเมื่อวิเคราะห์ความแตกต่างโดยการทดสอบค่าทีแบบไม่เป็นอิสระต่อกัน (t-test Dependent) พบว่า ค่า t ที่ได้จากการคำนวณมีค่าเท่ากับ 26.68 แสดงว่า ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาสาขาวิชาการศึกษาศาสตรบัณฑิต หลังเรียนโดยใช้การจัดการเรียนรู้รูปแบบชิปปาสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 และเมื่อวิเคราะห์ความแตกต่าง โดยการทดสอบค่าทีแบบไม่เป็นอิสระต่อกัน (t-test Dependent) พบว่า ค่า t ที่ได้จากการคำนวณมี ค่าเท่ากับ 26.68 ดังนั้น แสดงว่าการทดสอบความคิดสร้างสรรค์หลังเรียนโดยนำการเรียนรู้รูปแบบชิปปานำมาจัดการเรียนรู้กับนักศึกษาสาขาวิชาการศึกษาศาสตรบัณฑิตชั้นปีที่ 3 วิทยาลัยนครราชสีมา ซึ่งหลังการทดสอบและสรุปได้ว่าการเรียนรู้รูปแบบชิปปา ช่วยพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ของนักศึกษาชั้นปีที่ 3 วิทยาลัยนครราชสีมา

ที่ลงทะเบียนเรียน ในรายวิชา การประเมินผลพัฒนาการและจัดทำสารนิทัศน์ของเด็กปฐมวัย นักศึกษาได้ลงมือปฏิบัติและความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ทั้งนี้เนื่องจากการรูปแบบการเรียนรู้รูปแบบชิปปา มี 7 ขั้นตอนที่เป็นระบบชัดเจน ทำให้ผู้เรียนมีความเข้าใจในรายวิชาการประเมินผลพัฒนาการและจัดทำสารนิทัศน์ของเด็กปฐมวัย ทำให้นักศึกษาได้ลงมือปฏิบัติเพื่อสร้างองค์ความรู้ ทำความเข้าใจได้ด้วยตนเอง อีกทั้งการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนยังได้มุ่งให้นักศึกษาเกิดปฏิสัมพันธ์ แลกเปลี่ยนความรู้สึคนึกคิด หรือช่วยเหลือซึ่งกันและกันในกลุ่ม กล้าแสดงออกและมีความคิดสร้างสรรค์ จึงได้นำเสนอเป็นผลงานการสร้างสรรคในรูปแบบสารนิทัศน์ และช่วยให้นักศึกษาพัฒนาทักษะกระบวนการคิด การวางแผนอย่างเป็นระบบ โดยผู้วิจัยอภิปรายผลได้ 7 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นตอน ขั้นที่ 1 การทบทวนความรู้เดิม ขั้นนี้เป็น การดึงความรู้เดิมของนักศึกษาในเรื่องที่จะเรียน เพื่อช่วยให้นักศึกษามีความพร้อมในการเชื่อมโยงความรู้ใหม่กับความรู้เดิมของตนเอง ขั้นที่ 2 การแสวงหาความรู้ใหม่ ซึ่งอาจารย์ผู้สอนอาจจัดเตรียมมาให้ให้นักศึกษาหรือให้คำแนะนำเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลต่างๆ เพื่อให้นักศึกษาไปแสวงหาความรู้ ขั้นที่ 3 การศึกษาทำความเข้าใจข้อมูลหรือความรู้ใหม่และเชื่อมโยงความรู้ใหม่กับความรู้เดิม ขั้นนี้เป็นขั้นที่นักศึกษาจะต้องศึกษาและทำความเข้าใจกับข้อมูลและความรู้ที่หาได้ เช่น กระบวนการกลุ่มในการสร้างสรรค์ผลงานสารนิทัศน์ กลุ่มละ 4-5 คน ขั้นที่ 4 การแลกเปลี่ยนความรู้ความเข้าใจกับกลุ่ม ซึ่งจะช่วยให้นักศึกษาได้แบ่งปันความรู้ความเข้าใจของตนเองแก่ผู้อื่น ขั้นที่ 5 การสรุปและจัดระเบียบความรู้ ขั้นนี้เป็นขั้นของการสรุปความรู้ที่ได้รับทั้งหมดของความรู้ของรายวิชาการประเมินผลพัฒนาการและจัดทำสารนิทัศน์ของเด็กปฐมวัย เพื่อมาปรับใช้กับการประชาสัมพันธ์กิจกรรมผ่านสารนิทัศน์ของสถานศึกษา ทั้งเพื่อช่วยให้นักศึกษาจดจำสิ่งที่เรียนรู้ ขั้นที่ 6 การปฏิบัติ หรือการแสดงผลงานช่วยให้นักศึกษาได้มีโอกาสแสดงผลงานการสร้างสรรคเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ โดยออกแบบผ่านสารนิทัศน์ และได้นำความรู้จากรายวิชามาปฏิบัติในสถานศึกษา เพื่อฝึกการออกแบบการนำเสนอกิจกรรมผ่านการจัดทำสารนิทัศน์ที่นักศึกษาได้ร่วมกันวางแผน ขั้นที่ 7 การประยุกต์ใช้ความรู้ ขั้นนี้เป็นขั้นของการส่งเสริมให้นักศึกษาได้ฝึกฝนการนำความรู้ความเข้าใจไปปรับใช้ในวิชาชีพของนักศึกษา ดังนั้นแสดงว่า การทดสอบความคิดสร้างสรรค์หลังเรียนโดยนำการเรียนรู้รูปแบบชิปปามาจัดการเรียนรู้กับ นักศึกษาสาขาวิชาการศึกษาศึกษาปฐมวัยชั้นปีที่ 3 วิทยาลัยนครราชสีมา ซึ่งหลังการทดสอบและสรุปได้ว่าการเรียนรู้รูปแบบชิปปา ช่วยพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ของนักศึกษาชั้นปีที่ 3 วิทยาลัยนครราชสีมา ในรายวิชา การประเมินผลพัฒนาการและจัดทำสารนิทัศน์ของเด็กปฐมวัย นักศึกษาได้ลงมือปฏิบัติใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างองค์ความรู้ ซึ่งสอดคล้องกับ ปัทมาภรณ์ แก้วคงคา (2564) อ้างถึงงานวิจัยของ Daud, et al. (2012) ที่กล่าวว่า การสอนให้ผู้เรียนเกิดความคิดสร้างสรรค์ได้นั้น ควรเริ่มต้นจากการจัดกิจกรรม การสอนที่แสดงให้เห็นถึงความคิดสร้างสรรค์ของผู้สอนก่อน โดยปรับเปลี่ยนรูปแบบการสอนจาก การเป็นผู้ให้ความรู้มาเป็นต้นแบบในการออกแบบกิจกรรมการสอนที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ได้จากสภาพการ จัดการเรียนการสอนในปัจจุบันที่ถูกปรับเปลี่ยนไปให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติ คิดค้นการแก้ปัญหาด้วยวิธีการต่าง ๆ ด้วยตนเอง อรอนุตร ธรรมจักร (2565 อ้างถึงใน เกริกท่อมกลาง และคณะ แต่จากการศึกษาพบว่า นักศึกษาวิชาชีพครูยังมีความคิดสร้างสรรค์อยู่ในระดับที่ต้องปรับปรุงซึ่งจะส่งผลต่อการพัฒนา กิจกรรม

การเรียนรู้ เทคนิควิธีการสอน และสื่อการสอน และผลการวิจัยพบว่านักศึกษาที่เรียนโดยรูปแบบการเรียนการสอนเพื่อเสริมสร้างความสามารถทางการคิดสร้างสรรค์โดยใช้แบบทดสอบความคิดสร้างสรรค์ ผลการทำแบบทดสอบหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ผลความพึงพอใจของนักศึกษาสาขาการศึกษาปฐมวัยที่มีต่อการเรียนรู้รูปแบบชิปปา พบว่านักศึกษาสาขาการศึกษาปฐมวัย มีความพึงพอใจต่อการเรียนรู้รูปแบบชิปปา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.68$, S.D. = 0.21) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจ ด้านประโยชน์ที่ได้รับมากที่สุด ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.00) รองลงมาคือ ด้านกิจกรรมการเรียนการสอนระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.80$, S.D. = 0.28) และด้านการนำไปใช้ความพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.29) ตามลำดับซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะอาจารย์ผู้สอนจัดการเรียนการสอนโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ และวิธีการจัดการเรียนการสอนที่เข้าใจง่าย มีอิสระทางความคิด ส่งผลให้นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้ชิปปา ซึ่งการทำกิจกรรมกลุ่มจะมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือช่วยเหลือซึ่งกันและกันในกลุ่ม ซึ่งสอดคล้องกับ จากการสังเกตพบว่า ในการร่วมกันแสดงความคิดเห็น เกิดความร่วมมือกันภายในกลุ่ม เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันขึ้นในกลุ่ม ระหว่างกลุ่ม เกิดการแข่งขันกันรับผิดชอบ จนทำให้งานสำเร็จลุล่วงในการจัดการเรียนการสอนได้และ เพียรจิตร์ ศรีอุบล (2564) ได้กล่าวว่า การจัดการเรียนรู้ตามรูปแบบชิปปา โมเดลมีกระบวนการ และขั้นตอนที่เหมาะสมกับผู้เรียน มีขั้นตอนที่หลากหลายสามารถกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ ทำให้ผู้เรียนรู้สึกชื่นชอบ และมีความพึงพอใจทุกด้าน โดยเฉพาะด้านครูผู้สอน ผู้เรียนมีความพึงพอใจมากที่สุด ปิยฉัตร ศรีสุราช (2561) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ ซึ่งไม่เหมือนกันขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาดหวังกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างไร ถ้าคาดหวังมากเมื่อได้รับการตอบสนองดีก็จะเกิดความพึงพอใจมาก ในทางตรงกันข้ามถ้าได้รับการตอบสนองน้อยกว่าที่คาดหวังก็จะเกิดความผิดหวังหรือไม่พึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับ ไกรสร ประดับเพชร (2561) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือมีความชื่นชอบ พอใจต่อการที่บุคคลอื่นกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งตอบสนองความต้องการของบุคคลหนึ่งที่ปรารถนาให้กระทำในสิ่งที่ต้องการ ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้นได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 อาจารย์ผู้สอนควรอธิบายการสอนให้ตรงกับนักศึกษาและสามารถนำไปปรับปรุงเพื่อให้นักศึกษามีความสนใจในการเรียนการสอนเข้าใจมากยิ่งขึ้น

1.2 ควรมีการกำหนดแนวทางในการวิเคราะห์เนื้อหาในรายวิชาอื่น ๆ ได้ เพื่อกระตุ้นให้นักศึกษาเกิดความสนใจในการเรียน และที่สำคัญสามารถเรียนรู้เพิ่มเติมนอกเวลาได้ด้วยตนเอง

1.3 อาจารย์ผู้สอนควรอธิบายในแต่ละขั้นตอนของการจัดการเรียนรู้รูปแบบชิปปา เพราะจะช่วยให้ นักศึกษาสามารถสรุปความคิดรวบยอดได้เพื่อพัฒนาความสามารถให้นักศึกษาได้ดียิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำกิจกรรมที่หลากหลายในการจัดการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ร่วมกับเทคนิคอื่น ๆ เพื่อให้นักศึกษาเกิดทักษะการเรียนรู้ในระดับที่สูงขึ้น

2.2 ควรทำการศึกษาวิจัยเปรียบเทียบการจัดการเรียนรู้รูปแบบชิปปาพร้อมกับวิธีสอนอื่น ๆ

เอกสารอ้างอิง

- ไกรสร ประดับเพชร. (2561). *ความพึงพอใจ*. สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.
- คณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2552). *ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง มาตรฐานคุณวุฒิระดับระดับอุดมศึกษาแห่งชาติพ.ศ. 2552*. สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.
- ทิตนา แคมมณี. (2564). *ศาสตร์การสอน: องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 23). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นรรัชต์ ฝันเชียร. (2561). *ผลการจัดการเรียนรู้โดยใช้โมเดล ชิปปาที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและเจตคติต่อการเรียนวิชาสุขศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่1*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน]. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- ประวิทย์ ฤทธิบุญ. (2560). *การพัฒนาความสามารถในการสร้างสรรค์ผลงานทางด้านนาฏศิลป์ไทย โดยใช้โมเดลชิปปาได้ทำการวิจัยเรื่องการพัฒนาความสามารถในการสร้างสรรค์ผลงานทางด้านนาฏศิลป์ไทยโดยใช้โมเดลชิปปา*. *วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ*, 18(2), 72-79.
- ปิยฉัตร ศรีสุราษ. (2561). *การพัฒนาแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความภาษาไทยสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่3*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต หลักสูตรและการสอน]. มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- พรณี ลีกิจวัฒน์. (2555). *วิธีการวิจัยทางการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 8). คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง.
- พัชรี ผลโยธิน. (2560). *เอกสารการสอนชุดวิชา การจัดการศึกษาและหลักสูตรสำหรับเด็กปฐมวัย*. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช
- เพียรจิตร ศรีอุบล. (2021). *ผลของการใช้รูปแบบการสอนแบบชิปปาโมเดลที่มีต่อผลสัมฤทธิ์และความพึงพอใจ ในการเรียนวิชาการจัดการงานบริการอาหารและเครื่องดื่ม*. *ศึกษาศาสตร์ มจร*, 9(1), 163-172.
- มานิตา ลิโทขวลิต อรรถนุพรรณ. (2018). *การอบรมเลี้ยงดูเด็กปฐมวัยตามวิถีชีวิตไทยในยุคประเทศไทย 4.0*. *Journal of Education Studies*, 46(4), 283-299.

- รัตนารณ ยาศรี และคณะ. (2566). การวิจัยเรื่องการจัดการศึกษาสำหรับเด็กปฐมวัยของโรงเรียนในอำเภอไชยปราการ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่เขต 3. *วารสารและงานวิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 13(3), 44-59.
- อรอนทร ธรรมจักร. (2565). การพัฒนาทักษะความคิดสร้างสรรค์ด้วยวิธีการสะท้อนคิดจากการปฏิบัติการออกแบบและพัฒนานวัตกรรมการสอนภาษาไทยของนักศึกษาวิชาชีพครูสาขาวิชาภาษาไทย คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ. *วารสารบัณฑิตแสงโคมคำ*, 7(2), 279-299.
- Guilford, J.P. (1956). *Structure of Intellect Psychological*. McGraw-HillBook Co.
- Guilford, J. P. (1973). *Characteristics of Creativity Springfield*. Illinois State Office of the Superintendency of Public.
- Hahm, J., et al. (2019). *Cortical Correlates of Creative Thinking Assessed by the Figural Torrance Test of Creative Thinking*. Wolters Kluwer Health, Inc.
- Hallam, S. (2015). *The Power of Music*. iMerc.
- Jellen, G., and Urban, K. (1986). Test for Creativity Thinking Drawing Production. *The Creative Child and Adult Quarterly*. 11(8): 107-155
- Torrance, E.P. and R.E. Myers. (1962). *Creative Learning and Teaching*. Good, Mead and Company.

กลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
ธุรกิจแคมป์ปิ้งในจังหวัดขอนแก่น

Content Marketing Strategies via Social Media Affecting the Decision to Use
the Camping Business Service in Khon Kaen Province

กัลยารัตน์ ทรงศิริ^{1*} และ อุมารวรรณ วาทกิจ²

Kanyarat Songsiri^{1*} and Umarwan Watakit²

^{1,2}หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

^{1,2}Master of Business Administration, Faculty of Business Administration, Northeastern University

*Corresponding author's email: Kanyarat.snp@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

4 ตุลาคม 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

15 ธันวาคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

20 ธันวาคม 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัญหาการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย 2) เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหาและการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจแคมป์ปิ้งในจังหวัดขอนแก่น และ 3) เพื่อนำเสนอแนวทางกลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหาที่มีประสิทธิภาพ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบแคมป์ปิ้งในจังหวัดขอนแก่น จำนวน 400 คน ผ่านแบบสอบถาม การแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลในมาตราบัญญัติ หรือมาตราจัดลำดับใช้ตารางแจกแจงความถี่สรุปผลเป็นคำร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหาผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ ความแม่นยำและความน่าเชื่อถือของข้อมูล การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าออนไลน์ เนื้อหาที่ทันสมัย ความปลอดภัยของการตลาดผ่านอินเทอร์เน็ต และประสบการณ์ลูกค้า ซึ่งทั้งหมดมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงกับการตัดสินใจใช้บริการ นอกจากนี้ การเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉพาะเฟซบุ๊กในด้านการเลือกเปิดรับข้อมูล การเลือกข้อมูลตามความสนใจ การตีความหมาย และการจดจำข้อมูล ล้วนมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการตระหนักถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก และการตัดสินใจใช้บริการแคมป์ปิ้ง

คำสำคัญ: กลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหา, การเปิดรับข้อมูล, สื่อสังคมออนไลน์, การตัดสินใจใช้บริการ, ธุรกิจแคมป์ปิ้ง

ABSTRACT

The objective of this study were 1) to study the behavior and problems of Thai tourists, 2) to study content marketing strategies and social media that affect the decision of camping business in Khon Kaen, and 3) to provide effective content marketing strategies. The quantitative research was used. The data from 400 Thai tourists who were experienced with camping in Khon Kaen were collected through a questionnaire. The results of data in the Act or by using frequency distribution table summarized as percentage, standard deviation and average, and multivariate regression equation analysis. The research found that social media content marketing strategies had important components: accuracy and reliability of information, online customer relationships, up-to-date content, Internet marketing security and customer experience. All of which have a high degree of positive correlation with service decisions. The information access via social media, especially Facebook, information accessibility, attention-based, interpretation and memorization, influenced the decision-making process of tourists, especially awareness of their needs, information retrieval, alternative assessment and camping decisions.

Keywords: Content Marketing Strategy, Information Exposure, Social Media, Service Usage Decision, Camping Business

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยเป็นแหล่งรายได้หลักที่ช่วยกระตุ้นการจ้างงาน การค้าการลงทุน และการไหลเวียนของเงินภายในประเทศ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) หนึ่งในรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องคือ “การท่องเที่ยวแบบแคมป์ปิ้ง” ซึ่งตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์ของคนยุคใหม่ที่ต้องการใกล้ชิดธรรมชาติ และแสวงหาประสบการณ์พักผ่อนที่แตกต่าง โดยเฉพาะในช่วงปี 2564–2566 พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่เลือกเข้าพักในลานกางเต็นท์เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ (ตากะยายพากันเที่ยว, 2566) จังหวัดขอนแก่นเป็นเมืองหลักที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ทั้งในแง่ทรัพยากรธรรมชาติ โครงสร้างพื้นฐาน และการเดินทางที่สะดวก ทำให้เกิดธุรกิจแคมป์ปิ้งจำนวนมากรองรับนักท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานจังหวัดขอนแก่น, 2561) ทั้งนี้ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจการแคมป์ปิ้งครอบคลุมตั้งแต่คนรุ่นใหม่อายุ 20–30 ปี ไปจนถึงกลุ่มวัยทำงานที่มีกำลังซื้อสูง (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2565) สื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะกลุ่มในเฟซบุ๊ก ได้กลายเป็นพื้นที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และข้อมูล ทั้งยังเป็นศูนย์กลางในการสร้างเครือข่ายและจัดกิจกรรมแคมป์ปิ้ง

ที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มครอบครัวและคนหนุ่มสาวที่มองหาประสบการณ์ใหม่ ๆ และโอกาสในการหลีกเลี่ยงจากความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน การเติบโตของการท่องเที่ยวแบบแคมป์ปิ้งมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจภาคการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดโครงการส่งเสริมการเดินทางแบบแคมป์ปิ้งอย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน ด้วยพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตามเทคโนโลยี การใช้สื่อสังคมออนไลน์จึงมีบทบาทสำคัญในการวางแผนท่องเที่ยว โดยเฉพาะแพลตฟอร์ม Facebook ซึ่งมีผู้ใช้งานในประเทศไทยกว่า 50 ล้านคน และเป็นช่องทางที่เอื้อให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กถึงขนาดกลางสามารถทำการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Kept, 2022) การตลาดเชิงเนื้อหาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Content Marketing) เป็นกลยุทธ์ที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นในแบรนด์ เพิ่มการรับรู้ และกระตุ้นการตัดสินใจของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Pulizzi, 2014; HubSpot, 2023; Content Marketing Institute, 2023)

จากข้อมูลเบื้องต้นผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจแคมป์ปิ้ง ซึ่งจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการ โดยการนำไปประยุกต์ใช้ให้เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งการหาข้อมูลหรือการเปิดรับข่าวสารก่อนการเดินทางเป็นปัจจัยสำคัญในการพิจารณาก่อนการเดินทางและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และปัจจุบันผู้คนเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์เป็นจำนวนมาก ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจทำการศึกษากลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจแคมป์ปิ้ง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัญหาการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งชาวไทย
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหาและการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจแคมป์ปิ้งในจังหวัดขอนแก่น
3. เพื่อนำเสนอกลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหาและการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจแคมป์ปิ้งในจังหวัดขอนแก่น

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดเชิงเนื้อหา

การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) เป็นกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการสร้างและเผยแพร่เนื้อหาที่มีคุณค่า น่าเชื่อถือ และสอดคล้องกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อดึงดูดความสนใจ สร้างการมีส่วนร่วม และพัฒนาไปสู่ความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า การใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางหลักช่วยให้ธุรกิจสามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้อย่างใกล้ชิดและมีประสิทธิภาพมากขึ้น หากธุรกิจนำ

กลยุทธ์นี้มาใช้ก่อนคู่แข่ง จะช่วยเพิ่มโอกาสในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและชิงส่วนแบ่งทางการตลาด (Kotler and Keller, 2016)

Seyyedamiri and Tajrobehkar (2019) ระบุว่า กลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหาทางสื่อสังคมออนไลน์ ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ ความแม่นยำและความน่าเชื่อถือของข้อมูล การสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าออนไลน์ การนำเสนอเนื้อหาที่ทันสมัย และความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า องค์ประกอบเหล่านี้มีส่วนช่วยสร้างความเชื่อมั่น ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีต่อแบรนด์ในระยะยาว

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์

Schiffman and Wisenblit (2019) อธิบายว่า การเปิดรับข้อมูลของผู้บริโภคเป็นกระบวนการที่ซับซ้อนและเกิดขึ้นอย่างเป็นขั้นตอน ได้แก่ การเลือกเปิดรับข้อมูล การเลือกให้ความสนใจ การเลือกรับรู้และตีความหมาย และการเลือกจดจำข้อมูล ผู้บริโภคมักเปิดรับเฉพาะข้อมูลที่สอดคล้องกับความสนใจ ความต้องการ และประสบการณ์ของตนเอง ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้และพฤติกรรมการตัดสินใจ

ในบริบทของการท่องเที่ยว การเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลอย่างมากต่อการวางแผนและการตัดสินใจเดินทาง เนื่องจากผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูล รีวิว และประสบการณ์ของผู้อื่นได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญกับการสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ มีประโยชน์ และน่าเชื่อถือ เพื่อเพิ่มโอกาสในการเปิดรับข้อมูลและนำไปสู่การตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

Kotler and Keller (2016) อธิบายว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ขั้นตอนที่ 1 คือการรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ ซึ่งเกิดจากสิ่งกระตุ้นภายใน เช่น ความต้องการทางร่างกาย และสิ่งกระตุ้นภายนอก เช่น การโฆษณาหรือการเห็นผู้อื่นใช้สินค้า สิ่งกระตุ้นเหล่านี้นำไปสู่การค้นหาข้อมูลในขั้นถัดไป

ขั้นตอนที่ 2 คือการค้นหาข้อมูล ผู้บริโภคจะเปิดรับและแสวงหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ในระดับที่แตกต่างกัน โดยแหล่งข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ แหล่งส่วนบุคคล แหล่งการค้า แหล่งสาธารณะ และแหล่งประสบการณ์ ซึ่งแต่ละแหล่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อแตกต่างกัน

ขั้นตอนที่ 3 คือการประเมินทางเลือก ผู้บริโภคจะพิจารณาผลิตภัณฑ์จากคุณลักษณะและประโยชน์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเอง โดยความสำคัญของคุณลักษณะจะแตกต่างกันไปตามประเภทของสินค้า

ขั้นตอนที่ 4 คือการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่พึงพอใจมากที่สุด โดยพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น แบรนด์ ช่องทางจัดจำหน่าย ปริมาณการซื้อ เวลา และวิธีการชำระเงิน

ขั้นตอนที่ 5 คือพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งผู้บริโภคจะประเมินความพึงพอใจจากการใช้ผลิตภัณฑ์ หากพึงพอใจมีแนวโน้มซื้อซ้ำและบอกต่อ แต่หากไม่พึงพอใจอาจยกเลิกหรือคืนสินค้า

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย อายุ 18 ปีขึ้นไป ที่เคยเดินทางท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น และเปิดรับข้อมูลผ่าน เฟซบุ๊ก (Facebook) โดยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย อายุ 18 ปีขึ้นไป ที่เคยเดินทางท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว (Convenience Sampling) โดยอาศัยความสะดวกของกลุ่มตัวอย่างเป็นหลักที่สามารถตอบคำถามได้โดยการสอบถามกลุ่มตัวอย่างผ่านแบบสอบถามในรูปแบบ QR Code และการแจกแบบสอบถาม ตลอดระยะเวลาการเก็บข้อมูลด้วยความสมัครใจจำนวน 400 คน ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือน มิถุนายน พ.ศ.2568 ถึงเดือน ตุลาคม พ.ศ.2568

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ส่งผลต่อ

การตัดสินใจใช้บริการธุรกิจแคมป์ปิ้ง ผ่านแบบสอบถามและสแกน QR Code ในรูปแบบ Google Form การศึกษา ซึ่งมีรายละเอียดของแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ โดยมีข้อคำถามข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพและสถานภาพ โดยเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบ เพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัญหาการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวจำนวน 7 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราวัดนามบัญญัติ (Nominal Scale) และแบบมาตราวัด แบบอันดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับด้านกลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหาผ่านสื่อสังคมออนไลน์และประสบการณ์ลูกค้า ซึ่งมีคำตอบเป็นแบบรายการเลือกตอบในรูปแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งคำตอบออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วย ในระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ผู้วิจัยได้สร้างข้อคำถามเป็นคำถามแบบปลายปิด ซึ่งมีคำตอบเป็นแบบรายการเลือกตอบในรูปแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งคำตอบออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วย ในระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจแคมป์ปิ้งจำนวน 15 ข้อ ซึ่งมีคำตอบเป็นแบบรายการเลือกตอบในรูปแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งคำตอบออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วย ในระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม จากนั้นนำผลที่ได้มาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient) ผลที่ได้พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในภาพรวมมีค่าเท่ากับ .967 ถือว่ายอมรับได้ ผลการตรวจสอบพบว่า แบบสอบถามทุกตอนมีค่า IOC เท่ากับ 0.96 อยู่ในช่วง 0.60–1.00 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด แสดงว่าแบบสอบถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย สามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้

วิธีรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสอบถามกลุ่มตัวอย่างผ่านแบบสอบถามในรูปแบบ QR Code และการแจกแบบสอบถามจากการลงพื้นที่จากกลุ่มตัวอย่างผู้ที่เข้าพักในรูปแบบการแคมป์ปิ้งภายในจังหวัดขอนแก่น เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทำให้ได้รับความนิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรูปแบบแคมป์ปิ้ง จากนั้นได้ทำการดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์และความครบถ้วนของการตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้มาลงรหัสข้อมูลและทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากแบบสอบถามและประเมินนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปซึ่งเป็นโปรแกรมมาวิเคราะห์สถิติสำเร็จรูป สามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพเป็นการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ซึ่งเป็นการแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลในมาตราบัญญัติ หรือมาตราจัดลำดับใช้ตารางแจกแจงความถี่สรุปผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อศึกษาตัวแปรอิสระ ได้แก่ กลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหาผ่านสื่อสังคมออนไลน์และการเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ กับตัวแปรตามคือการตัดสินใจใช้บริการที่ระดับ

สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.00 โดยส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 18–25 ปี จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 72.00 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มพนักงานเอกชน จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001–20,000 บาท จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 68.75 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 347 คน คิดเป็นร้อยละ 86.75 มีสถานภาพโสด จำนวน 382 คน คิดเป็นร้อยละ 95.50

พฤติกรรมและปัญหาการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมการใช้ Facebook ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 96.25 ใช้ Facebook เป็นประจำทุกวัน วัตถุประสงค์หลักในการใช้งาน Facebook คือ ดูโพสต์ของเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 88.25 รองลงมาคือ ติดตามข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 75.00 และ ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 73.25 ตามลำดับ การติดตามเพจหรือกลุ่มแคมป์ปิ้งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 97.00 มีพฤติกรรมติดตามเพจหรือกลุ่มเกี่ยวกับการแคมป์ปิ้ง บน Facebook ประเภทของข้อมูลที่สนใจนักท่องเที่ยวให้ความสนใจข้อมูล เกี่ยวกับสถานที่แคมป์ปิ้ง คิดเป็นร้อยละ 79.75 มากที่สุด รองลงมาคือ ข่าวสารกิจกรรมแคมป์ปิ้ง คิดเป็นร้อยละ 74.75 และ รีวิวจากผู้ให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 59.25 ตามลำดับ การพบข้อมูลที่ไม่ต้องคิดเป็นร้อยละ 97.75 ของผู้ตอบแบบสอบถาม เคยพบข้อมูลไม่ต้องเกี่ยวกับแคมป์ปิ้ง บน Facebook ลักษณะของปัญหาที่พบ ปัญหาที่พบมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลไม่สามารถใช้ในการตัดสินใจได้ คิดเป็นร้อยละ 73.25 โฆษณาเกินจริง คิดเป็นร้อยละ 52.75 ข้อมูลสถานที่ไม่สมบูรณ์ คิดเป็นร้อยละ 40.00 ปัญหาอื่น ๆ เช่น ข้อมูลไม่ถูกต้องและข้อมูลเก่าเกินไปก็มีให้เห็นเช่นกัน ตามลำดับ การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ผู้ใช้ส่วนใหญ่นิยม ตรวจสอบจากแหล่งข้อมูลอื่น คิดเป็นร้อยละ 94.00 และ

อ่านความคิดเห็นจากผู้ใช้อื่น คิดเป็นร้อยละ 86.75 ส่วนการสอบถามจากกลุ่มหรือเพื่อนที่มีประสบการณ์ ก็เป็นอีกหนึ่งทางเลือก คิดเป็นร้อยละ 36.50 ตามลำดับ

กลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหาผ่านสื่อสังคมออนไลน์และประสบการณ์ลูกค้า

ตารางที่ 1 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหาผ่านสื่อสังคมออนไลน์และประสบการณ์ลูกค้า

กลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และประสบการณ์ลูกค้า	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านความแม่นยำและความน่าเชื่อถือ	3.82	0.08	มาก
2. ด้านสร้างความสัมพันธ์ลูกค้าออนไลน์	4.05	0.02	มาก
3. ด้านเนื้อหาที่ทันสมัย	4.07	0.02	มาก
4. ด้านความปลอดภัย	4.00	0.01	มาก
5. ด้านประสบการณ์ลูกค้า	4.08	0.01	มาก

ตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับ มาก ต่อกลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหาผ่านสื่อสังคมออนไลน์และประสบการณ์ลูกค้า โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ด้านประสบการณ์ลูกค้า ($\bar{X} = 4.08$) รองลงมาคือ ด้านเนื้อหาที่ทันสมัย ($\bar{X} = 4.07$) และด้านสร้างความสัมพันธ์ลูกค้าออนไลน์ ($\bar{X} = 4.05$) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านความแม่นยำและความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 3.82$) แสดงให้เห็นว่าโดยรวมผู้ตอบให้ความสำคัญกับการมีเนื้อหาที่ทันสมัยและการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในระดับมาก

การเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ตารางที่ 2 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์

การเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การเลือกเปิดรับข้อมูล	4.10	0.06	มาก
2. การเลือกข้อมูลตามความสนใจ	4.13	0.07	มาก
3. การเลือกรับรู้และตีความหมายของข้อมูล	4.19	0.02	มาก
4. การเลือกจำข้อมูลที่ได้เปิดรับ	4.23	0.02	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับ มาก ต่อการเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ในด้านต่าง ๆ โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ การเลือกจำข้อมูลที่ได้เปิดรับ ($\bar{X} = 4.23$) อยู่ในระดับ มากที่สุด รองลงมาคือ การเลือกรับรู้และตีความหมายของข้อมูล ($\bar{X} = 4.19$) และการเลือกข้อมูลตามความสนใจ ($\bar{X} = 4.13$) ซึ่งทั้งสองด้านอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการเลือกเปิดรับข้อมูล

($\bar{X} = 4.10$) อยู่ในระดับมาก เช่นกัน แสดงให้เห็นว่าโดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มที่จะเปิดรับข้อมูล การท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างรอบคอบ และให้ความสำคัญกับการรับรู้ ติความ และจดจำข้อมูล ที่ได้รับในระดับสูง

การตัดสินใจใช้บริการธุรกิจแคมป์ปิ้ง

ตารางที่ 3 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจแคมป์ปิ้ง

การตัดสินใจใช้บริการธุรกิจแคมป์ปิ้ง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การตระหนักถึงความต้องการ	4.31	0.01	มาก
2. การค้นหาข้อมูล	4.23	0.04	มาก
3. การประเมินทางเลือก	4.13	0.01	มาก
4. การตัดสินใจใช้บริการ	4.14	0.01	มาก
5. พฤติกรรมหลังใช้บริการ	4.14	0.03	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับ มาก ต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจ แคมป์ปิ้งในทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ การตระหนักถึงความต้องการ ($\bar{X} = 4.31$) แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความชัดเจนเกี่ยวกับความต้องการก่อนตัดสินใจใช้บริการ รองลงมาคือ การค้นหาข้อมูล ($\bar{X} = 4.23$) ซึ่งอยู่ในระดับมากเช่นกัน ด้านการประเมินทางเลือก ($\bar{X} = 4.13$) และ การตัดสินใจใช้บริการทั้ง ก่อนและหลังใช้บริการ ($\bar{X} = 4.14$) ก็อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและการวิเคราะห์การถดถอยพหุของปัจจัยที่มีผลต่อ การตัดสินใจใช้บริการธุรกิจแคมป์ปิ้ง

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

		การตัดสินใจ	กลยุทธ์การตลาด	การเปิดรับข้อมูล
Pearson Correlation	การตัดสินใจ	1.000	.670	.697
	กลยุทธ์การตลาด	.670	1.000	.761
	การเปิดรับข้อมูล	.697	.761	1.000
Sig. (1-tailed)	การตัดสินใจ	.	.000	.000
	กลยุทธ์การตลาด	.000	.	.000
	การเปิดรับข้อมูล	.000	.000	.

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร การตัดสินใจใช้บริการ กลยุทธ์ การตลาดเชิงเนื้อหา และ การเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

(Pearson Correlation) พบว่า ตัวแปร การเปิดรับข้อมูล มีความสัมพันธ์ในระดับสูงกับ การตัดสินใจ และ ตัวแปรกลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหา ก็มีความสัมพันธ์ในระดับสูงกับการตัดสินใจ เช่นกัน ทั้งสองตัวแปร มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับ การตัดสินใจของผู้บริโภค

วิเคราะห์ถดถอยพหุของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจแคมป์ปิ้ง

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจแคมป์ปิ้ง

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	.850	.163			5.206	.000
กลยุทธ์การตลาด	.366	.058	.332		6.281	.000
การเปิดรับข้อมูล	.485	.058	.444		8.407	.000
R	.729					
R Square	.532					
Adjusted R ²	.529					

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 5 ชี้ให้เห็นว่า การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการแคมป์ปิ้ง ได้รับอิทธิพลจากการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และกลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ถือเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลมากที่สุด

การนำเสนอกลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหาและการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจแคมป์ปิ้ง

ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหาและการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะ Facebook มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจแคมป์ปิ้งในจังหวัดขอนแก่น ทั้งนี้ธุรกิจควรให้ความสำคัญกับการนำเสนอเนื้อหาที่มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และอัปเดตเนื้อหาให้ทันสมัยอยู่เสมอ อีกทั้งควรออกแบบเนื้อหาที่เน้นความปลอดภัยและประสบการณ์ที่ดีของลูกค้า

ด้านการเปิดรับข้อมูล นักท่องเที่ยวมักเลือกเปิดรับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความสนใจของตน เช่น เพจแคมป์ปิ้ง รีวิวจากผู้ใช้งาน และเนื้อหาที่ให้ความรู้ก่อนการเดินทาง ข้อมูลเหล่านี้มีผลต่อการตระหนักถึงความต้องการ ค้นหาทางเลือก และการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ดังนั้น ธุรกิจควรใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหาอย่างมีกลยุทธ์ เพื่อสร้างความน่าสนใจและความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มโอกาสในการเลือกใช้บริการและการกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต

อภิปรายผลการวิจัย

กลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหาและการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะ Facebook มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจแคมป์ปิ้งในจังหวัดขอนแก่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Cheung et al. (2009) ที่ระบุว่า การรับรู้ข้อมูลและความคิดเห็นจากผู้ใช้ออนไลน์มีผลโดยตรงต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

ด้านกลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหา พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความทันสมัยของเนื้อหาและประสบการณ์ลูกค้ามากที่สุด แสดงให้เห็นว่าธุรกิจที่นำเสนอข้อมูลใหม่ ทันต่อสถานการณ์ และสร้างประสบการณ์ออนไลน์ที่ดี มีแนวโน้มได้รับความเชื่อถือและส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับ Pulizzi (2014) ที่ชี้ว่าการตลาดเชิงเนื้อหาที่มีคุณภาพช่วยสร้างคุณค่าและความภักดีในระยะยาว

ด้านการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มเปิดรับข้อมูลตามความสนใจและสามารถจดจำข้อมูลที่ได้รับในระดับสูง สะท้อนถึงพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัลที่ใช้สื่อออนไลน์เป็นแหล่งข้อมูลหลักก่อนตัดสินใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Kotler and Keller (2016) ที่ระบุว่าการค้นหาข้อมูลและการรับรู้ผ่านช่องทางดิจิทัลเป็นขั้นตอนสำคัญของกระบวนการตัดสินใจซื้อ

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุพบว่า การเปิดรับข้อมูลเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจใช้บริการ รองลงมาคือกลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหา แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับข้อมูลที่ได้รับจากสื่อออนไลน์ ทั้งในด้านความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ และประสบการณ์ของผู้ใช้จริง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแคมป์ปิ้ง

สรุปผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า การผสมผสานกลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหาที่มีคุณภาพกับการสื่อสารข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพบนสื่อสังคมออนไลน์ เป็นแนวทางสำคัญที่ช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นและกระตุ้นการตัดสินใจของผู้บริโภคในธุรกิจท่องเที่ยวแนวแคมป์ปิ้ง

การเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด โดยเฉพาะด้านการเลือกจำข้อมูลที่ได้รับและการตีความหมายของข้อมูล ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมเปิดรับข้อมูลอย่างมีการคัดเลือกและให้ความสำคัญกับข้อมูลที่ตรงกับความสนใจของตนเอง การเปิดรับข้อมูลผ่าน Facebook จึงเป็นช่องทางสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้และทัศนคติของนักท่องเที่ยวก่อนการตัดสินใจใช้บริการ ทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Katz et al. (1973) ในทฤษฎีการใช้และตอบสนอง (Uses and Gratifications Theory) ที่อธิบายว่าผู้บริโภคเลือกเปิดรับสื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

การตัดสินใจใช้บริการธุรกิจแคมป์ปิ้ง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเฉพาะด้านการตระหนักถึงความต้องการและการค้นหาข้อมูล ซึ่งบ่งชี้ว่าผู้บริโภคมีการวางแผนและพิจารณาข้อมูลอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใช้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler and Keller (2016) ที่อธิบายว่ากระบวนการตัดสินใจซื้อประกอบด้วยการรับรู้ความต้องการ การค้นหาข้อมูล และการประเมินทางเลือกก่อนการตัดสินใจซื้อ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และการถดถอยพบว่า “การเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์” มีอิทธิพลต่อ “การตัดสินใจใช้บริการธุรกิจแคมป์ปิ้ง” มากที่สุด รองลงมาคือกลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหา แสดงให้เห็นว่าการรับข้อมูลที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือ และสอดคล้องกับความสนใจของผู้บริโภคมีบทบาทสำคัญ ในการกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการจริง ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Cheung et al. (2009) ที่ระบุว่า ความคิดเห็นและข้อมูลออนไลน์มีผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภค

สรุปการเปิดรับข้อมูลที่มีคุณภาพและความน่าเชื่อถือผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีส่วนสำคัญในการสร้าง การรับรู้ ความเชื่อมั่น และการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจแคมป์ปิ้งในยุคดิจิทัล

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. นักวิจัยและผู้ที่เกี่ยวข้องด้านงานวิจัยสามารถนำผลการศึกษานี้ไปใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงและแนวทาง ในการวางแผนและดำเนินการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการตัดสินใจใช้บริการ ธุรกิจแคมป์ปิ้งได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน หรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมธุรกิจแคมป์ปิ้ง สามารถ นำผลการวิจัยนี้ไปพัฒนาและประยุกต์ใช้เพื่อสร้างกลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหาที่ตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภค บนสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการและส่งเสริมการตลาดในธุรกิจแคมป์ปิ้ง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรใช้เครื่องมือเก็บข้อมูลที่หลากหลายมากขึ้น เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการใช้กลุ่มสนทนา (Focus Group) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างละเอียด

2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมและกลยุทธ์การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของธุรกิจ แคมป์ปิ้งในพื้นที่หรือกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน เพื่อพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมและตรงกับความต้องการของ แต่ละกลุ่ม

3. ควรขยายการศึกษาครอบคลุมธุรกิจท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบและวิเคราะห์ ผลกระทบของกลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหาและการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในบริบทที่กว้างขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). รายงานสถิตินักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย ปี 2562. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานจังหวัดขอนแก่น. (2561). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

ตากะยายพากันเที่ยว. (2566). เทรนด์แคมป์ปิ้ง 2566: นักท่องเที่ยวไทยแห่กางเต็นท์รับลมหนาว.

<https://www.facebook.com/takayai>

ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2565, 17 กันยายน). แคมป์ปิ้งบูม ธุรกิจลานกางเต็นท์โตพุ่งแรง คนรุ่นใหม่ใส่ใจ
รักธรรมชาติ. ประชาชาติธุรกิจ. <https://www.prachachat.net/prachachat-top-story/news-1051421>

Cheung, C. M., et al. (2009). The impact of Electronic Word-of-Mouth: The Adoption of
Online Opinions in Online Customer Communities. *Internet Research*, 19(4), 229–247.
<https://doi.org/10.1108/10662240910972690>

Content Marketing Institute. (2023). *What is Content Marketing?*. Content Marketing Institute.
<https://contentmarketinginstitute.com/what-is-content-marketing/>

HubSpot. (2022). *The Ultimate Guide to Customer Engagement*. HubSpot.
<https://www.hubspot.com/customer-engagement>

Katz, E., et al. (1973). Uses and Gratifications Research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4),
509–523. <https://doi.org/10.1086/268109>

Kept, Simon. (2022). *Social Media Trends in Thailand*. Bangkok: Publisher.

Kotler, P., and Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson. Marketeer.
(2561). <https://marketeeronline.com>

Pulizzi, J. (2014). *Epic content marketing: How to Tell a Different Story, Break through the
Clutter, and Win More Customers by Marketing Less*. McGraw-Hill Education.

Schiffman, L. G. and Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson.

Seyyedamiri, N., and Tajrobehkar, L. (2019). Social Content Marketing, Social Media and
Product Development Process Effectiveness in High-tech Companies. *Journal of
Entrepreneurship*, 16(1), 1–17.

การศึกษาคำสแลงภาษาจีนที่ปรากฏบนแอปพลิเคชันเสี่ยวหงซู (小红书)

A Study of Chinese Slang on Xiaohongshu (Rednote)

ชุติกานจน์ ออกระจำ^{1*} ภูริพันธุ์ โพธิ์ชัยแก้ว² และ ชุตินา ศิริลักษณ์³

Chutikarn Okkrajang^{1*} Phuripan Pochaikaew² and Chutima Sirilaksana³

^{1,2,3}หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

^{1,2,3}Bachelor of Arts, Chinese for Communication Program, Faculty of Social Sciences and Humanities,

Northeastern University

*Corresponding author's email: chutikarn.okk@neu.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

13 พฤศจิกายน 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

18 ธันวาคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

20 ธันวาคม 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อรวบรวมและจำแนกประเภทของการสร้างคำสแลงภาษาจีนที่ปรากฏบนแอปพลิเคชันเสี่ยวหงซู (小红书) และ (2) เพื่อวิเคราะห์ความหมายและบริบททางสังคมของการใช้คำสแลงภาษาจีนตามประเภทการสร้างคำ งานวิจัยใช้ระเบียบวิธีแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยออกแบบการวิจัยเชิงลำดับแบบอธิบายผล (Sequential Explanatory Design) ซึ่งเริ่มจากการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาลักษณะและความถี่ของคำสแลงที่ปรากฏ จากนั้นจึงดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่ออธิบายความหมายและบริบททางสังคมของคำสแลงอย่างเป็นระบบ ข้อมูลเชิงปริมาณได้จากการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ของโพสต์ภาษาจีนจำนวน 400 หน่วยข้อมูล ซึ่งสุ่มจากโพสต์ทั้งหมด 5,400 รายการที่เผยแพร่ในช่วงเดือนมีนาคมถึงกันยายน พ.ศ. 2568 ผลการวิจัยพบคำสแลงภาษาจีนรวม 586 คำ โดยปรากฏมากที่สุดหมวด “คำฮิตออนไลน์” (网络热词) ร้อยละ 47.4 รองลงมาคือ “บันเทิงสุขดิบ” (娱乐八卦) ร้อยละ 30.9 และ “ภาษาวัฒนธรรม” (语言文化) ร้อยละ 21.7 กลวิธีการสร้างคำที่พบมี 6 ประเภท ได้แก่ การสร้างคำใหม่ การย่อคำ การใช้พ้องเสียง การใช้ตัวเลขพ้องเสียง การยืมคำจากภาษาต่างประเทศ และการใช้อักษรพินอินย่อ ผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพชี้ว่าคำสแลงบนเสี่ยวหงซูสะท้อน วัฒนธรรมดิจิทัลจีนร่วมสมัยที่เน้นความกระชับ ความสร้างสรรค์ และการสื่อสารเชิงอารมณ์ของคนรุ่นใหม่ การศึกษานี้ช่วยทำความเข้าใจพลวัต การใช้ภาษาในสังคมออนไลน์จีน และเสนอแนวทางการประยุกต์คำสแลงในการเรียนการสอนภาษาจีน เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจทางวัฒนธรรมและการสื่อสารที่เป็นธรรมชาติมากขึ้นในหมู่ผู้เรียนภาษาจีนระดับต้น

คำสำคัญ: คำสแลง, ภาษาจีน, วัฒนธรรมดิจิทัล, เสี่ยวหงซู (小红书)

ABSTRACT

This study aims (1) to collect and classify Chinese slang word formations appearing on Xiaohongshu (RED), and (2) to analyze the meanings and social contexts of slang according to their

formation types. A mixed-methods research approach was employed using a sequential explanatory design, in which quantitative research was conducted prior to qualitative analysis. The quantitative phase involved content analysis of 400 Chinese-language posts sampled from a total of 5,400 posts published between March and September 2025. The findings reveal 586 slang words, mostly in “Internet Buzzwords” (47.4%), followed by “Entertainment and Gossip” (30.9%) and “Language and Culture” (21.7%). Six major word-formation types were identified: neologisms, abbreviations, phonetic homonyms, numerical homophones, loanwords, and pinyin abbreviations. Qualitative results show that Chinese slang on Xiaohongshu reflects contemporary Chinese digital culture, emphasizing conciseness, creativity, and emotional expression among young users. The study provides insights into online linguistic behavior in China and suggests incorporating slang into Chinese language instruction to foster culturally informed and natural communication among beginner-level Chinese learners.

Keywords: Chinese Slang, Chinese Language, Digital Culture, Xiaohongshu (RED)

บทนำ

ในยุคดิจิทัลการสื่อสารภาษาจีนได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ใช้แอปพลิเคชันออนไลน์อย่างแพร่หลาย การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การสร้างปฏิสัมพันธ์ และการเผยแพร่วัฒนธรรมทางสังคมมักเกิดขึ้นผ่านสื่อดิจิทัล ซึ่งมีอิทธิพลต่อรูปแบบภาษาในชีวิตประจำวัน คำสแลงภาษาจีนเป็นหนึ่งในปรากฏการณ์สำคัญที่สะท้อนการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ คำสแลงส่วนใหญ่เกิดจากการสร้างคำตามกลวิธีทางภาษาหลากหลาย เช่น การสร้างคำใหม่ การตัดต่อหรือย่อคำ การเล่นคำ และการปรับเปลี่ยนความหมายของคำเดิมให้สอดคล้องกับบริบทออนไลน์ ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 6 กลวิธีในการสร้างคำสแลงภาษาจีน (เจียง หวี่ และคณะ, 2564) การใช้คำสแลงจึงไม่เพียงสะท้อนความคิดและความรู้สึกของผู้ใช้งานเท่านั้น แต่ยังสะท้อนถึงวิถีชีวิต สังคม และวัฒนธรรมร่วมสมัยของผู้คนในสังคม (ชุดิมา เข้มเจริญ และปริญา มงคลพาณิชย์, 2567)

แอปพลิเคชันเสี่ยวหงซู (小红书) เป็นหนึ่งในโซเชียลมีเดียยอดนิยมของคนรุ่นใหม่ในประเทศจีน ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 2013 และปัจจุบันมีผู้ใช้งานมากกว่า 350 ล้านคน แอปพลิเคชันเสี่ยวหงซู (小红书) จัดเป็นแอปพลิเคชันอันดับ 5 ในหมวดโซเชียลมีเดียของประเทศจีน และยังติดอันดับแอปพลิเคชันฟรียอดนิยมอันดับ 1 ใน App Store ของสหรัฐอเมริกาในปี ค.ศ. 2025 (มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง ในพระบรมราชูปถัมภ์, n.d.) แอปพลิเคชันนี้นำเสนอเนื้อหาหลากหลาย รวมถึง แฟชั่น ความงาม การท่องเที่ยว และเทรนด์ DIY ต่าง ๆ ผู้ใช้สามารถโพสต์ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ แสดงความคิดเห็น ทำให้เสี่ยวหงซูกลายเป็นพื้นที่สำคัญสำหรับการแลกเปลี่ยนข้อมูลและวัฒนธรรมภาษาที่หลากหลาย

จากการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานเสี่ยวหงซูพบว่ากลุ่มผู้ใช้ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18–30 ปี และมีช่วงเวลาที่ใช้งานมากที่สุดระหว่าง 09:00–15:00 (S39 Digital, 2023) ลักษณะการโพสต์และคอมเมนต์

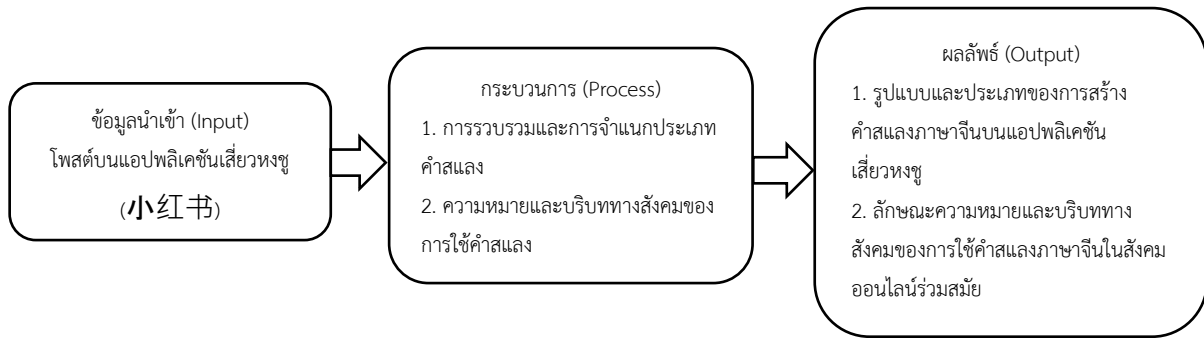
บนแอปพลิเคชันมักเต็มไปด้วยคำสแลงที่เกิดขึ้นจากการสร้างสรรค์ของเจ้าของภาษา ซึ่งสะท้อนทั้งอารมณ์ ความคิด และบริบททางสังคมของผู้ใช้งานจริง การเรียนรู้คำสแลงเหล่านี้จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับผู้เรียนภาษาจีนชาวไทย โดยเฉพาะผู้ที่เริ่มเรียนจากตำราเรียนหรือห้องเรียน เนื่องจากเนื้อหาส่วนใหญ่ในตำรามักเน้นคำศัพท์มาตรฐาน ไวยากรณ์ และโครงสร้างประโยค ทำให้ผู้เรียนอาจไม่สามารถเข้าใจหรือสื่อสารกับเจ้าของภาษาในบริบทจริงได้ การศึกษาคำสแลงบนเสี่ยวหงซู (小红书) ช่วยให้ผู้เรียนสามารถเข้าใจรูปแบบการใช้ภาษาจีนในชีวิตประจำวัน และสื่อสารได้อย่างเป็นธรรมชาติมากยิ่งขึ้น การศึกษาคำสแลงที่ปรากฏบนแอปพลิเคชันเสี่ยวหงซู (小红书) จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการทำความเข้าใจรูปแบบการใช้ภาษายุคใหม่ในสังคมออนไลน์ของจีน การเรียนรู้คำสแลงไม่เพียงช่วยให้ผู้เรียนเข้าถึงบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของผู้ใช้ภาษาเท่านั้น แต่ยังส่งเสริมการพัฒนาทักษะการสื่อสารให้มีความเป็นธรรมชาติและสอดคล้องกับการใช้ภาษาจริง การวิจัยนี้มีส่วนช่วยลดช่องว่างระหว่างความรู้ทางภาษาที่ได้จากหนังสือเรียนกับการใช้ภาษาในชีวิตประจำวัน อีกทั้งยังสามารถเสนอแนวทางในการบูรณาการคำสแลงภาษาจีนเข้าสู่กระบวนการเรียนการสอน เพื่อให้ผู้เรียนสามารถสื่อสารได้อย่างคล่องแคล่วและเข้าใจวัฒนธรรมการสื่อสารของเจ้าของภาษาได้อย่างลึกซึ้ง อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่างานศึกษาด้านคำสแลงภาษาจีนส่วนใหญ่ยังมุ่งเน้นการวิเคราะห์คำสแลงในภาพรวมของสื่อออนไลน์ ขณะที่การศึกษาคำสแลงภาษาจีนที่ปรากฏบนแพลตฟอร์มเฉพาะอย่างเสี่ยวหงซู (小红书) ซึ่งเป็นพื้นที่สื่อสารสำคัญของคนรุ่นใหม่จีน ยังมีจำนวนจำกัด ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาและวิเคราะห์คำสแลงภาษาจีนที่ปรากฏบนแอปพลิเคชันเสี่ยวหงซู (小红书) เพื่อเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว และเสนอแนะองค์ความรู้ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการเรียนการสอนภาษาจีนให้สอดคล้องกับการใช้ภาษาจริงในสังคมออนไลน์ยุคปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อรวบรวมและจำแนกประเภทการสร้างคำสแลงภาษาจีนที่ปรากฏบนแอปพลิเคชันเสี่ยวหงซู
2. เพื่อวิเคราะห์ความหมายและบริบททางสังคมของการใช้คำสแลงภาษาจีนตามประเภทการสร้างคำ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยนี้เริ่มต้นจาก แหล่งข้อมูลคำสแลง ได้แก่ โพสต์และความคิดเห็นที่ปรากฏบนแอปพลิเคชันเสี่ยวหงซู (小红书) จากนั้นนำข้อมูลดังกล่าวมารวบรวมและจำแนกประเภทคำสแลง เมื่อได้การจำแนกประเภทคำสแลงแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ความหมายและการใช้คำสแลงในบริบททางสังคมออนไลน์ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ (Output) ดังปรากฏในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิด ทฤษฎี และวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับพื้นฐานเกี่ยวกับคำสแลง

ราชบัณฑิตยสถาน (2542) ให้ความหมายของ “คำสแลง” ไว้ว่า เป็นถ้อยคำหรือสำนวนที่ใช้เข้าใจกันเฉพาะในกลุ่มบุคคลหนึ่ง ๆ หรือในช่วงระยะเวลาหนึ่ง มิใช่ภาษาที่ถือว่าถูกต้องตามหลักภาษาโดยทั่วไป วิไลวรรณ ขนิษฐนันท์ (2526) อธิบายว่า คำสแลงเป็นคำที่ใช้เฉพาะในกลุ่มบุคคลที่มีความสนใจหรืออาชีพร่วมกัน โดยมักเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ในปัจจุบัน สิ่งที่พบเห็นอยู่เสมอ หรือเรื่องราวใกล้ตัวของผู้ใช้ภาษากัญญณ์ ชะนะจิตร์ (2560) เห็นว่า คำสแลงเปรียบเสมือนบันทึทางประวัติศาสตร์ประเภทหนึ่ง ซึ่งสะท้อนเรื่องราว เหตุการณ์ และบริบททางสังคมของแต่ละช่วงเวลา ผ่านการใช้ภาษาที่เกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ทางสังคม ผะอบ โปะชะกฤษณะ (2544) ให้นิยามว่า คำสแลงเป็นคำที่เกิดขึ้นจากอารมณ์หรือความคิดสร้างสรรค์ของกลุ่มวัยรุ่น มักใช้กันชั่วระยะเวลาหนึ่งแล้วเลือนหายไปตามยุคสมัย

แนวคิดวัฒนธรรมร่วมสมัยและอิทธิพลของอินเทอร์เน็ตต่อภาษา (Contemporary Culture and the Influence of the Internet on Language) ในยุคดิจิทัล วัฒนธรรมร่วมสมัยถูกขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการเปลี่ยนแปลงทางภาษาและรูปแบบการสื่อสาร (Crystal, 2006)

2. ทฤษฎีและวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีสังคมภาษาศาสตร์ (Sociolinguistics Theory) ทฤษฎีสังคมภาษาศาสตร์เป็นแนวคิดที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษาและสังคม โดยมองว่าการใช้ภาษาของคนแต่ละกลุ่มสะท้อนถึงความแตกต่างทางอายุ เพศ อาชีพ หรือชนชั้นทางสังคม (Labov, 1972)

ทฤษฎีการสื่อสารออนไลน์ (Computer-Mediated Communication Theory: CMC) ของ Herring (1996) ศึกษาการสื่อสารผ่านเทคโนโลยี เช่น อินเทอร์เน็ตหรือแอปพลิเคชันเดียว โดยชี้ว่าการสื่อสารออนไลน์แตกต่างจากแบบเผชิญหน้า ทั้งรูปแบบภาษา น้ำเสียง และการตีความ ผู้ใช้มักสร้างภาษาที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น คำย่อ อีโมจิ หรือคำสแลง เพื่อเพิ่มความรวดเร็วและความเป็นกันเองในการสื่อสาร

ทฤษฎีการเรียนรู้แบบสังคม (Social Learning Theory) Bandura (1977) อธิบายว่ามนุษย์สามารถเรียนรู้พฤติกรรมหรือรูปแบบภาษาได้ผ่านการสังเกตและเลียนแบบผู้อื่น โดยไม่จำเป็นต้องมีประสบการณ์ตรง ผู้เรียนจะได้รับอิทธิพลจากแบบอย่างทางสังคม

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาการใช้คำสแลงภาษาจีนในเชิงเนื้อหา โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เป็นแนวทางหลักในการวิเคราะห์ข้อมูล ทั้งนี้ การวิเคราะห์มุ่งเน้นการตีความความหมาย ลักษณะการใช้ภาษา และบริบททางสังคมของคำสแลงที่ปรากฏบนแอปพลิเคชันเสี่ยวหงซูเป็นสำคัญ ข้อมูลเชิงปริมาณในรูปของความถี่และค่าร้อยละถูกนำมาใช้เป็นข้อมูลประกอบ เพื่อสนับสนุนการอธิบายแนวโน้มและรูปแบบการปรากฏของคำสแลง มิได้ใช้เพื่อการทดสอบสมมติฐานหรือการอ้างอิงเชิงสถิติ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัยครั้งนี้คือจำนวนโพสต์ภาษาจีนที่เกี่ยวข้องกับการใช้คำสแลง (Chinese Internet Slang) ทั้งหมด 5,400 โพสต์ ได้มาจากการนับจำนวนผลลัพธ์ที่แสดงบนหน้าแสดงผลการค้นหา (Search Results Interface) ของแอปพลิเคชันเสี่ยวหงซู ซึ่งระบบของแพลตฟอร์มจะแสดงจำนวนโพสต์ที่เกี่ยวข้องกับคำค้น (Keywords) อย่างชัดเจน โพสต์ที่นำมาศึกษาต้องเป็นโพสต์ที่เผยแพร่สาธารณะ (Public Posts) เขียนด้วยภาษาจีนกลาง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างเชิงทฤษฎี (Theoretical Sampling) ร่วมกับการเลือกตัวอย่างแบบมีเกณฑ์ (Purposive Sampling) โพสต์ทั้งหมดต้องเผยแพร่ภายในช่วงเวลา 6 เดือนล่าสุด (ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2568 ถึงวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2568) และต้องมีคำสแลงอย่างน้อยหนึ่งคำในเนื้อหา ทั้งนี้ ผู้วิจัยใช้สูตรของ Yamane (1973) เพื่อกำหนดขนาดตัวอย่างในเชิงปริมาณ ขณะที่การสุ่มตัวอย่างเชิงทฤษฎีและการเลือกตัวอย่างแบบมีเกณฑ์มุ่งคัดเลือกโพสต์ที่เหมาะสมต่อการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและเชิงคุณภาพ โดยการกำหนดหมวดหมู่ดังกล่าวอาศัยหลักเกณฑ์ 3 ประการ ได้แก่ (1) ความถี่ของการปรากฏคำสแลงในเนื้อหาประเภทนั้น (2) ความสัมพันธ์โดยตรงระหว่างคำสแลงกับการสื่อสารเชิงอัตลักษณ์และวัฒนธรรมดิจิทัลของผู้ใช้ และ (3) ความเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่มุ่งศึกษาการใช้คำสแลงในชีวิตประจำวันและสังคมออนไลน์ของคนรุ่นใหม่

งานวิจัยนี้กำหนดหมวดหมู่ของเนื้อหาออกเป็น 3 หมวดหลัก ได้แก่ หมวดที่ 1 “语言文化” (ภาษาวัฒนธรรม) โพสต์ที่เกี่ยวข้องกับการใช้ภาษา วัฒนธรรมการสื่อสาร หรือคำศัพท์เฉพาะในสังคมออนไลน์จีน ผู้วิจัยใช้คำค้น ได้แก่ “语言文化”, “网络语言”, “汉语表达” และ “词汇演变” หมวดที่ 2 “网络热词” (คำฮิตบนโลกออนไลน์) โพสต์ที่นำเสนอคำใหม่หรือคำยอดนิยมในช่วงเวลานั้น ซึ่งสะท้อนแนวโน้มทางภาษาและสังคมดิจิทัล ผู้วิจัยใช้คำค้น ได้แก่ “网络热词”, “流行语”, “爆梗”, “热梗” และ “网友常用语” หมวดที่ 3 “娱乐八卦” (บันเทิง/ซุบซิบ) โพสต์ที่กล่าวถึงศิลปิน ดารา หรือเหตุการณ์ในวงการบันเทิงที่มีการใช้คำสแลงประกอบ ผู้วิจัยใช้คำค้น ได้แก่ “娱乐八卦”, “明星”, “追星” และ “粉圈”

จากจำนวนประชากรทั้งหมด 5,400 โพสต์ ผู้วิจัยคำนวณขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 0.05 ได้ผลเท่ากับ 372 หน่วยข้อมูล

เพื่อให้ข้อมูลมีความครอบคลุมและเพื่อการตกหล่น ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่างเป็น 400 หน่วยข้อมูล โดยจัดสรรอย่างมีสัดส่วนตามลักษณะความหนาแน่นของโพสต์ในแต่ละหมวดหมู่ดังนี้

ตารางที่ 1 ตารางแสดงการจัดสรรกลุ่มตัวอย่าง

หมวดหมู่	จำนวนโพสต์ประชากร (โดยประมาณ)	สัดส่วน (%)	จำนวนตัวอย่าง (1 โพสต์ = หน่วยข้อมูล)
语言文化 (ภาษาวัฒนธรรม)	1,800	33.3%	133
网络热词 (คำฮิตบนโลกออนไลน์)	2,400	44.4%	178
娱乐八卦 (บันเทิง/ซุบซิบ)	1,200	22.3%	89
รวมทั้งหมด	5,400	100%	400

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากโพสต์ในแอปพลิเคชันเสี่ยวหงซู (小红书) ตามเกณฑ์ที่กำหนดรวมทั้งสิ้น 400 หน่วยข้อมูล จากนั้นผู้วิจัยได้รวบรวมคำสแลงภาษาจีนที่ปรากฏในโพสต์เหล่านี้ เพื่อใช้ในการจำแนกประเภท วิเคราะห์โครงสร้างทางภาษา และศึกษาความหมายเชิงบริบทของคำสแลงที่ใช้จริงในช่วงเวลาดังกล่าว

การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลคำสแลงภาษาจีนจำนวน 400 หน่วยข้อมูลที่รวบรวมได้จากแพลตฟอร์มเสี่ยวหงซู (小红书) ได้รับการวิเคราะห์โดยจำแนกตามรูปแบบการสร้างคำ (Word Formation) และคำนวณความถี่เป็นค่าร้อยละของแต่ละประเภท จากนั้นผู้วิจัยได้พรรณนาวิเคราะห์ลักษณะการใช้คำสแลงภาษาจีนในเชิงคุณภาพ เพื่อแสดงให้เห็นแนวโน้มการใช้คำสแลงในสังคมออนไลน์ของจีนร่วมสมัย ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพถูกนำมาประมวลร่วมกัน เพื่อสะท้อนบริบททางสังคม-วัฒนธรรมดิจิทัลของการใช้คำสแลง และเสนอแนวทางการประยุกต์ใช้คำสแลงในชีวิตประจำวันสำหรับผู้เรียนภาษาจีนระดับต้น ผลการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับสรุปลักษณะทั่วไปของข้อมูลคำสแลงภาษาจีนที่ปรากฏบนแอปพลิเคชันเสี่ยวหงซู (小红书) โดยใช้ความถี่ (Frequency) เพื่อแสดงจำนวนคำสแลงที่ปรากฏในแต่ละหมวดหมู่ของเนื้อหา ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อแสดงสัดส่วนของคำสแลงแต่ละประเภท และการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (Qualitative Content Analysis) เพื่อวิเคราะห์บริบท ความหมาย และหน้าที่ของคำสแลงภาษาจีน โดยอ้างอิงแนวทางของ Krippendorff (2018) ในการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อจัดหมวดหมู่ข้อมูลตามความหมายทางภาษาและบริบททางสังคม Elo และ Kyngäs (2008) ในการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาคุณภาพ (Qualitative Content Analysis) ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนการ “เตรียมข้อมูล (Preparation)”, “จัดหมวดหมู่ (Organization)”, และ “สรุปความหมาย (Reporting)”

การตรวจสอบความเชื่อมั่นของข้อมูล (Data Reliability Check) ผู้วิจัยใช้วิธีการ ตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) ได้แก่ การตรวจสอบโดยผู้วิจัยมากกว่าหนึ่งคน (Investigator Triangulation)

การตรวจสอบข้อมูลซ้ำจากแหล่งต่าง ๆ ภายในแอปพลิเคชัน และการเปรียบเทียบคำสแลงกับแหล่งอ้างอิงภายนอก

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของข้อมูลคำสแลงภาษาจีนบนแอปพลิเคชันเสี่ยวหงซู(小红书)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 400 หน่วยข้อมูล ซึ่งได้จากโพสต์ภาษาจีนในหมวดหมู่หลัก พบว่าในโพสต์ทั้งหมดมีคำสแลงภาษาจีนปรากฏรวมทั้งสิ้น 586 คำ โดยสามารถจำแนกจำนวนและร้อยละของคำสแลงตามหมวดหมู่ได้ดังนี้

ตารางที่ 2 จำนวนคำสแลงภาษาจีนที่ปรากฏในแต่ละหมวดหมู่ของแอปพลิเคชันเสี่ยวหงซู

หมวดหมู่เนื้อหา	จำนวนคำสแลง (คำ)	ร้อยละ (%)
网络热词 (คำฮิตบนโลกออนไลน์)	278	47.4
娱乐八卦 (บันเทิง/ซุบซิบ)	181	30.9
语言文化 (ภาษาวัฒนธรรม)	127	21.7
รวมทั้งหมด	586	100.0

จากตารางพบว่า คำสแลงส่วนใหญ่ปรากฏในหมวด “网络热词” (ร้อยละ 47.4) เช่น คำว่า 躺平; 内卷; 破防; emo เป็นต้น รองลงมาคือหมวด “娱乐八卦” (ร้อยละ 30.9) เช่น คำว่า 塌房; 粉圈; 营业; 磕 CP เป็นต้น และหมวด “语言文化” (ร้อยละ 21.7) เช่นคำว่า 凡尔赛; 人设 เป็นต้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่าคำสแลงมักปรากฏในเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับกระแสอนไลน์และวัฒนธรรมร่วมสมัย มากกว่าในหมวดเนื้อหาทางภาษาศาสตร์หรือวัฒนธรรมทั่วไป

ส่วนที่ 2 ประเภทของการสร้างคำสแลงภาษาจีน จากการวิเคราะห์เชิงภาษาศาสตร์ คำสแลงที่ปรากฏสามารถจำแนกได้เป็น 6 รูปแบบหลักของการสร้างคำ ตามแนวคิดของเจียง หวี และคณะ (2021) ผลการวิเคราะห์ปรากฏดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ประเภทของการสร้างคำสแลงภาษาจีนที่ปรากฏในแอปพลิเคชันเสี่ยวหงซู

ประเภทของการสร้างคำสแลง	จำนวน (คำ)	ร้อยละ (%)
1. การสร้างคำใหม่ (新词创造)	142	24.2
2. การตัดคำหรือย่อคำ (缩略词)	118	20.1
3. การยืมคำจากภาษาต่างประเทศ (外来词)	73	12.5
4. การพ้องเสียง (谐音词)	86	14.7
5. การใช้ตัวเลข (数字谐音)	95	16.2
6. การใช้อักษรตัวย่อภาษาจีน (拼音缩写)	72	12.3
รวมทั้งหมด	568	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า รูปแบบการสร้างคำสแลงที่พบมากที่สุดคือ การสร้างคำใหม่ (新词创造) ร้อยละ 24.2 รองลงมาคือ การตัดคำหรือย่อคำ (缩略词) ร้อยละ 20.1 และ การใช้ตัวเลขพ้องเสียง (数字谐音) ร้อยละ 16.2 ซึ่งสะท้อนลักษณะของการสื่อสารในยุคดิจิทัลที่นิยมความกระชับ สร้างสรรค์ และเน้นการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ที่เข้าใจง่ายในชุมชนออนไลน์ ซึ่งแต่ละประเภทของการสร้างคำสามารถวิเคราะห์ความหมายและบริบททางสังคมของการใช้คำสแลงภาษาจีนดังในส่วนที่ 3

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ความหมายและบริบททางสังคมของการใช้คำสแลงภาษาจีนตามการสร้างคำ

3.1 การสร้างคำใหม่ (新词创造) การจำแนกรูปแบบการสร้างคำสแลงภาษาจีนโดยการสร้างคำใหม่พบมากที่สุดมีจำนวนทั้งสิ้น 142 คำ คิดเป็นร้อยละ 24.2 ตัวอย่างดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การจำแนกรูปแบบการสร้างคำสแลงภาษาจีนโดยการสร้างคำใหม่ (新词创造)

คำสแลงภาษาจีน	ความหมาย
画大饼 / 画饼	มีความหมายว่า คำพูดขยาฝัน หรือ การสัญญาลอย ๆ เกิดจากการนำคำว่า 画 (วาด) และ 大饼 (ขนมจีนใหญ่) มารวมกันเกิดเป็นความหมายใหม่ ตัวอย่างประโยค 又到年底了，画出来的大饼还香吗？
躺平	มีความหมายว่า ปล่อยวาง ไม่กระตือรือร้น ไม่แข่งขัน เกิดจากการนำคำว่า 躺 (นอน) และ 平 (ราบ) มารวมกันเกิดเป็นความหมายใหม่ ตัวอย่างประโยค 躺平也是一种生活方式。
内卷	มีความหมายว่า การแข่งขันภายในกลุ่มเดียวกันอย่างรุนแรงจนไม่ก่อให้เกิดคุณค่าเพิ่ม เกิดจากการนำคำว่า 内 (ภายใน) และ 卷 (ม้วน/หมุนวน) มารวมกัน เพื่อสื่อถึงการหมุนวนอยู่ภายในโดยไม่ก้าวหน้า ตัวอย่างประโยค 这种无意义的内卷让大家都感到很疲惫。
凡尔赛	มีความหมายว่า การอวดตัวเองอย่างแนบเนียนเกิดจากการนำชื่อสถานที่ 凡尔赛 (แวร์ซายส์) มาใช้ในเชิงเปรียบเทียบ เพื่อเสียดสีการโอ้อวดที่แฝงมากับคำพูดถ่อมตน ตัวอย่างประโยค 他说自己“只是普通收入”，其实是在凡尔赛。

จากตารางที่ 4 จะเห็นได้ว่า การสร้างคำใหม่ของคำสแลงภาษาจีนมักเกิดจากการนำคำสองคำหรือมากกว่านั้นมาประสมกัน เพื่อสร้างความหมายใหม่ที่แตกต่างจากความหมายเดิมของแต่ละคำ โดยส่วนใหญ่จะใช้คำที่มีความหมายธรรมดาในชีวิตประจำวัน แต่เมื่อนำมารวมกันแล้วเกิดเป็นความหมายเชิงนามธรรม สื่ออารมณ์หรือทัศนคติของคนรุ่นใหม่ ตัวอย่างเช่น คำว่า 画大饼 มาจากคำว่า 画 (วาด) และ 大饼 (ขนมจีนใหญ่) เมื่อนำมารวมกันจึงหมายถึง “การพูดขยาฝัน” หรือ “การสัญญาลอย ๆ” คำว่า 躺平 มาจากคำว่า 躺 (นอน) และ 平 (ราบ) เมื่อรวมกันจึงสื่อถึงการ “ปล่อยวาง” หรือ “ไม่แข่งขัน” ดังนั้น กลไกการสร้างคำใหม่ ในคำสแลงภาษาจีนส่วนใหญ่เกิดจากการประสมคำ โดยใช้คำที่มีอยู่เดิมมาสร้างความหมายใหม่ผ่านการเปรียบเทียบ การอุปมา และบริบททางสังคมสมัยใหม่ ซึ่งสะท้อนถึงความคิดสร้างสรรค์และวัฒนธรรมของคนรุ่นใหม่ในภาษาจีนร่วมสมัย

3.2 การตัดคำหรือย่อคำ (缩略词)

การจำแนกรูปแบบการสร้างคำสแลงภาษาจีนโดยการตัดคำหรือย่อคำ จำนวนทั้งสิ้น 118 คำ คิดเป็นร้อยละ 20.1 ตัวอย่างเช่น

ตารางที่ 5 การจำแนกรูปแบบการสร้างคำสแลงภาษาจีนโดยการตัดคำหรือย่อคำ (缩略词)

คำสแลงภาษาจีน	ความหมาย
班味	มีความหมายว่า กลิ่นงาน เป็นการย่อคำของคำว่า 上班 (ทำงาน) และ 味道 (รสชาติ) ตัวอย่างประโยค 上班没几天, 已经浑身班味儿了
早八	มีความหมายว่า การเข้างาน/เข้าเรียนตอนเช้า เป็นการย่อคำของคำว่า 早上 (ตอนเช้า) และ 八点 (แปดโมง/8 โมง) ตัวอย่างประโยค 美好得一天从早八开始

จากตารางที่ 5 จะเห็นได้ว่า การสร้างคำใหม่ของคำสแลงภาษาจีนโดยการตัดคำหรือย่อคำเป็นลักษณะของการ ลดรูปคำที่มีความยาวให้สั้นลง โดยคงไว้ซึ่งความหมายหลักของคำเดิม เพื่อให้สื่อสารได้รวดเร็ว กระชับ และเหมาะสมกับการใช้ในสื่อออนไลน์หรือบทสนทนาในชีวิตประจำวัน โดยทั่วไปจะเกิดจากการนำ ส่วนสำคัญของคำต้นฉบับมารวมกัน หรือ ตัดคำบางส่วนออก ให้เหลือเพียงพยางค์ที่สามารถสื่อความหมายได้ชัดเจน ตัวอย่างเช่น 班味 มาจาก 上班 (ทำงาน) และ 味道 (รสชาติ/กลิ่น) เมื่อตัดคำให้สั้นลงเหลือเพียง 班味 จึงหมายถึง “กลิ่นของการทำงาน” หรือบรรยากาศที่เต็มไปด้วยความเหนื่อยล้า 早八 มาจาก 早上 (ทำงาน) และ 八点 (แปดโมงเช้า) โดยตัดคำเหลือเพียง 早八 เพื่อสื่อถึง “การเรียนหรือทำงานตอนแปดโมงเช้า” ได้อย่างกระชับ ดังนั้น คำสแลงภาษาจีนประเภทนี้สะท้อนถึงแนวโน้มของการใช้ภาษาที่กระชับ รวดเร็ว และทันสมัย ซึ่งเป็นลักษณะสำคัญของภาษาที่ใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ในยุคปัจจุบัน โดยยังคงไว้ซึ่งความหมายและอารมณ์ของคำต้นฉบับ แต่เพิ่มความสะดวกในการสื่อสารและการจดจำ

3.3 การยืมคำจากภาษาต่างประเทศ (外来词)

การจำแนกรูปแบบการสร้างคำสแลงภาษาจีนโดยการยืมคำจากภาษาต่างประเทศ จำนวนทั้งสิ้น 73 คำ คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตัวอย่างเช่น

ตารางที่ 6 การจำแนกรูปแบบการสร้างคำสแลงภาษาจีนโดยการยืมคำจากภาษาต่างประเทศ (外来词)

คำสแลงภาษาจีน	ความหมาย
Crush	มีความหมายว่า คนที่แอบชอบ เป็นการยืมคำจากภาษาอังกฤษ ตัวอย่างประโยค Crush 和我表白了!!
City 不 city	มีความหมายว่า เร็วหรือไม่เร็ว/เร็วไหม หรือ ดูไฮโซไหม เป็นการยืมคำจากภาษาอังกฤษ ตัวอย่างประโยค 今天你 City 不 city?

จากตารางที่ 6 จะเห็นได้ว่า การสร้างคำสแลงภาษาจีนโดยการยืมคำจากภาษาต่างประเทศเป็นกระบวนการที่สะท้อนถึงอิทธิพลของวัฒนธรรมต่างชาติ โดยเฉพาะภาษาอังกฤษที่เริ่มมีบทบาทในสังคมจีนยุคดิจิทัล คำสแลงกลุ่มนี้มักถูกใช้โดยคนรุ่นใหม่ในโลกออนไลน์เพื่อให้การสื่อสารดูทันสมัย ลักษณะสำคัญของการยืมคำคือ การนำคำจากภาษาอังกฤษมาผสมกับคำภาษาจีน หรือ ใช้โดยตรงโดยไม่แปลความหมาย แต่ปรับให้เข้ากับบริบทภาษาจีน ตัวอย่างเช่น Crush หมายถึง “คนที่แอบชอบ” ยืมมาจากภาษาอังกฤษโดยตรง ใช้ในความหมายที่ใกล้เคียงกับต้นฉบับ แต่ถูกกลืนเข้ากับการใช้ภาษาจีนในชีวิตประจำวัน เช่น Crush 和我表白了!! (คนที่ฉันแอบชอบสารภาพรักกับฉันแล้ว) City 不 city เป็นการผสมระหว่างคำภาษาอังกฤษ

City (เมือง / ความไฮโซ) กับโครงสร้างประโยคภาษาจีน A 不 A (A หรือไม่ A) เกิดเป็นรูปแบบใหม่ที่มีความหมายถึง “ดูไฮโซไหม / เร็ดไหม” เช่น 今天你 City 不 city? (วันนี้เธอเร็ดไหม?)

3.4 การพ้องเสียง (谐音词)

การจำแนกรูปแบบการสร้างคำสแลงภาษาจีนโดยการพ้องเสียง จำนวนทั้งสิ้น 86 คำ คิดเป็นร้อยละ 14.7 ตัวอย่างเช่น

ตารางที่ 7 การจำแนกรูปแบบการสร้างคำสแลงภาษาจีนโดยการพ้องเสียง (谐音词)

คำสแลงภาษาจีน	ความหมาย
辣鸡	มีความหมายว่า ขยะ หรือ แย่สุด ๆ พ้องเสียงกับคำว่า 垃圾 (lājī) (ขยะ) ตัวอย่างประโยค 太辣鸡了吧
鸭力	มีความหมายว่า กดดัน พ้องเสียงกับคำว่า 压力 yālì (กดดัน) ตัวอย่างประโยค 顶住鸭力啊

จากตารางที่ 7 จะเห็นได้ว่าการสร้างคำสแลงภาษาจีนโดยการพ้องเสียง เป็นการสร้างคำใหม่โดยใช้เสียงอ่านที่ใกล้เคียงกับคำเดิม แต่เปลี่ยนตัวอักษรจีนให้แตกต่างออกไป เพื่อให้เกิดความแปลกใหม่ สนุก และมักมีอารมณ์ขันหรือน่ารักปนอยู่ วิธีนี้เป็นที่นิยมอย่างมากในหมู่นักเรียนใหม่ โดยเฉพาะบนสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากช่วยให้ภาษาดูเป็นกันเองและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ลักษณะของคำสแลงที่เกิดจากการพ้องเสียง คือ การแทนตัวอักษรเดิมด้วยตัวที่มีเสียงคล้ายกัน แต่มีความหมายหรือรูปลักษณ์ที่ขบขันหรือน่ารัก ตัวอย่างเช่น 辣鸡 (lājī) พ้องเสียงกับคำว่า 垃圾 (lājī) ที่หมายถึง “ขยะ” แต่เปลี่ยนตัวอักษรเพื่อให้ไม่เหยียบใช้ในความหมายว่า “แย่มาก” เช่น 这游戏太辣鸡了吧! (เกมนี้แย่มากเลย!) 鸭力 (yālì) พ้องเสียงกับคำว่า 压力 (yālì) แปลว่า “ความกดดัน” แต่เปลี่ยนตัวอักษรเพื่อเพิ่มความน่ารัก เช่น 顶住鸭力啊! (อดทนต่อความกดดันไว้นะ!) ดังนั้น การสร้างคำสแลงโดยการพ้องเสียงเป็นการเล่นคำที่สะท้อนความคิดสร้างสรรค์ และอารมณ์ขันของผู้ใช้ภาษา ช่วยให้การสื่อสารดูผ่อนคลาย เป็นมิตร และเข้ากับบรรยากาศในสื่อออนไลน์ อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการแสดงอัตลักษณ์ของนักเรียนใหม่ในภาษาจีนยุคปัจจุบัน

3.5 การใช้ตัวเลข (数字谐音)

การจำแนกรูปแบบการสร้างคำสแลงภาษาจีนโดยการใช้ตัวเลข จำนวนทั้งสิ้น 95 คำ คิดเป็นร้อยละ 16.2 ตัวอย่างเช่น

ตารางที่ 8 การจำแนกรูปแบบการสร้างคำสแลงภาษาจีนโดยการใช้ตัวเลข (数字谐音)

คำสแลงภาษาจีน	ความหมาย
666	มีความหมายว่า สุดยอด ยอดเยี่ยม หรือสุดยอดที่สุด เป็นการสร้างคำโดยการใช้ตัวเลข ตัวอย่างประโยค 你这操作太6了!
8 加 1	มีความหมายว่า เหล้า เป็นการสร้างคำโดยการใช้ตัวเลข ซึ่งคำว่า 加 มีความหมายว่า บวก หรือ เพิ่ม ดังนั้น $8 + 1 = 9$ เลข 9 ในภาษาจีนออกเสียงเหมือนกับคำว่า 酒 ที่แปลว่า เหล้า ตัวอย่างประโยค 走, 喝 8 加 1

จากตารางที่ 8 จะเห็นได้ว่าการสร้างคำสแลงภาษาจีนโดยการใช้ตัวเลข เป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมในหมู่นักเรียนใหม่ โดยเฉพาะในโลกออนไลน์ เนื่องจากตัวเลขมีเสียงอ่านคล้ายกับคำหรือวลีภาษาจีน ทำให้

สามารถแทนคำได้อย่างสร้างสรรค์ กระชับ และบางครั้งมีความหมายเชิงสัญลักษณ์ทางอารมณ์หรือวัฒนธรรม รูปแบบนี้มักใช้ตัวเลขเป็นรหัสลับหรือเล่นเสียง เช่น 666 (liù liù liù) หมายถึง “สุดยอด” เพราะเสียงของ 6 คล้ายคำว่า “ลื่นไหล/เง่ง” ใช้แสดงความชื่นชม เช่น 你这操作太 6 了! และ 8 加 1 หมายถึง “เหล่า” เนื่องจาก $8+1=9$ พ้องเสียงกับ 酒 (jiǔ) เช่น 喝 8 加 1 吗? ดังนั้นการใช้ตัวเลขสร้างคำสแลงเป็นการเล่นเสียงเชิงสัญลักษณ์ที่สนุก เข้าใจง่าย และสะท้อนวัฒนธรรมการสื่อสารแบบรหัสลับของคนรุ่นใหม่ เน้นความกระชับ ทันสมัย และสร้างความรู้สึกเป็นกลุ่มเดียวกันในชุมชนออนไลน์

3.6 การใช้อักษรย่อสัทอักษรภาษาจีน (Pinyin) (拼音缩写)

การจำแนกรูปแบบการสร้างคำสแลงภาษาจีนโดยการใช้อักษรย่อสัทอักษรภาษาจีน (Pinyin) จำนวนทั้งสิ้น 72 คำ คิดเป็นร้อยละ 12.3 ตัวอย่างเช่น

ตารางที่ 9 การจำแนกรูปแบบการสร้างคำสแลงภาษาจีนโดยการใช้อักษรย่อสัทอักษรภาษาจีน (Pinyin) (拼音缩写)

คำสแลงภาษาจีน	ความหมาย
YYDS/yyds	มีความหมายว่า เทพเจ้าตลอดกาล หรือ สุดยอด เป็นการสร้างคำโดยการใช้อักษรย่อสัทอักษรภาษาจีน (Pinyin) ซึ่งย่อมาจาก 永远的神 (yǒngyuǎn de shén) ตัวอย่าง 秋天洗澡正确顺序! 倒序法 yyds
hhh	มีความหมายว่า ฮ่าฮ่าฮ่า เป็นการสร้างคำโดยการใช้อักษรย่อสัทอักษรภาษาจีน (พินอิน) ซึ่งย่อมาจาก 哈哈 (hā hā hā) ตัวอย่าง 参加宣讲被拍了 hhh

จากตารางที่ 9 จะเห็นได้ว่าการสร้างคำสแลงภาษาจีนโดยการใช้อักษรย่อสัทอักษรภาษาจีนเป็นการนำตัวอักษรย่อจากพินอิน (Pinyin) มาใช้แทนคำเต็ม มักปรากฏในบริบทออนไลน์ เช่น แชตหรือโพสต์ในโซเชียลมีเดีย เพื่อให้พิมพ์ได้รวดเร็ว ดูทันสมัย และสร้างเอกลักษณ์ทางภาษา คนรุ่นใหม่มักนำพยางค์แรกของคำหรือวลีมารวมกันจนเกิดอักษรย่อที่เข้าใจร่วมกัน เช่น YYDS / yyds ย่อมาจาก 永远的神 หมายถึง “เทพเจ้าตลอดกาล” หรือ “สุดยอด” เช่น 这首歌 YYDS! (เพลงนี้สุดยอดตลอดกาลเลย!) และ hhh มาจาก 哈哈 แสดงเสียงหัวเราะ เช่น 能不能别发 hhh 了! (หยุดส่งฮ่าฮ่าฮ่ามาได้ไหม) ดังนั้น การใช้อักษรย่อพินอินเป็นรูปแบบคำสแลงที่สะท้อนการสื่อสารของคนรุ่นใหม่ในยุคดิจิทัล เน้นความรวดเร็ว กระชับ เข้าใจง่าย และแสดงถึงอิทธิพลของวัฒนธรรมอินเทอร์เน็ตที่หลอมรวมระหว่างภาษาเขียนและภาษาพูด จนกลายเป็นภาษารูปแบบใหม่ในสังคมออนไลน์จีนยุคปัจจุบัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าคำสแลงภาษาจีนสะท้อนบริบททางสังคมและวัฒนธรรมดิจิทัลของผู้ใช้ได้อย่างชัดเจน ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่

(1) ด้านสังคมและอาชีพ เช่น 牛马 และ 搬砖 สะท้อนสถานะและบทบาทของผู้ใช้ในสังคมจีนที่มีการทำงานอย่างหนักและความกดดันสูง ขณะที่คำสแลงอย่าง 摆烂 และ 躺平 ใช้แสดงท่าทีการปล่อยวางหรือไม่สนใจการแข่งขันและความเครียด ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าความเข้มข้นของสภาพการทำงานในจีนส่งผลให้คนรุ่นใหม่เริ่มมีพฤติกรรม 摆烂 และ 躺平 เพื่อลดความกดดันในชีวิตประจำวัน

(2) ด้านวัฒนธรรมออนไลน์และบันเทิง เช่น 撒狗粮 และ 吃瓜 สะท้อนความสนใจและกิจกรรมของผู้ใช้ในโลกออนไลน์ 撒狗粮 ใช้สื่อถึงการแสดงความรักของคู่รักให้คนอื่นเห็น ส่วน 吃瓜 ใช้สื่อถึงการติดตามเรื่องราวหรือข่าวไวรัลอย่างสนุกสนานโดยไม่เกี่ยวข้องกับตนเอง คำสแลงเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้ชาวจีนรุ่นใหม่มีการสร้างปฏิสัมพันธ์และติดตามความบันเทิงบนแอปพลิเคชันออนไลน์อย่างเข้มข้น

(3) ด้านภาษาสร้างสรรค์และการเล่นคำ เช่น yyds และ 辣鸡 สะท้อนให้เห็นว่าผู้ใช้ชาวจีนรุ่นใหม่มักสร้างคำใหม่หรือดัดแปลงคำเดิมเพื่อสื่อความหมายเฉพาะตัว ใช้ในเชิงสนุกสนานหรือเน้นอารมณ์ ตัวอย่างเช่น 辣鸡 ใช้แทน 垃圾 เป็นการใช้คำพ้องเสียงแทนลดความรุนแรงของภาษา yyds ใช้ยกย่องสิ่งใดสิ่งหนึ่งว่าเป็นตำนานตลอดกาล ทั้งหมดนี้แสดงถึงความคิดสร้างสรรค์และการเล่นคำของผู้ใช้ในโลกออนไลน์

(4) ด้านการสื่อสารและแสดงตัวตน เช่น 666, 破防 และ 避雷 สะท้อนให้เห็นว่าผู้ใช้ชาวจีนรุ่นใหม่ใช้คำสแลงเพื่อสื่ออารมณ์ ความคิด หรือแสดงตัวตนบนโลกออนไลน์ เช่น 666 ใช้แสดงความชื่นชมหรือยกย่องใครบางคนว่าทำได้ดีหรือเก่งมาก 破防 ใช้แสดงอารมณ์โกรธ ถูกกระตุ้น หรือรู้สึกอ่อนไหวในการโต้ตอบออนไลน์ ส่วน 避雷 ใช้เพื่อเตือนหรือแสดงความคิดเห็นต่อสิ่งที่ไม่ดี เช่น ผลิตภัณฑ์ ร้านอาหาร หรือคอนเทนต์ที่ไม่เป็นไปตามคาด คำสแลงเหล่านี้ช่วยให้ผู้ใช้สามารถสื่อสารความรู้สึกและบุคลิกของตนเองได้อย่างชัดเจนในสื่อดิจิทัล

(5) ด้านเทคโนโลยีและพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันดิจิทัล เช่น 网友 และ 班味 สะท้อนให้เห็นว่าผู้ใช้ชาวจีนรุ่นใหม่มีการสื่อสารแบบกระชับ ตอบสนองได้ทันที และมีส่วนร่วมในชุมชนออนไลน์ 网友 ใช้เรียกผู้ใช้นี้ตหรือเพื่อนออนไลน์ในการโต้ตอบ แชร์โพสต์ หรือคอมเมนต์ ส่วน 班味 ใช้สื่อถึงบรรยากาศของกลุ่มหรือคลาสที่เครียด น่าเบื่อ หรือแปลก ๆ ทั้งสองคำนี้สะท้อนถึงพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันดิจิทัลที่เน้นความรวดเร็ว ความสนุกสนาน และการแสดงตัวตนบนโลกออนไลน์

ผู้เรียนภาษาจีนระดับต้นสามารถนำคำสแลงที่ปรากฏในแอปพลิเคชันเสี่ยวหงซู (小红书) ไปประยุกต์ใช้ในการเรียนรู้และสื่อสารในชีวิตประจำวันได้อย่างเหมาะสม เนื่องจากคำสแลงบางคำไม่ได้ซับซ้อนทางภาษา และมีความหมายใกล้เคียงกับคำศัพท์พื้นฐานที่ผู้เรียนเคยเรียนมา ทำให้สามารถคาดเดาความหมายจากบริบทของประโยค ข้อความ หรือสถานการณ์ได้ง่าย ตัวอย่างเช่น 早八 (zǎo bā) ย่อมาจาก 早上 (ตอนเช้า) และ 八点 (แปดโมง/8โมง) ใช้สื่อถึงการเข้าเรียนหรือทำงานตอนเช้า ซึ่งผู้เรียนสามารถเข้าใจได้ง่ายเพราะเกี่ยวข้องกับเวลาพื้นฐานในชีวิตประจำวัน การเรียนเรียนรู้จากคำสแลงง่าย ๆ จะช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจวัฒนธรรมและอารมณ์ของผู้ใช้ชาวจีนรุ่นใหม่ในบริบทดิจิทัล ได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้การเรียนรู้คำสแลงผ่าน แอปพลิเคชันเสี่ยวหงซู (小红书) ยังช่วยเพิ่มความสนใจและแรงจูงใจ เนื่องจากผู้เรียนส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือ การเรียนรู้ในบริบทใกล้เคียงตัวจึงช่วยฝึกทักษะการอ่าน การฟัง และการตีความในสถานการณ์จริง ตลอดจนเสริมความเข้าใจเกี่ยวกับความเหมาะสมในการใช้คำและบริบททางสังคม ทำให้ผู้เรียนสามารถนำคำสแลงง่าย ๆ ไปใช้ในการสนทนากับเจ้าของภาษาได้อย่าง ถูกต้องและเป็นธรรมชาติ

สรุปภาพรวมผลการวิจัย

จากผลการศึกษาพบว่า คำสแลงภาษาจีนบนแอปพลิเคชันเสี่ยวหงซูสะท้อน พลวัตทางภาษา และวัฒนธรรมของสังคมจีนยุคดิจิทัล อย่างชัดเจน ผู้ใช้ภาษามีแนวโน้มสร้างคำใหม่ ย่อคำ และใช้ตัวเลข หรือพยัญชนะแทนเสียงเพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว และสร้างอารมณ์ร่วมในสังคมออนไลน์ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าคำสแลงภาษาจีนไม่ได้ทำหน้าที่เป็นเพียงหน่วยทางภาษา แต่ยังเป็นกลไกทางสังคม ที่สะท้อนการสร้าง ความหมายและอัตลักษณ์ทางภาษา คำสแลงจึงไม่ใช่เพียงถ้อยคำที่ใช้ชั่วคราว แต่เป็นส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมร่วมสมัยที่ควรได้รับการศึกษาอย่างต่อเนื่อง

อภิปรายผล

จากการศึกษาคำสแลงภาษาจีนบนแอปพลิเคชันเสี่ยวหงซูจำนวน 568 คำ พบว่าสามารถจำแนก การสร้างคำออกเป็น 6 รูปแบบ โดยการสร้างคำใหม่พบมากที่สุด จำนวน 142 คำ (ร้อยละ 24.2) สะท้อน ความนิยมในการคิดค้นคำเพื่อถ่ายทอดอารมณ์ ความคิด และปรากฏการณ์ในสังคมดิจิทัล ส่วนรูปแบบอื่น ๆ เช่น การตัดคำ การพ้องเสียง การใช้ตัวเลข และการใช้อักษรสัทอักษรจีน แม้พบน้อยกว่า แต่ช่วยเพิ่มความกระชับในการสื่อสาร ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานของเจียง หวี และคณะ (2564) ที่ชี้ว่าการสร้างคำใหม่ เป็นกลวิธีหลักในการสื่อสารของผู้ใช้ในโลกดิจิทัล

จากการวิเคราะห์ความหมายและบริบททางสังคมของการใช้คำสแลงภาษาจีนตามประเภท การสร้างคำ พบว่า คำสแลงภาษาจีนที่ปรากฏบนแอปพลิเคชันดิจิทัลไม่เพียงสะท้อนรูปแบบการสร้าง คำเท่านั้น แต่ยังสะท้อนบริบททางสังคม วัฒนธรรม และอัตลักษณ์ของผู้ใช้รุ่นใหม่อย่างชัดเจน ซึ่งสามารถ จำแนกได้เป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสังคมและอาชีพ ด้านวัฒนธรรมออนไลน์และบันเทิง ด้านภาษาสร้างสรรค์ และการเล่นคำ ด้านการสื่อสารและแสดงตัวตน และด้านเทคโนโลยีและพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน ดิจิทัล ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าคำสแลงภาษาจีนเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการสื่อสารร่วมสมัยที่สะท้อน ทัศนคติ ค่านิยม และการสร้างตัวตนของผู้ใช้ในสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชูติมา เข้มเจริญ และ ปริญญา มงคลพาณิชย์ (2567) และงานวิจัยของ สิทธิพงศ์ มีกุล และ เนตรนันทิพย์ บุตดาวงค์ (2563) ที่ระบุว่าคำสแลงจีนในสื่อสังคมออนไลน์เกิดจากปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรม และเทคโนโลยี รวมทั้งงานวิจัยของ Meiling Xie (2567) ที่พบว่าการสร้างคำสแลงในจีนและไทย มีความคล้ายคลึงและสะท้อนพฤติกรรมออนไลน์ของผู้ใช้ คำสแลงไทยและจีนในสื่อสังคมออนไลน์ต่างถูกใช้ เพื่อแสดงอารมณ์ ทัศนคติ และการกำหนดตำแหน่งทางสังคมของผู้ใช้ อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาเปรียบเทียบ ยังชี้ให้เห็นความแตกต่างเชิงวัฒนธรรม คือ คำสแลงไทยมักสะท้อนความหมายเชิงบวกและเป็นกลางมากกว่า ความหมายเชิงลบ ขณะที่คำสแลงจีนมีสัดส่วนของความหมายเชิงลบสูงกว่า แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้ทั้งสองสังคม มีรูปแบบการใช้อารมณ์และการประเมินคุณค่าทางสังคมผ่านคำสแลงที่แตกต่างกัน แม้จะใช้กลไกดิจิทัล และแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียในลักษณะคล้ายคลึงกัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Yahui He (2024) ที่ระบุว่าคำสแลงอินเทอร์เน็ตจีนทำหน้าที่เป็นเครื่องหมายอัตลักษณ์ดิจิทัลในสังคมออนไลน์จีน ผลลัพธ์

เหล่านี้ยังสอดคล้องกับทฤษฎีทางสังคมภาษาศาสตร์ของ Labov (1972) และแนวคิดของ Aitchison (2001) ว่าภาษาเป็นสิ่งที่ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงตามบริบทและสภาพสังคม ดังนั้น คำสแลงภาษาจีนในสื่อดิจิทัลมีใช้เพียงคำศัพท์ใหม่ แต่เป็นภาพสะท้อนของพฤติกรรม การรับรู้ และการสร้างตัวตนของผู้ใช้ในโลกออนไลน์ยุคใหม่

ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่าการเรียนรู้คำสแลงในบริบทดิจิทัลมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาทักษะภาษาจีนของผู้เรียนระดับต้น สอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้แบบสังคม (Social Learning Theory) ของ Bandura ที่ระบุว่าผู้เรียนสามารถเรียนรู้ภาษาได้ผ่านการสังเกตและเลียนแบบพฤติกรรมของผู้ใช้เจ้าของภาษาในโลกออนไลน์ การติดตามโพสต์และคอมเมนต์บนแอปพลิเคชันดิจิทัลช่วยให้ผู้เรียนจดจำคำสแลงและตัวอย่างประโยค พร้อมทั้งสังเกตรูปแบบการสื่อสารเชิงสังคมและวัฒนธรรมของผู้ใช้งานจริง นอกจากนี้ผู้เรียนสามารถประยุกต์หลักการเดาความหมายของศัพท์จากบริบท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไกรคุง อนันตกุล และ ศิริินยา พิพัฒน์ศรีสวัสดิ์ (2564) เพื่อเข้าใจคำสแลงที่ไม่คุ้นเคยได้ง่ายขึ้น ซึ่งทำให้ผู้เรียนตีความความหมายและวิธีใช้ในบริบทจริง เข้าใจอารมณ์ โทนของข้อความ และบริบททางสังคม-วัฒนธรรมของผู้ใช้ชาวจีนรุ่นใหม่ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภูริพันธุ์ โพธิ์ชัยแก้ว และคณะ (2568) ที่พบว่าการมีปฏิสัมพันธ์กับสื่อดิจิทัลและการเรียนรู้จากบริบทออนไลน์สามารถเพิ่มแรงจูงใจ และพัฒนาทักษะการใช้ภาษาของนักศึกษาภาษาจีนระดับต้นถึงระดับกลางได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. การวิจัยในอนาคตควรขยายแหล่งข้อมูลไปยังแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียอื่น ๆ เช่น Weibo, Douyin และ Bilibili เพื่อเพิ่มความหลากหลายของข้อมูลคำสแลง
2. ควรขยายช่วงเวลาการเก็บข้อมูลให้ครอบคลุมหลายปี เพื่อให้การวิเคราะห์พัฒนาการของคำสแลงและบริบททางสังคม-วัฒนธรรมมีความครบถ้วนยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะการนำผลวิจัยไปใช้

1. สามารถนำผลการวิจัยไปใช้พัฒนาสื่อหรือกิจกรรมการเรียนการสอนภาษาจีนระดับต้น โดยบูรณาการคำสแลงที่ใช้จริงในสังคมดิจิทัล
2. ผู้สอนควรคัดเลือกและปรับใช้คำสแลงให้เหมาะสมกับระดับภาษาและบริบทของผู้เรียน เพื่อให้การเรียนรู้มีประสิทธิภาพและเหมาะสมทางวิชาการ

เอกสารอ้างอิง

- กัญญนัช ชะนะจิตร. (2560). *การสร้างคำและความหมายของสแลงในเฟซบุ๊ก*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต], มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ไกรคุง อนันตกุล และ ศิริินยา พิพัฒน์ศรีสวัสดิ์. (2564). หลักการเดาความหมายของศัพท์ภาษาอังกฤษจากบริบท. *วารสารปัญญาทัศน์*, 13(1), 318–335.

- เจียง หวี และคณะ. (2564). กลวิธีการสร้างคำสแลงภาษาจีนและปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลงภาษาจีนในสื่อสังคมออนไลน์. *วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ปริทัศน์*, 9(2), 71-79.
- ชุติมา เข้มเจริญ และ ปริญญ์ มงคลพาณิชย์. (2567). ปัจจัยที่ทำให้เกิดคำสแลงจีนในสื่อสังคมออนไลน์ช่วงปี พ.ศ. 2555-2563. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 18(1), 129-143.
- ผะอบ โปะชะกฤษณะ. (2544). ลักษณะเฉพาะของภาษาไทย : การเขียน การอ่าน การพูด การฟังและราชาศัพท์ (พิมพ์ครั้งที่ 7). รวมสาส์น.
- ภุริพันธุ์ โพธิ์ชัยแก้ว และคณะ. (2568). การศึกษาแรงจูงใจในการเรียนภาษาจีนผ่านแอปพลิเคชันของนักศึกษา มหาวิทยาลัยในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 15(3), 1-13.
- มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง ในพระบรมราชูปถัมภ์. (n.d). *ทำความเข้าใจ Xiaohongshu แอปที่มาแรงในสหรัฐฯ เมื่อ TikTok อาจโดนแบน*. <https://home.maefahluang.org/18224514/xiaohongshu>
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2542). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542* หน้า 1140.
- วิไลวรรณ ขนิษฐนันท์. (2526, มกราคม). ว่าด้วยสแลง. *ภาษาและภาษาศาสตร์*. 1(2), 30-38.
- สิทธิพงศ์ มีกุล และ เนตรนันทิพย์ บุคดาวงศ์. (2563). การศึกษาวิเคราะห์คำสแลงภาษาจีนที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 16(1), 98 -115.
- Aitchison, J. (2001). *Language Change: Progress or Decay?* Cambridge University Press.
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Prentice Hall.
- Crystal, D. (2006). *Language and the Internet (2nd ed.)*. Cambridge University Press.
- Elo, S., and Kyngäs, H. (2008). The Qualitative Content Analysis Process. *Journal of Advanced Nursing*, 62, 107-115.
- Herring, S. C. (Ed.). (1996). *Computer-mediated Communication: Linguistic, Social, and Cross-Cultural Perspectives*. John Benjamins Publishing.
- Krippendorff, K. (2018). *Content Analysis an Introduction to Its Methodology (4th ed.)*. SAGE.
- Labov, W. (1972). *Sociolinguistic Patterns*. University of Pennsylvania Press.
- Meiling Xie. (2567). *การศึกษาเปรียบเทียบคำสแลงไทยและคำสแลงจีนในสื่อสังคมออนไลน์* [วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- S39 Digital. (2023, มีนาคม 24). *เจาะลึกผู้ใช้งาน Xiaohongshu แอปยอดนิยมของสาวจีน ไตรมาส 1 ปี 2023*. S39 Digital. <https://s39digital.com/xiaohongshu-user-2023/>.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. Harper & Row.
- Yahui He. (2024). Exploring Linguistic Innovations within Chinese Internet Slang in Language and Social Media. *Journal of Linguistics and Communication Studies*, 3(1), 29–34.

แนวทางพัฒนาสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล

สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5

Guidelines for Developing the Competency of School Administrators towards
Excellence in the Digital Age Under the Jurisdiction of the Educational Service Area
Office Khon Kaen Primary Education Area 5

ณัฐกานต์ จวบสมบัติ^{1*} อาทิตย์ ฉัตรชัยพลรัตน์² และ กุหลาบ ปุริสาร³

Nattakan juabsombut^{1*} Arthit Chatchaipholrat² and Kulap Purisan³

^{1,2,3}หลักสูตรปริญญาบริหารการศึกษามหาบัณฑิต คณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์ สาขาวิชาการบริหารการศึกษา
วิทยาลัยบัณฑิตเอเซีย

^{1,2,3}Master of Education Administration Program, Faculty of Education and Liberal Arts,

Educational Administration Program, College of Asian Scholars

*Corresponding author's email: nattakan463728@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

12 มิถุนายน 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

17 พฤศจิกายน 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

20 ธันวาคม 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์และความต้องการจำเป็นของสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล (2) ศึกษาแนวทางการพัฒนาสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยและพัฒนา แบ่งเป็น 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์และความต้องการจำเป็นสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล และระยะที่ 2 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล นำผลการศึกษาสภาพปัจจุบันสภาพที่พึงประสงค์และผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความต้องการจำเป็นมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง เพื่อใช้ตามกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดร่างแนวทางการพัฒนาสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล

ผลการวิจัยพบว่า (1) สภาพปัจจุบัน และสภาพที่พึงประสงค์ สภาพปัจจุบันความต้องการจำเป็นสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 โดยรวม ลำดับความต้องการจำเป็นมากที่สุด คือ สมรรถนะด้านภาวะผู้นำทางดิจิทัล รองลงมาคือ สมรรถนะด้านเครือข่ายและความร่วมมือ รองลงมาคือ สมรรถนะด้านการบริหารจัดการเชิงดิจิทัล รองลงมาคือ สมรรถนะด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และน้อยที่สุดคือ สมรรถนะด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ตามลำดับ (2) แนวทางการพัฒนาสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 มีทั้งหมด 15 แนวทางมีความเหมาะสม

ความเป็นไปได้ และการนำไปใช้ประโยชน์เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษา
สู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5

คำสำคัญ: การพัฒนาสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษา, ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล, แนวทางการพัฒนาสมรรถนะ
ผู้บริหารในยุคดิจิทัล

ABSTRACT

This research aims to: (1) examine the current conditions, the desired conditions, and the essential needs of the competencies of school administrators toward excellence in the digital era; and (2) study the guidelines for developing the competencies of school administrators toward excellence in the digital era. The research and development process was divided into two phases. Phase 1 examined the current conditions, the desired conditions, and the essential needs regarding the competencies of school administrators toward excellence in the digital era. Phase 2 explored the guidelines for developing such competencies. The findings from the study of current conditions, desired conditions, and the priority needs index were used as a basis for constructing a semi-structured interview form to be applied to the target group in order to draft development guidelines for enhancing the competencies of school administrators toward excellence in the digital era.

The research findings revealed that: (1) Regarding the current and desired conditions, as well as the essential needs of the competencies of school administrators toward excellence in the digital era under the Office of Khon Kaen Primary Educational Service Area 5, the highest priority need was digital leadership competency, followed by networking and collaboration competency, digital management competency, human resource development competency, and the lowest priority need was technology and innovation competency, respectively. (2) There were 15 guidelines for developing the competencies of school administrators toward excellence in the digital era under the Office of Khon Kaen Primary Educational Service Area 5. These guidelines were found to be appropriate, feasible, and beneficial for use as directions in enhancing the competencies of school administrators toward excellence in the digital era.

Keywords: Development of School Administrators' Competencies, Excellence in the Digital Era, Guidelines for Developing Administrators' Competencies in the Digital Era

บทนำ

ในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมมีบทบาทสำคัญต่อการบริหารและพัฒนาสถานศึกษา ผู้บริหารสถานศึกษาจำเป็นต้องปรับตัวและพัฒนาสมรรถนะให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ไชยา ภาวะบุตร. (2563).ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีได้สร้างโอกาสและความท้าทายใหม่ให้กับระบบการศึกษา ไม่ว่าจะเป็นการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data Analytics) หรือการเรียนการสอนผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ การบริหารสถานศึกษาต้องอาศัยผู้นำที่สามารถนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Avolio, 2001) อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันพบว่าผู้บริหารสถานศึกษาหลายแห่งยังขาดสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับการบริหารในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 ซึ่งเผชิญกับปัญหาในการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาการจัดการศึกษาอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้การบริหารงานยังคงเป็นไปตามรูปแบบเดิม ขาดความยืดหยุ่นและไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เรียนและครูได้อย่างเต็มที่ (สำนักคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2552)

ดังนั้น การพัฒนาสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษาจึงเป็นสิ่งสำคัญในการนำพาสถานศึกษาไปสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 5 ด้านหลัก ได้แก่ 1) สมรรถนะด้านภาวะผู้นำทางดิจิทัล (Digital Leadership Competency) ซึ่งเป็นความสามารถในการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการสร้างวิสัยทัศน์และกลยุทธ์การบริหาร 2) สมรรถนะด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Technology & Innovation Competency) ที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีเพื่อปรับปรุงกระบวนการเรียนการสอน 3) สมรรถนะด้านการบริหารจัดการเชิงดิจิทัล (Digital Management Competency) ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและบริหารทรัพยากร 4) สมรรถนะด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development Competency) เพื่อเสริมสร้างความรู้ความสามารถให้กับบุคลากรทางการศึกษา และ 5) สมรรถนะด้านเครือข่ายและความร่วมมือ (Collaboration & Networking Competency) ที่สนับสนุนการทำงานร่วมกันผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล

การศึกษานี้มีเป้าหมายเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษาให้สามารถนำสถานศึกษาไปสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล โดยอ้างอิงหลักการบริหารยุคใหม่ที่เน้นการใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือหลักในการขับเคลื่อนองค์กร (Northouse, 2019) ซึ่งจะช่วยให้สถานศึกษามีความสามารถในการแข่งขัน ปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว และสามารถส่งเสริมคุณภาพการศึกษาได้อย่างยั่งยืน ในยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีดิจิทัลมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินงานขององค์กร การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและมีผลกระทบต่อทุกภาคส่วนของสังคม องค์กรต่าง ๆ ต้องเผชิญกับความท้าทายในการปรับตัวให้ทันต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคการศึกษาและภาคธุรกิจที่ต้องมีการพัฒนาและยกระดับสมรรถนะของผู้บริหารและบุคลากรให้มีความสามารถในการบริหารและดำเนินงานภายใต้บริบทของโลกดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ การเสริมสร้างสมรรถนะด้านดิจิทัลจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับองค์กรที่ต้องการความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนในการดำเนินงาน ผู้บริหารและบุคลากร

จำเป็นต้องมีความรู้ ทักษะ และเจตคติที่เหมาะสมในการใช้เทคโนโลยีเพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้ก้าวหน้า ตลอดจนสามารถบริหารจัดการทรัพยากรต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาสมรรถนะในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับยุคดิจิทัลจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถปรับตัวและเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

1) สมรรถนะด้านภาวะผู้นำทางดิจิทัล (Digital Leadership Competency) ในยุคดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้นำองค์กรต้องมีสมรรถนะด้านภาวะผู้นำทางดิจิทัลเพื่อให้สามารถนำพาองค์กรให้ปรับตัวและเติบโตได้อย่างยั่งยืน การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศส่งผลให้แนวทางการบริหารแบบดั้งเดิมอาจไม่เพียงพออีกต่อไป ผู้นำที่มีภาวะผู้นำทางดิจิทัลจะต้องสามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ สนับสนุนวัฒนธรรมองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล และกระตุ้นให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง หากขาดสมรรถนะด้านนี้ องค์กรอาจสูญเสียความสามารถในการแข่งขันและไม่สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้ทันเวลา

2) สมรรถนะด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Technology & Innovation Competency) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กรในทุกภาคส่วน ผู้บริหารและบุคลากรต้องมีความรู้ และทักษะในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อพัฒนากระบวนการทำงาน และสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน อย่างไรก็ตาม การขาดความเข้าใจในเทคโนโลยีอาจทำให้องค์กรล้าหลัง สูญเสียโอกาสทางธุรกิจ และเผชิญกับความท้าทายในการปรับใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ การพัฒนาสมรรถนะด้านนี้จึงเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้บุคลากรสามารถใช้เทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพและสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการขององค์กรและสังคม

3) สมรรถนะด้านการบริหารจัดการเชิงดิจิทัล (Digital Management Competency) การบริหารจัดการเชิงดิจิทัลเป็นปัจจัยสำคัญในการทำให้การดำเนินงานขององค์กรมีความคล่องตัวและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้อย่างทันท่วงที ระบบดิจิทัลช่วยให้การบริหารจัดการมีความแม่นยำและโปร่งใสมากขึ้น แต่หากขาดสมรรถนะด้านนี้ องค์กรอาจเผชิญปัญหาด้านประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ความล่าช้าในการตัดสินใจ และความเสี่ยงที่เกิดจากข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง ดังนั้นการเสริมสร้างสมรรถนะด้านการบริหารจัดการเชิงดิจิทัลจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้บริหารและบุคลากรทุกระดับ เพื่อให้สามารถนำเครื่องมือดิจิทัลมาใช้ในการบริหารองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4) สมรรถนะด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development Competency) ทรัพยากรมนุษย์เป็นหัวใจสำคัญขององค์กร การพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีเป็นสิ่งจำเป็นในการเพิ่มศักยภาพขององค์กรและส่งเสริมความสามารถในการแข่งขัน อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่พบคือองค์กรจำนวนมากยังขาดกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะที่เหมาะสมกับยุคดิจิทัล ส่งผลให้เกิดช่องว่างทางทักษะ (Skill Gap) และทำให้การดำเนินงานไม่สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้นการพัฒนาสมรรถนะด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จึงเป็นสิ่งที่องค์กรต้องให้ความสำคัญ เพื่อให้บุคลากรสามารถปรับตัวและเพิ่มศักยภาพในการทำงานในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

5) สมรรถนะด้านเครือข่ายและความร่วมมือ (Collaboration & Networking Competency)

ในยุคดิจิทัล การทำงานแบบแยกส่วนและขาดการประสานงานกันระหว่างหน่วยงานหรือองค์กรอาจทำให้เกิดปัญหาด้านประสิทธิภาพและนวัตกรรม การสร้างเครือข่ายและความร่วมมือที่เข้มแข็งเป็นสิ่งสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้ประสบความสำเร็จ อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่พบคือบุคลากรและผู้บริหารบางส่วนยังขาดทักษะในการสร้างความสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งอาจส่งผลให้การสื่อสารและการดำเนินงานขาดความต่อเนื่อง ดังนั้นองค์กรควรพัฒนาสมรรถนะด้านนี้เพื่อให้สามารถเชื่อมโยงเครือข่ายและสร้างความร่วมมือที่มีประสิทธิภาพทั้งภายในและภายนอกองค์กร อันจะนำไปสู่การพัฒนานวัตกรรมและการเติบโตอย่างยั่งยืน (Castells, 2000)

ด้วยความสำคัญดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาความคิดเห็นทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ที่ส่งผลต่อการบริหารวิชาการสู่ความเป็นเลิศของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 ซึ่งผลจากการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคศตวรรษที่ 21 และการบริหารจัดการงานของโรงเรียนเพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศรองรับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประเทศให้มีความก้าวหน้าและพัฒนาประเทศให้มีความก้าวหน้าและสามารถแข่งขันกับนานาชาติได้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์และความต้องการจำเป็นของสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ ความต้องการจำเป็น และแนวทางการพัฒนาสมรรถนะของผู้บริหารในสถานศึกษา สู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 โดยกำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

เป็นการศึกษาสมรรถนะของผู้บริหารในสถานศึกษา สู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 ใน 5 ด้าน ประกอบด้วย

1. สมรรถนะด้านภาวะผู้นำทางดิจิทัล (Digital Leadership Competency)
2. สมรรถนะด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Technology & Innovation Competency)
3. สมรรถนะด้านการบริหารจัดการเชิงดิจิทัล (Digital Management Competency)
4. สมรรถนะด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development Competency)

5.สมรรถนะด้านเครือข่ายและความร่วมมือ (Collaboration & Networking Competency)

4.2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

4.2.1 ระยะที่ 1 ศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็น สมรรถนะของผู้บริหารในสถานศึกษา สู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5

ประชากร คือ ผู้บริหาร และรองผู้บริหารโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 จำนวน 267 โรงเรียน จำนวน 233 คน

4.2.2 ระยะที่ 2 ศึกษาแนวทางการพัฒนาสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้อำนวยการสถานศึกษา วิทยฐานะชำนาญ การพิเศษขึ้นไป หรือ มีประสบการณ์การเป็นผู้บริหารสถานศึกษา 10 ปีขึ้นไป จำนวน 3 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 3 คน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

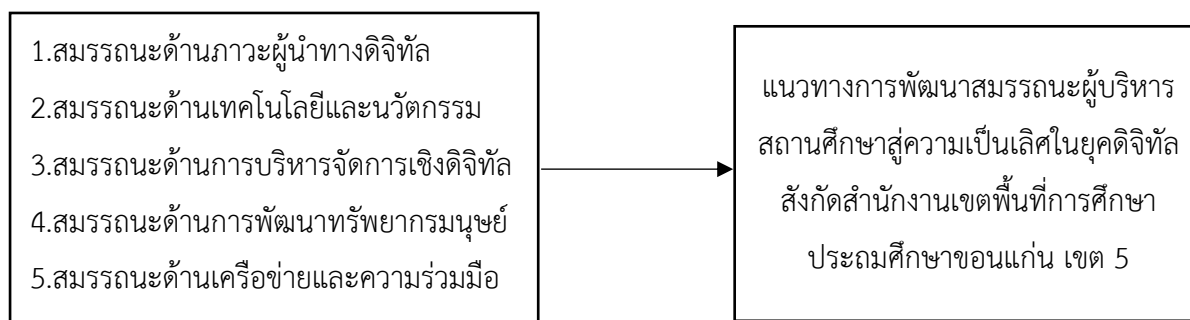
1 ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารสถานศึกษา ในการพัฒนาและปรับปรุงในสมรรถนะของผู้บริหารในสถานศึกษา สู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนประถมศึกษา ทั้ง 5 ด้าน เพื่อนำไปสู่การบริหารงานที่ดีและมีประสิทธิภาพต่อไป

2 ได้ข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันสภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นในการพัฒนาสมรรถนะของผู้บริหารในสถานศึกษา สู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนประถมศึกษา อันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารสถานศึกษา หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เพื่อวางแผนการพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษาได้ต่อไป

3 ได้ข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาสมรรถนะของผู้บริหารในสถานศึกษา สู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 สามารถนำมาใช้กำหนดนโยบายแนวทางพัฒนาสถานศึกษาได้ต่อไป

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎี วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดที่จะศึกษาสมรรถนะที่จำเป็นในการบริหารสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 ดังนี้สรุปได้ตาม ตารางการวิเคราะห์เนื้อหาการพัฒนาสมรรถนะทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ สมรรถนะด้านภาวะผู้นำทางดิจิทัล สมรรถนะด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม สมรรถนะด้านการบริหารจัดการเชิงดิจิทัล สมรรถนะด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สมรรถนะด้านเครือข่ายและความร่วมมือ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ขั้นตอนการดำเนินการ

1. ผู้วิจัยศึกษาแนวคิด หลักการ และทฤษฎี เกี่ยวกับสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษา จากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการสร้างข้อสรุปจาก การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมได้ แล้วนำมาสร้างกรอบแนวคิดการวิจัยได้องค์ประกอบของสมรรถนะ ผู้บริหารสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5

2. นำองค์ประกอบของสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงาน เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 มาใช้สร้างแบบสอบถามเพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่ พึงประสงค์ สมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง เชิงเนื้อหา (Content Validity) และหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) จากนั้นนำไปทดลองใช้ (Try out) กับ ผู้บริหารสถานศึกษา และครู โรงเรียนหนองขามวิทยาคาร สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา ขอนแก่น เขต 5 จำนวน 30 คน เพื่อนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม

4. ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารและครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักงาน เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5

5. วิเคราะห์สภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ ของสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศ ในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5

6. วิเคราะห์ค่าดัชนีความต้องการจำเป็น (PNI_modified) เพื่อมาใช้เป็นแนวทางในการสร้าง แบบสัมภาษณ์ แบบกึ่งโครงสร้าง ของสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้บริหารและครูในสถานศึกษา โรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 จำนวน 267 โรงเรียน จำนวน 2,568 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหารและครูในสถานศึกษา โรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 จำนวน 267 โรงเรียน 233 คน ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 140 คน โดยใช้ตาราง ของเครชีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan) (บุญชม ศรีสะอาด, 2554) ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling) มาเทียบเป็นสัดส่วนร้อยละ

การเก็บและรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยทำหนังสือขออนุญาตจากจากคณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์ ถึง ผู้อำนวยการโรงเรียน เพื่อขอความอนุเคราะห์ถึงผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เพื่อขอความอนุเคราะห์ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัย
2. ผู้วิจัยจัดส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์และแบบสอบถาม จำนวน 157 ฉบับ เพื่อ เก็บข้อมูล จากผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยตนเองจากกลุ่มตัวอย่างขอนแก่น เขต 5
3. ผู้วิจัยรับแบบสอบถามกลับคืนพร้อมตรวจสอบความสมบูรณ์ แล้วดำเนินการบันทึกข้อมูล วิเคราะห์ สรุปผลการวิเคราะห์ตามขั้นตอนการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพของเครื่องมือ ได้แก่ 1. สถิติที่ใช้ในการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม โดยพิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence : IOC) (บุญชม ศรีสะอาด, 2554) 2. หาค่าความเชื่อมั่นใช้สูตรการหาสัมประสิทธิ์ของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยใช้สูตร ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2554) สถิติพื้นฐาน ได้แก่

1. ค่าร้อยละ (Percentage)
2. ค่าเฉลี่ย (Mean)
3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

สรุปผลการวิจัย

1. สภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นจากการศึกษาพบว่า

สภาพปัจจุบัน: ผู้บริหารและครูมองว่า สมรรถนะด้านเครือข่ายและความร่วมมือของผู้บริหารอยู่ในระดับมาก โดยเรื่องที่ทำได้ดีที่สุดคือ การบริหารจัดการความสัมพันธ์กับพันธมิตรต่าง ๆ ส่วนเรื่องที่ยังทำได้น้อยที่สุดเมื่อเทียบกับเรื่องอื่น คือ ความสามารถในการทำงานร่วมกันผ่านระบบดิจิทัล

สภาพที่พึงประสงค์ (ความคาดหวัง): กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังอยากให้ผู้บริหารมีสมรรถนะสูงขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่อง การสร้างเครือข่ายในระดับสากล ซึ่งเป็นสิ่งที่คาดหวังสูงสุด ส่วนเรื่องการใช้นวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation) เป็นเรื่องที่คาดหวังน้อยที่สุดในด้านนี้

ลำดับความจำเป็นในการพัฒนา (PNI): เมื่อนำสภาพปัจจุบันมาเทียบกับความคาดหวังเพื่อหาว่าเรื่องใดจำเป็นต้องรีบพัฒนามากที่สุด เรียงลำดับได้ดังนี้

- 1) ด้านภาวะผู้นำทางดิจิทัล (จำเป็นต้องพัฒนาเป็นอันดับแรก)
- 2) ด้านเครือข่ายและความร่วมมือ
- 3) ด้านการบริหารจัดการเชิงดิจิทัล
- 4) ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
- 5) ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม (จำเป็นน้อยที่สุดใน 5 ด้านนี้)

2. แนวทางการพัฒนาสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาจากการนำผลในระยะแรกมาสร้างแนวทางการพัฒนา พบว่า

แนวทางการพัฒนา: ผู้วิจัยได้จัดทำแนวทางพัฒนาจำนวน 15 แนวทาง โดยมุ่งเน้นพัฒนาใน 3 ด้านที่มีความจำเป็นเร่งด่วนสูงสุด ได้แก่ 1) ด้านภาวะผู้นำทางดิจิทัล 2) ด้านเครือข่ายและความร่วมมือ และ 3) ด้านการบริหารจัดการเชิงดิจิทัล

ผลการประเมินแนวทาง: เมื่อนำแนวทางทั้ง 15 ข้อไปให้ผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณา พบว่าแนวทางดังกล่าว มีความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ในระดับมากที่สุด ซึ่งถือว่าเป็นแนวทางที่มีคุณภาพและพร้อมนำไปใช้งานได้จริง

อภิปรายผล

จากการศึกษาแนวทางการพัฒนาสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 ผู้วิจัยนำมาอภิปรายผล ดังนี้

2.1 สภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์และความต้องการจำเป็นของสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5

สภาพปัจจุบันสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 ด้านสมรรถนะด้านเครือข่ายและความร่วมมือ พบว่าโดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีสมรรถนะอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.82) จากผลการวิจัยที่พบว่า สภาพปัจจุบันสมรรถนะด้านเครือข่ายและความร่วมมือของผู้บริหารสถานศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลมีความตระหนักถึงความจำเป็นในการพึ่งพาและสร้างความสัมพันธ์ กับภาคี

เครือข่ายภายนอก (External Stakeholders) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทรัพยากร การระดมความคิด รวมถึงการแสวงหานวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการขับเคลื่อนสถานศึกษาให้ก้าวสู่ความเป็นเลิศในบริบทของพื้นที่เขต 5 อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ (Yukl, 2013) ที่กล่าวถึงความสำคัญของพฤติกรรมภาวะผู้นำที่มุ่งเน้นภายนอก (External Leadership) โดยระบุว่าผู้นำที่ประสบความสำเร็จต้องมีความสามารถในการเป็นตัวแทน (Representative) การเจรจาต่อรอง (Negotiator) และการสร้างเครือข่าย (Networking) เพื่อการเข้าถึงข้อมูล ทรัพยากร และการสนับสนุนที่จำเป็นจากหน่วยงานภายนอก ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อการนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จในสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วที่เน้นให้ผู้บริหารมีความสามารถในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการพัฒนาองค์กรและเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหาร การพัฒนาสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล ควรครอบคลุม 3 ด้านหลัก ได้แก่ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์: ผู้บริหารควรส่งเสริมและสนับสนุนให้ครูและบุคลากรทางการศึกษาได้รับการฝึกอบรมด้านเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง เช่น การใช้ระบบ Learning Management System (LMS) และเครื่องมือ AI เพื่อช่วยในกระบวนการเรียนการสอน รวมถึงการนำแพลตฟอร์มดิจิทัลมาช่วยในงานบริหาร (Avolio et al., 2014) การสร้างเครือข่ายและความร่วมมือ: ผู้บริหารควรใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น Google Workspace หรือ Microsoft Teams ในการสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ระหว่างโรงเรียน หน่วยงานการศึกษา และชุมชน เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล ทรัพยากร และแนวทางปฏิบัติที่เป็นเลิศ ซึ่งช่วยส่งเสริมให้การบริหารจัดการโรงเรียนมีความยืดหยุ่นและสอดคล้องกับความต้องการของสังคมดิจิทัล (Northouse, 2021) การบริหารจัดการเชิงดิจิทัล: ควรมีการนำเทคโนโลยี เช่น ระบบ ERP (Enterprise Resource Planning) มาใช้ในการบริหารงบประมาณและทรัพยากรของโรงเรียน รวมถึงการใช้แพลตฟอร์ม Big Data และ Dashboard เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลสัมฤทธิ์ของนักเรียนและการดำเนินงานของโรงเรียนให้แม่นยำมากขึ้น (Brynjolfsson and McAfee, 2014) ดังนั้น การพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาตามแนวทางดังกล่าว จะช่วยให้โรงเรียนสามารถบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของยุคดิจิทัล ซึ่งจะส่งผลให้คุณภาพการศึกษาดีขึ้นและสามารถแข่งขันในระดับสากลได้

สภาพที่พึงประสงค์สมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาด้านเครือข่ายและความร่วมมือ พบว่าโดยภาพรวม กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.50) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการสร้างเครือข่ายระดับสากล ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.50) จากผลการวิจัยที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังให้สมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล ด้านเครือข่ายและความร่วมมืออยู่ใน ระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสถานศึกษาในปัจจุบันจำเป็นต้องก้าวให้ทันบริบทของโลกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว (Globalized and Digital World) ผู้นำทางการศึกษาจึงต้องมีสมรรถนะที่สูงกว่าสภาพปัจจุบันเพื่อเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการ สร้างเครือข่ายความร่วมมือในระดับสากล ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการนำนวัตกรรม องค์ความรู้ และแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ

จากต่างประเทศมาพัฒนาการจัดการศึกษาในท้องถิ่น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ (Yukl, 2013) ที่กล่าวถึงความสำคัญของพฤติกรรมภาวะผู้นำที่มุ่งเน้นภายนอก (External Leadership) โดยระบุว่าผู้นำที่ประสบความสำเร็จต้องมีความสามารถในการเป็นตัวแทน (Representative) การเจรจาต่อรอง (Negotiator) และการสร้างเครือข่าย (Networking) เพื่อการเข้าถึงข้อมูล ทรัพยากร และการสนับสนุนที่จำเป็นจากหน่วยงานภายนอก ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อการนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จในสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งนี้ สภาพที่พึงประสงค์ของสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาสามารถแบ่งออกเป็น 3 แนวทางสำคัญ ได้แก่ การเสริมสร้างภาวะผู้นำทางดิจิทัล – ผู้บริหารควรมีความสามารถในการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการและการพัฒนาโรงเรียน เช่น การใช้ AI และ Big Data ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ การพัฒนาหลักสูตรที่รองรับการเรียนรู้ในยุคดิจิทัล และการบริหารงานที่เน้นการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล (Avolio et al., 2014) การพัฒนาเครือข่ายและความร่วมมือผ่านเทคโนโลยี – ผู้บริหารควรส่งเสริมการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างโรงเรียน หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น Microsoft Teams, Google Workspace และ Cloud-Based Collaboration Tools เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และทรัพยากรการศึกษาให้เกิดประโยชน์สูงสุด (Northouse, 2021) การบริหารจัดการเชิงดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ – ผู้บริหารควรใช้ ระบบ School Management System (SMS), Learning Management System (LMS) และ ERP ในการบริหารงบประมาณ การติดตามผลสัมฤทธิ์ของนักเรียน และการปรับปรุงหลักสูตร เพื่อให้โรงเรียนสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและโปร่งใส (Brynjolfsson & McAfee, 2014) จากแนวทางดังกล่าว หากผู้บริหารสามารถพัฒนาสมรรถนะด้านดิจิทัลได้อย่างครอบคลุม จะช่วยให้สถานศึกษาก้าวสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัลอย่างยั่งยืน และสามารถขับเคลื่อนการศึกษาให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของสังคมยุคใหม่

ความต้องการจำเป็นในสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 โดยรวม ลำดับความต้องการจำเป็น จำนวน 3 อันดับแรก ได้แก่ สมรรถนะด้านภาวะผู้นำทางดิจิทัล สมรรถนะด้านเครือข่ายและความร่วมมือ สมรรถนะด้านการบริหารจัดการเชิงดิจิทัล การที่ผลการวิจัยพบว่า สมรรถนะด้านภาวะผู้นำทางดิจิทัล (Digital Leadership) เป็นสมรรถนะที่มีความต้องการจำเป็นในการพัฒนาสูงสุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ แม้ว่าผู้บริหารและครูอาจจะมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมพื้นฐานอยู่ในระดับที่น่าพอใจ (ซึ่งสะท้อนจากการมี PNI ต่ำในด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม) แต่ความท้าทายที่แท้จริงของการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัลคือ การเปลี่ยนผ่านทางความคิดและวัฒนธรรมองค์กร ผู้นำจึงต้องสามารถเป็นผู้กำหนดวิสัยทัศน์เชิงดิจิทัลที่ชัดเจน สร้างแรงบันดาลใจ และขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงขนาดใหญ่ของสถานศึกษาได้ โดยความสามารถในการบริหารจัดการ และการใช้เทคโนโลยีต้องอยู่ภายใต้การนำที่มีประสิทธิภาพด้านดิจิทัลเป็นแกนหลัก โดยการใช้ระบบข้อมูลที่ทันสมัยในการบริหารจัดการ ทฤษฎีการภาวะผู้นำทางดิจิทัล (Digital Leadership Theory) ภาวะผู้นำทางดิจิทัลถือเป็นทักษะสำคัญของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล โดยการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการสถานศึกษาและการพัฒนาการศึกษาทั้งในด้านการเรียนการสอนและ

การบริหารงาน ทฤษฎีนี้กล่าวถึงการที่ผู้นำต้องมีความยืดหยุ่นในการใช้เทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลในระบบการศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Collins, 2001) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ด้านภาวะผู้นำทางดิจิทัล (Digital Leadership) PNI สูงสุด และมีข้อค้นพบว่า Level 5 Leadership: การที่กลุ่มตัวอย่างต้องการภาวะผู้นำทางดิจิทัลสูง แสดงว่าพวกเขาต้องการผู้นำที่มีความมุ่งมั่น (Professional Will) ในการขับเคลื่อนนโยบายดิจิทัล แต่ก็มีค่านิยมที่พอที่จะรับฟังความจริงอันโหดร้ายและคำถามจากบุคลากร (Confront the Brutal Facts) ซึ่งเป็นหัวใจของการนำองค์กรสู่ความยิ่งใหญ่ในยุคนี้ การพัฒนาผู้นำในด้านนี้จะช่วยสร้างแนวทางใหม่ในการปฏิรูปการศึกษาให้สอดคล้องกับยุคดิจิทัล. ทฤษฎีเครือข่ายและความร่วมมือ (Network and Collaboration Theory) ทฤษฎีนี้ให้ความสำคัญกับการสร้างเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพและการทำงานร่วมกันในองค์กรเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ โดยการใช้เทคโนโลยีในการเชื่อมโยงข้อมูลและทรัพยากรต่าง ๆ ระหว่างบุคลากรในสถานศึกษาและองค์กรภายนอก ซึ่งสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและลดข้อจำกัดต่าง ๆ ได้ (Castells, 2000) การสร้างเครือข่ายในแวดวงการศึกษาช่วยส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้และทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทฤษฎีการบริหารจัดการเชิงดิจิทัล (Digital Management Theory) การบริหารจัดการเชิงดิจิทัลเน้นการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและระบบดิจิทัลในการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงาน เช่น การใช้ระบบการจัดการข้อมูลโรงเรียน (LMS) และระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ (HRM) ผ่านเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทฤษฎีนี้ช่วยให้ผู้บริหารสามารถใช้ข้อมูลและเทคโนโลยีในการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ, ลดการทำงานที่ซ้ำซ้อนและเพิ่มความโปร่งใสในการบริหารจัดการ (Hitt et al, 2016) ผู้บริหารที่มีสมรรถนะด้านนี้จะสามารถควบคุมทรัพยากรและกระบวนการต่าง ๆ ในโรงเรียนได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

2.2.แนวทางการพัฒนาสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 มีทั้งหมด 15 แนวทาง มีความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และการนำไปใช้ประโยชน์เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22, 3.87 และ 4.89 ตามลำดับ จากผลการศึกษาที่เกี่ยวกับการพัฒนาสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 พบว่าแนวทางการพัฒนาได้รับการประเมินในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และการนำไปใช้ประโยชน์ โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละด้านอยู่ในระดับสูง ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความพร้อมและความเป็นไปได้ในการนำแนวทางไปใช้เพื่อพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษาให้มีสมรรถนะที่สูงขึ้นในยุคดิจิทัล ในบริบทนี้ แนวทางการพัฒนาสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาสามารถอธิบายได้โดยใช้แนวคิดจาก “Digital Leadership” (Bennett and Marshall, 2019) ซึ่งมุ่งเน้นการเสริมสร้างทักษะด้านการบริหารในยุคดิจิทัลให้กับผู้บริหารสถานศึกษา โดยการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการปรับปรุงและพัฒนาแนวทางการบริหาร การพัฒนาสมรรถนะในด้านต่าง ๆ เช่น การใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการโรงเรียน การเสริมสร้างเครือข่ายและการทำงานร่วมกัน รวมถึง

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล ด้านความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.22): แนวทางการพัฒนาสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลมีความเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยสอดคล้องกับความต้องการของสถานศึกษาที่ต้องปรับตัวเข้าสู่การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการบริหารการศึกษา แนวทางเหล่านี้จึงมีความเหมาะสมในแง่ของการตอบโจทย์ในการพัฒนาผู้บริหารให้มีสมรรถนะที่สูงขึ้นด้านความเป็นไปได้ (ค่าเฉลี่ย 3.87): แนวทางที่นำเสนอมีความเป็นไปได้สูง โดยมุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีและการพัฒนาเครือข่ายเพื่อช่วยส่งเสริมให้ผู้บริหารสถานศึกษาสามารถใช้เทคโนโลยีในการบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่อย่างไรก็ตามการดำเนินการต้องอาศัยการสนับสนุนจากหลายฝ่าย เช่น การจัดหาอุปกรณ์ดิจิทัล การฝึกอบรม และการสร้างแรงจูงใจในการใช้เทคโนโลยี ด้านการนำไปใช้ประโยชน์ (ค่าเฉลี่ย 4.89): ผลการประเมินในด้านการนำไปใช้ประโยชน์แสดงให้เห็นว่าแนวทางที่เสนอสามารถนำไปใช้ในทางปฏิบัติได้จริง และสามารถนำไปพัฒนาผู้บริหารให้มีสมรรถนะที่ดีขึ้นในด้านการบริหารงานในยุคดิจิทัล การเสริมสร้างสมรรถนะในด้านต่างๆ เช่น การใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการและการสร้างเครือข่ายการทำงานร่วมกัน มีบทบาทสำคัญในการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของผู้บริหาร แนวทางการพัฒนาการพัฒนาแนวทางการพัฒนาสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลจึงควรเน้นที่การเสริมสร้าง “Digital Literacy” หรือความสามารถในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งถือเป็นทักษะสำคัญสำหรับผู้บริหารในยุคปัจจุบัน และจำเป็นต้องมีการฝึกอบรมและการสนับสนุนจากภาครัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้อง เช่น การจัดการอบรมด้านเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อให้ผู้บริหารสามารถใช้งานเครื่องมือดิจิทัลต่าง ๆ ในการบริหารและพัฒนาสถานศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากการศึกษาพบว่า แนวทางการพัฒนาสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัลมีความเหมาะสมและสามารถนำไปใช้ได้จริง โดยเฉพาะในด้านการเสริมสร้างสมรรถนะของผู้บริหารในการใช้เทคโนโลยีและการพัฒนาเครือข่ายการทำงานร่วมกัน ผู้บริหารจะต้องพัฒนาให้สามารถปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัลได้ เพื่อยกระดับการบริหารงานและการศึกษาของโรงเรียนให้มีคุณภาพและทันสมัย

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาพัฒนาสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล เป็นรายด้าน โดยเฉพาะด้านที่มีระดับความต้องการจำเป็นมาก เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาได้ตรงกับความต้องการอย่างแท้จริง
2. ควรมีการวิจัยติดตามผลการนำสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ของแนวทางการพัฒนาสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง เพื่อติดตามผลการนำความรู้ ความเข้าใจ และทักษะปฏิบัติการไปใช้อย่างคงทนและพัฒนาต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ไชยา ภาวะบุตร. (2563). รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงเทคโนโลยีของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล. *วารสารสมาคมพัฒนาวิชาชีพการบริหารการศึกษา*, 9(33), 1–14.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). สถิติพื้นฐาน (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สุวีริยาสาส์น.
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาอุดรธานี. (2563). *แนวทางการพัฒนาสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาอุดรธานี*. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาอุดรธานี.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2552). สมรรถนะหลักของผู้บริหารการศึกษา. สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน.
- Avolio, B. J., et al. (2001). E-leadership: Implications for Theory, Research, and Practice. *The Leadership Quarterly*, 11(4), 615–668. [[https://doi.org/10.1016/S1048-9843\(00\)00062-X](https://doi.org/10.1016/S1048-9843(00)00062-X)](<https://doi.org/10.1016/S1048-9843%2800%2900062-X>)
- Avolio, B. J., et al. (2009). Leadership: Current Theories, Research, and Future Directions. *Annual Review of Psychology*, 60, 421–449.
- Bennett, N. and Marshall, L. (2019). Educational Leadership and Digital Transformation: Adapting to Change in Schools. *Journal of Educational Management*, 34(2), 123–139. <https://doi.org/10.1108/JEM-02-2019-0042>
- Brynjolfsson, E. and McAfee, A. (2014). *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. W. W. Norton & Company.
- Castells, M. (2000). *The Rise of the Network Society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
- Collins, J. (2001). *Good to great: Why some companies make the leap... and others don't*. Harper Business.
- Hitt, M. A., et al. (2016). *Strategic Management: Competitiveness and Globalization* (12th ed.). Cengage Learning.
- Northouse, P. G. (2019). *Leadership: Theory and Practice* (8th ed.). SAGE Publications.
- Northouse, P. G. (2021). *Leadership: Theory and Practice* (9th ed.). SAGE Publications.
- Yukl, G. A. (2013). *Leadership in Organizations* (8th ed.). Pearson.

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 หรือเป็นข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต

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	ชนกนันท์ ช่วยประครอง และคณะ. (2565). การพัฒนาทักษะในการแก้ปัญหาโดยใช้เกมเป็นฐาน เรื่องนโยบายการเงินและการคลังของระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนดงตาลวิทยา. <i>วารสารการบริหารจัดการและนวัตกรรมท้องถิ่น</i> , 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	ชนกนันท์ ช่วยประครอง และคณะ (2565) Raskurazhev et al. (2020)	(ชนกนันท์ ช่วยประครอง และคณะ, 2565) (Raskurazhev et al., 2020)
สถาบัน หรือ องค์กร - อ้างอิงครั้งที่ 1 (มีตัวย่อ) ใช้ตัวเต็มและตัวย่อ	สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2566). <i>รายงานผลการประเมินการเรียนรู้ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ปีการศึกษา 2565</i> . 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 4

199/19 ถ.มิตรภาพ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40000