



NEU
KHON KAEN

NEUAJR

NEU ACADEMIC AND RESEARCH JOURNAL

ปีที่ 16
ฉบับที่ 1



วารสารวิชาการและวิจัย

มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

มกราคม - มีนาคม 2569
ISSN 2697-3731 (Online)
Thai-Journal Citation Index Center Tier #2



เว็บไซต์ NEUAJR

บรรณาธิการแถลง

วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีที่ 16 ฉบับที่ 1 มกราคม – มีนาคม 2569 นี้ ซึ่งศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย TCI จัดคุณภาพให้เป็นวารสารกลุ่มที่ 2 กองบรรณาธิการมีความมุ่งมั่นคัดสรรผลงานทางวิชาการที่เปี่ยมไปด้วยคุณภาพในด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ เพื่อเป็นการเผยแพร่องค์ความรู้ให้แก่ผู้อ่าน ทั้งในรูปแบบของบทความวิจัยและบทความทางวิชาการ ในด้านรัฐประศาสนศาสตร์ บริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ มนุษยศาสตร์ นิเทศศาสตร์ นิติศาสตร์ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ศึกษาศาสตร์ และที่เกี่ยวข้องกับด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

สำหรับวารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ฉบับนี้ นำเสนอผลงานที่ผ่านการประเมินคุณภาพอย่างเป็นระบบจากผู้ทรงคุณวุฒิทางวิชาการที่เชี่ยวชาญในแต่ละสาขา รวมทั้งหมด 22 เรื่อง เป็นบทความวิจัย จำนวน 20 เรื่อง และบทความวิชาการ จำนวน 2 เรื่อง การนำเสนอบทความจากผลงานวิจัยที่มีคุณภาพ เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ทางวิชาการที่เป็นประโยชน์แก่สาธารณชนนั้น ทุกบทความที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารจึงต้องผ่านกระบวนการทั้งในส่วนของการกลั่นกรองบทความของวารสารและผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ จำนวน 3 ท่าน ที่ทางกองบรรณาธิการได้กำหนดเป็นกรอบที่จะรับบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ โดยกองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าบทความที่นำเสนอในวารสารนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านทั้งในแง่ของการนำไปประยุกต์ใช้เพื่อการพัฒนาองค์กรหรือท้องถิ่น หรือการวิจัยต่อยอด ดังนั้น จึงขอเชิญชวนนักวิชาการ นักวิจัยจากทุกสถาบัน ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เสนอผลงานทางวิชาการของท่าน ทั้งที่เป็นบทความวิจัยหรือบทความวิชาการในด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ เพื่อเผยแพร่เป็นคุณค่าแก่สังคมต่อไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกอร บุญมี
บรรณาธิการ

สารบัญ

บทความวิจัย

- คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าและความภักดีของลูกค้าในธุรกิจโรงแรม..... 1
Service Quality as a Determinant of Brand Image and Customer Loyalty in Hotels
 ฐรินดา ขำสัจจา และ อรไท ชั่วเจริญ
 Tharinda Kamsajja and Orathai Chuacharoen
- การศึกษาเส้นทางของผู้บริโภคและจุดสัมผัสในการสมัครเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชน..... 16
กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
The Study of Customer Journey and Touchpoint in University Admissions: Case Study of Northeastern University
 อุมารวรรณ วาทกิจ
 Umarwan Watakit
- ความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนต่อการบริหารงานโรงเรียนประถมศึกษา..... 31
ตำบลบางพลีน้อย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการ เขต 2
Parent's Satisfaction towards Management of Primary School in Bang Phli Noi Subdistrict Samutprakan Primary Education Service Area Office 2
 รัตนารณ ศรีทอง และ นิวัตต์ น้อยมณี
 Ruttanaporn Srikong and Niwat Noymanee
- โมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยการผลิตที่มีผลต่อต้นทุนการผลิตสินค้า..... 44
ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดขอนแก่น
The Model of Confirmatory Factor Analysis of Production Factors Affecting Product Cost of Community Enterprise Group in Khon Kaen Province
 นีรนาท เสนาจันทร์ นฤมล อริยพิมพ์ และ ภัทรภร กิณพันธ์
 Neeranart Sanachan Naruemol Ariyapim and Patharaphorn Kiniphan

สารบัญ (ต่อ)

การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนักศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต.....	73
ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2565 - 2566 จำแนกตามรอบการรับเข้าด้วยระบบ TCAS	
A Comparison of Academic Achievement Among First-Year Bachelor of Nursing Science Students in the Academic Years 2022 - 2023, Classified by Admission Rounds Under the TCAS System	
จิรสิริ ฮวดศรี และ ณัฏฐา ชาวกงจักร์	
Thirasiri Haudsri and Nattha Chaokongjak	
รูปแบบภาวะผู้นำที่ส่งผลต่อการสร้างความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานในยุคของ.....	88
การเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัลเทคโนโลยี กรณีศึกษา อุตสาหกรรมฟอกและการตกแต่งเครื่องหนัง	
ในด้านการฟอกและการตกแต่งเครื่องหนังนิคมนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	
Impact of Leadership Modalities on Fostering Employee Creativity Amidst Digital Technological Disruption: A Case Analysis within a Leather Tanning and Finishing Firm, Nakorn Luang Industrial Estate, Phra Nakhon Si Ayutthaya	
พิชชาภา บุรณะ และ รักเกียรติ โรจน์กัญญาพร	
Pitchaya Boorana and Rakkiat Rojkunyaporn	
แนวทางการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษา.....	103
ในยุคดิจิทัล	
Guidelines for Applying Artificial Intelligence to Promote Self-Directed Learning Among Students in the Digital Age	
สิตา ทับมงคล และ อรณิชา ทศตา	
Sita Tubmongkhon and Onnitcha Thossata	

สารบัญ (ต่อ)

การศึกษาแรงจูงใจ คุณภาพชีวิตและความสุขในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพัน.....	118
ของพนักงาน ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่	
A Study of Motivation, Quality of Work Life, and Happiness at Work Affecting Organizational Engagement of BAAC Headquarters Employees	
เทพรัตน์ ธาณิรัตน์ และ ธันนิตา ข้องฤกษ์	
Thepparat Thaneerat and Thanita Kongrerk	
ภาวะผู้นำพลังร่วมของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้.....	131
ทางวิชาชีพของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาฬสินธุ์ เขต 2	
Collective Leadership of School Administrators on the Effectiveness of Professional Learning Communities in Schools Under the Kalasin Primary Educational Service Area Office 2	
ศิวกร สุขเกษม ศักดิ์สิทธิ์ ฤทธิลัน และ ปาริชา มารี เคน	
Siwakorn Sukkasem Saksit Rittilun and Parisha Marie Cain	
ความรู้ความเข้าใจในการยื่นภาษีส่งผลต่อประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการภาษี.....	146
ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่น	
The Influence of Tax Filing Knowledge and Comprehension on the Efficiency of Tax Compliance Among Community Enterprises in Khon Kaen Province	
นฤมล อริยพิมพ์	
Naruemol Ariyapim	
การเสริมสร้างสมรรถนะการจัดการชั้นเรียนโดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม.....	161
ของนักศึกษาสาขาวิชาชีพครู	
Enhancing Competencies of Classroom Management Using Participatory Learning Models for Teaching Profession Students	
วดาภรณ์ พูลผลอำนวย สุระสิทธิ์ เขียวเขย และ บุญลือ มีเงิน	
Wadaporn Poolpholamnoey Surasit Khiaochoei and Boonlue Meengen	

สารบัญ (ต่อ)

การเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการ SMEs ด้านการเงินและบัญชี.....	173
เพื่อความยั่งยืนของธุรกิจ : กรณีศึกษาห้างหุ้นส่วนจำกัด ประกอบกิจการขายปุ๋ยและ เคมีภัณฑ์ทางการเกษตรแห่งหนึ่งในจังหวัดกาฬสินธุ์	
Strengthening the financial and accounting capabilities of SMEs for business sustainability: A case study of a limited partnership selling fertilizers and agricultural chemicals in Kalasin Province	
วัลย์จรรยา วิระกุล	
Wanjanya Wirakul	
คุณลักษณะบัญชีบัณฑิตที่พึงประสงค์ในมุมมองของศิษย์เก่าบัญชีบัณฑิต.....	188
มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก	
Desirable Characteristics of Accounting Graduates from the Perspective of Accounting Alumni, Asia-Pacific International University	
สุนิษา ทาทอง และ จารูวรรณ แซ่เต๋อ	
Sunisa Thathong and Jaruwan Saetao	
การใช้ความรู้ในการบริหารแผนงานโครงการเชิงพื้นที่ของ.....	203
โครงการส่งเสริมการเข้าสู่ตลาดสมัยใหม่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลูกผักปลอดภัย: กรณีศึกษาบ้านหนองบัวน้อย จังหวัดกาฬสินธุ์	
Applying Knowledge in Managing Spatial Project Plans on the Project of Promoting Access to Modern Markets for Community Enterprises Growing Safe Vegetables: A Case Study of Ban Nong Bua Noi, Kalasin Province	
สรินญา ลัทธสิริธรรม	
Sarinya Latteerasuwan	

สารบัญ (ต่อ)

การคุ้มครองลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญาในสินทรัพย์ NFT.....	218
วิเคราะห์ปัญหา NFT กับการคุ้มครองลิขสิทธิ์งานศิลปกรรมดิจิทัล	
Copyright and Intellectual Property Protection in NFT Assets: Analysis of NFT	
Legal Issues and Copyright Protection of Digital Artworks	
แสนทอง อภิบาลศรี	
Santhanong Apibansri	
กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางธุรกิจ.....	229
Online Marketing Strategies Influencing on Business Success	
วชิราภรณ์ ฆารอำไพ และ เสาวลักษณ์ จิตติมงคล	
Vachiraporn Kanampai and Saowaluk Jittimongkon	
การเปรียบเทียบประสิทธิภาพระหว่างแบบจำลอง Geometric Brownian Motion และ.....	244
Heston Model สำหรับการประเมินความเสี่ยงราคาโลหะเงินภายใต้ความผันผวน	
ของอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ	
Performance Comparison between Geometric Brownian Motion and Heston	
Model for Assessing Silver Price Risk under Thai Baht to US Dollar Exchange	
Rate Volatility	
นที สุวรรณเวทิน	
Natee Suwanwetin	
การพัฒนาศักยภาพและทิศทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนบนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น...	272
เทศบาลตำบลบ้านเพชรภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ	
Potential Development and Sustainable Community-Based Tourism	
Management Direction Based on Local Identity,	
Ban Phet Phu Khiao Municipality, Chaiyaphum Province	
ประมุข ศรีชัยวงศ์ ภาณุวัฒน์ กิตติกรวรานนท์ รัตนพิมลพลแสน และ วราภรณ์ ศรีบุญ	
Pramuk Srichaiwong Panuwat Kittikornwaranon Rattanapimonphonsaen and	
Waraporn Sribun	

สารบัญ (ต่อ)

ความพึงพอใจในงานและคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของ.....	287
บุคลากรบริษัทจำหน่ายกระเป๋าแฟชั่นแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร	

Job Satisfaction and Quality of Work Life Affecting Organizational Commitment among Employees of a Fashion Bag Distribution Company in Bangkok

วิชาวดี หน่อเนื้อ และ ทองฟู ศิริวงศ์

Witchawadee Nornua and Tongfu Siri Wongse

การพัฒนารูปแบบกิจกรรมการออกกำลังกายและความรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์.....	302
สำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทศบาลบ้านหนองใหญ่	

The Development of an Activity Model Integrating Physical Exercise and Social Media Literacy for Grade 9 Students at Ban Nong Yai Municipal School

ชีวิน อ่อนละออ ศิริพร น้อยวงศ์ สวิตา อ่อนลออ วรวุฒิ แดงนา และ

พงศ์นิรันดร์ จันทร์ผาย

Chevin Oonla-or Siriporn Noi Wong Savita Onlaor Worawut Dangna and

Pongnirun Junrtpai

บทความวิชาการ

การคุ้มครองสิทธิแรงงาน: จากหลักนิติธรรมสู่หลักความยุติธรรมทางสังคม.....	58
Labor Rights Protection: From the Rule of Law to the Principle of Social Justice	

อุทิศ ทาหอม

Utis Tahom

การประกอบสร้างตัวตน และการเล่าเรื่องของอินฟลูเอนเซอร์ปัญญาประดิษฐ์ในสื่อดิจิทัล.....	259
Identity Construction and Storytelling of AI Influencers in Digital Media	

นับทอง ทองใบ และ ชาญวิทย์ พรหมพิทักษ์

Nubthong Thongbai and Chanwit Prompitak

คำแนะนำในการเตรียมบทความ.....	315

คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าและความภักดีของลูกค้าในธุรกิจโรงแรม

Service Quality as a Determinant of Brand Image and Customer

Loyalty in Hotels

ฐรินดา ขำสัจจา^{1*} และ อรไท ชั่วเจริญ²

Tharinda Kamsajja^{1*} and Orathai Chuacharoen²

^{1,2}หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

^{1,2}Master of Business Administration (MBA), Ramkhamhaeng University

*Corresponding author's email address: 6614992037@rumail.ru.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

20 กรกฎาคม 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

11 ธันวาคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

17 ธันวาคม 2568

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาคุณภาพให้บริการภาพลักษณ์และความภักดีของลูกค้า 2) เพื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์และความภักดีจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 3) เพื่อศึกษาคุณภาพให้บริการที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์และความภักดีของลูกค้าเป็นการวิจัยเชิงปริมาณได้ศึกษาแนวคิด ภาพลักษณ์ของโรงแรม แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพให้บริการ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความภักดี และแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์เป็นกรอบการวิจัย กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่เคยใช้บริการในโรงแรม จำนวน 400 คน กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้วิธีของเครจซ์และมอร์แกน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้สถิติ t-test One-Way ANOVA และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคล อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโรงแรม/คิน มีอิทธิพลต่อทัศนคติด้านภาพลักษณ์ของโรงแรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 2) ปัจจัยส่วนบุคคล อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ ความภักดีของลูกค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 3) คุณภาพให้บริการด้านสิ่งจำเป็นได้ และด้านการตอบสนอง ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของโรงแรมในสายตาของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และคุณภาพ ให้บริการด้านสิ่งจำเป็นได้ ด้านการตอบสนอง และด้านความเอาใจใส่ ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: คุณภาพให้บริการ, ภาพลักษณ์, ความภักดี

ABSTRACT

This research article aimed to 1) examine service quality, brand image, and customer loyalty, 2) to compare brand image and customer loyalty classified by personal factors, and 3) to investigate the effect of service quality on brand image and customer loyalty. This study was a quantitative research design. The conceptual framework was developed based on the concepts of hotel brand image, service quality theory, customer loyalty theory, and demographic characteristics. The sample consisted of 400 customers who had previously used hotel services. The sample size was determined using the Krejcie and Morgan method. The questionnaire was used as the instrument. The data were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, as well as inferential statistics, including t-test, One-Way ANOVA, and multiple regression analysis. The results revealed that 1) personal factors, including age, education level, occupation, and hotel expenditure per night, significantly influenced customers' attitudes toward hotel brand image at a statistically significant level, 2) differences in personal factors, namely age, education level, and occupation, resulted in significantly different levels of customer loyalty, and 3) service quality in terms of tangibles and responsiveness significantly affected hotel brand image from the customers' perspective, while service quality in terms of tangibles, responsiveness, and empathy significantly influenced customer loyalty at a statistically significant level.

Keywords: Service quality, Corporate image, Customer loyalty

บทนำ

ธุรกิจโรงแรมเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ โดยเฉพาะในประเทศที่การท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้หลัก มูลค่ารวมกว่า 3.1 แสนล้านบาท เช่น ประเทศไทย ธุรกิจโรงแรมไม่เพียงแต่ให้บริการที่พักแก่นักท่องเที่ยว แต่ยังส่งเสริมเศรษฐกิจผ่านการสร้างงาน การกระจายรายได้สู่ชุมชน และการดึงดูดนักท่องเที่ยวในภาคการท่องเที่ยว (กรมการท่องเที่ยว, 2565) ธุรกิจโรงแรมยังมีบทบาทสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับประเทศ โดยนักท่องเที่ยวมักมองภาพลักษณ์ของที่พักรเป็นหนึ่งปัจจัยที่สะท้อนถึงคุณภาพของจุดหมายปลายทาง (Chen and Tsai, 2007) หากโรงแรมสามารถให้บริการที่มีคุณภาพ สร้างความพึงพอใจและประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวก็จะช่วยเพิ่มโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะกลับมาเยี่ยมเยือนอีกครั้งและแนะนำให้ผู้อื่นมาเยือน นอกจากนี้ ธุรกิจโรงแรม

ยังเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญในการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมีบทบาทในการลดผลกระทบต่องานแวดล้อม การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ (World Tourism Organization, 2023)

คุณภาพการบริการได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นจากนักวิชาการด้านการตลาดบริการ คุณภาพการบริการถูกกำหนดให้เป็นการปรับให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าในการให้บริการ (Chakrabarty et al., 2007) นักวิชาการกล่าวว่าคุณภาพการบริการเป็นผลมาจากการประเมินคุณภาพโดยรวมของลูกค้าต่อผู้ให้บริการ โดยเปรียบเทียบความคาดหวังของลูกค้ากับคุณภาพที่ลูกค้ารับรู้ประกอบด้วย 5 มิติคือ รูปลักษณ์ทางกายภาพที่จับต้องได้ (Tangible) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) การสร้างความมั่นใจ (Assurance) และการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) หรือเรียกว่า SERVQUAL ซึ่งเป็นเครื่องมือที่มีความน่าเชื่อถือและความถูกต้องสำหรับสายงานต่าง ๆ (เช่น ธนาคาร บัตรเครดิต โทรศัพท์ทางไกล การซ่อมแซมและการบำรุงรักษา) และสามารถนำเครื่องมือ SERVQUAL ไปใช้กับสายงานบริการอื่น ๆ ได้ (Parasuraman et al., 1988)

ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความมั่นคงและความสำเร็จของธุรกิจโรงแรมในระยะยาว เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มีความจงรักภักดีมักจะกลับมาใช้บริการซ้ำและแนะนำโรงแรมให้กับผู้อื่น ซึ่งช่วยลดค่าใช้จ่ายในการหาลูกค้าใหม่และเพิ่มรายได้อย่างต่อเนื่อง สำหรับธุรกิจโรงแรมความจงรักภักดีไม่ได้เป็นเพียงการวัดความพึงพอใจของลูกค้า แต่ยังสะท้อนถึงความเชื่อมั่นในคุณภาพให้บริการและภาพลักษณ์ของโรงแรม หากโรงแรมสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างครบถ้วน ก็จะช่วยสร้างฐานลูกค้าที่แข็งแกร่งและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ความจงรักภักดียังส่งผลต่อการสร้างชื่อเสียงของโรงแรมในเชิงบวกผ่านการบอกต่อปากต่อปาก และการรีวิวในช่องทางออนไลน์ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวรายใหม่ ทำให้โรงแรมสามารถรักษาความนิยมและเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดในระยะยาว

ดังนั้น ภาพลักษณ์ของโรงแรมเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อคุณภาพให้บริการและความภักดีของลูกค้า โรงแรมที่มีภาพลักษณ์ที่ดีช่วยสร้างความเชื่อมั่น ความพึงพอใจ และประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า ซึ่งนำไปสู่ความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำและแนะนำให้ผู้อื่น ช่วยเพิ่มโอกาสในการแข่งขันและสร้างความยั่งยืนให้ธุรกิจในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพให้บริการภาพลักษณ์และความภักดีของลูกค้าในการใช้บริการโรงแรม
2. เพื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์และความภักดีจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาคุณภาพให้บริการที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์และความภักดีของลูกค้าในการใช้บริการโรงแรม

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลให้มีทัศนคติด้านภาพลักษณ์ของโรงแรมแตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลให้ความภักดีในระดับที่แตกต่างกัน
3. คุณภาพให้บริการส่งผลต่อภาพลักษณ์
4. คุณภาพให้บริการส่งผลต่อความภักดี

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของโรงแรม

ภาพลักษณ์ของโรงแรม หมายถึง ความรู้สึกหรือการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อโรงแรม ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ตรงหรือทางอ้อม ผ่านการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ โดยก่อนที่ลูกค้าจะเข้ารับบริการ พวกเขามักจะมีการรับรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับโรงแรมนั้นผ่านข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เช่น หนังสือ สื่อโฆษณา อินเทอร์เน็ต หรือคำแนะนำจากบุคคลใกล้ชิด ซึ่งภาพลักษณ์ที่ดีสามารถส่งผลต่อความพึงพอใจ ความเชื่อมั่น และความภักดีของลูกค้า พิมพ์ใจ ลิ้มวัฒนา (2563) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์คือสิ่งที่บุคคลทั่วไปสามารถรับรู้และเข้าใจร่วมกันได้ชัดเจน เป็นสิ่งที่แสดงถึงการจดจำและการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายต่อองค์กรหรือแบรนด์หนึ่ง ๆ และผู้เข้ารับบริการจะได้รับประสบการณ์จากสิ่งต่าง ๆ นั้น ผู้เข้ารับบริการจะต้องมีการรับรู้เกี่ยวกับสถานที่นั้น ๆ ก่อน ซึ่งการรับรู้สามารถรับรู้ได้จากหลากหลายแหล่งที่มา เช่น การศึกษา ค้นคว้าจากหนังสือ หรือเอกสาร จากสื่อโฆษณา และจากอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

ภาพลักษณ์ของโรงแรมเป็นองค์ประกอบสำคัญที่เกิดจากการรับรู้ของผู้บริโภคผ่านข้อมูล และประสบการณ์ ซึ่งสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความภักดีต่อองค์กร หากได้รับการบริหารจัดการอย่างเหมาะสมมีองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบ คือ สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น สิ่งอำนวยความสะดวก สะดวก เช่น โรงแรม ร้านอาหาร เป็นต้น และความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น การเดินทาง บริการขนส่ง หรือระบบสาธารณูปโภคต่าง ๆ ซึ่งผู้วิจัยได้นำมากำหนดเป็นตัวแปรใน การศึกษาเรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพให้บริการและภาพลักษณ์ของโรงแรมกับความภักดีของผู้รับบริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพให้บริการ

คุณภาพการให้บริการ เป็นแนวคิดที่สำคัญในธุรกิจบริการ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมโรงแรม ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าในระยะยาว โดย Parasuraman et al. (1988) ให้คำจำกัดความว่า คุณภาพการให้บริการคือ ความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้า กับการรับรู้ที่ได้รับจริง หากองค์กรสามารถให้บริการได้เกินกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง ถือว่าเป็นบริการที่มีคุณภาพสูง และพัฒนาเครื่องมือที่เรียกว่า SERVQUAL ซึ่งเป็นกรอบในการวัดคุณภาพการให้บริการ โดยแบ่งออกเป็น 5 ด้านหลัก ได้แก่ 1) Tangibles ลักษณะทางกายภาพที่จับต้องได้ 2) Reliability ความสามารถ

ในการให้บริการที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือ และสม่ำเสมอ 3) Responsiveness ความตั้งใจและความรวดเร็วในการให้บริการ ตอบสนองลูกค้าอย่างทันท่วงที 4) Assurance ความสามารถของพนักงานในการสร้างความมั่นใจ ความปลอดภัย และความรู้ความสามารถ และ 5) Empathy ความเอาใจใส่และการให้บริการเฉพาะบุคคลตามความต้องการของลูกค้าแต่ละราย คุณภาพการให้บริการเป็นการตอบสนองที่ตรงต่อความคาดหวังของลูกค้าโดยผ่านกระบวนการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ สม่ำเสมอ และสร้างความพึงพอใจ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความภักดี

ความภักดีของลูกค้า หมายถึง ความผูกพันในเชิงพฤติกรรมและทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อสินค้า บริการ หรือองค์กร ซึ่งแสดงออกผ่านการซื้อซ้ำ การใช้บริการซ้ำ ความตั้งใจกลับมาใช้บริการอีกในอนาคต และการบอกต่อในเชิงบวก โดยความภักดีเกิดจากความพึงพอใจ ความเชื่อมั่น และการสร้างคุณค่าต่อประสบการณ์ที่ลูกค้าได้รับอย่างต่อเนื่อง (Gronroos, 2000; Hayes et al., 2017)

การประเมินความภักดีของผู้รับบริการควรคำนึงถึงทั้งพฤติกรรม ทัศนคติ และกระบวนการคิดของผู้ใช้บริการ โดยทั้งหมดสามารถวัดได้ผ่านมาตรวัดที่พัฒนาโดย Zeithaml, Berry and Parasuraman (1996) ซึ่งนำเสนอกรอบแนวคิดในการประเมินความตั้งใจของผู้รับบริการ อันสามารถใช้พิจารณาระดับความภักดีต่อองค์กรธุรกิจที่พวกเขาเลือกใช้บริการ โดยครอบคลุม 4 มิติหลัก ได้แก่

1. พฤติกรรมการบอกต่อ คือ การพูดถึงสิ่งที่ดีเกี่ยวกับผู้ให้บริการ และการบริการ แนะนำ และกระตุ้นให้คนอื่นสนใจ และใช้บริการนั้นซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์ความภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อผู้ให้บริการ

2. ความตั้งใจที่จะซื้อ เป็นการเลือกการบริการนั้น ๆ เป็นตัวเลือกแรกซึ่งสิ่งนี้สามารถสะท้อนนิสัยเกี่ยวกับการเปลี่ยนการบริการได้

3. ความอ่อนไหวต่อปัจจัยราคา คือ การที่ผู้ให้บริการไม่มีปัญหาในการที่ผู้ให้บริการขึ้นราคาและผู้ให้บริการยอมจ่ายมากกว่าที่อื่นหากการบริการนั้นสามารถตอบสนองความพึงพอใจได้

4. พฤติกรรมร้องเรียน คือ การร้องเรียนเมื่อเกิดปัญหา อาจจะร้องเรียนกับผู้ให้บริการ บอกต่อคนอื่น ส่งเรื่องไปยังหนังสือพิมพ์ ส่วนนี้เป็นการวัดถึงการตอบสนองต่อปัญหาของผู้ใช้บริการ

ความภักดีที่ลูกค้ามีต่อสินค้าหรือบริการ เกิดจากความรู้สึก ทัศนคติ หรือความประทับใจที่เคยได้รับจากสินค้าหรือการใช้บริการแล้วกลับมาซื้อซ้ำหรือใช้บริการซ้ำ เพราะเชื่อมั่นและไว้วางใจในสินค้าหรือบริการนั้น ๆ อย่างไม่ลังเล และคาดว่าจะซื้อซ้ำหรือใช้บริการซ้ำไปอีกยาวนาน แม้ว่าจะมีทางเลือกที่ดีกว่าแต่ลูกค้าก็ยังยืนยัน และไม่เปลี่ยนใจ รวมทั้งลูกค้าเหล่านั้นจะพูดถึงข้อดีของสินค้าหรือบริการให้ผู้อื่น เพื่อเป็นการบอกกล่าวหรือเชิญชวนให้ผู้อื่นมีความสนใจ อยากทดลองซื้อหรือทดลองใช้สินค้าหรือบริการตามไปด้วย ซึ่งหากสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความภักดีได้นั้น จะเป็นสิ่งที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในระยะยาวได้

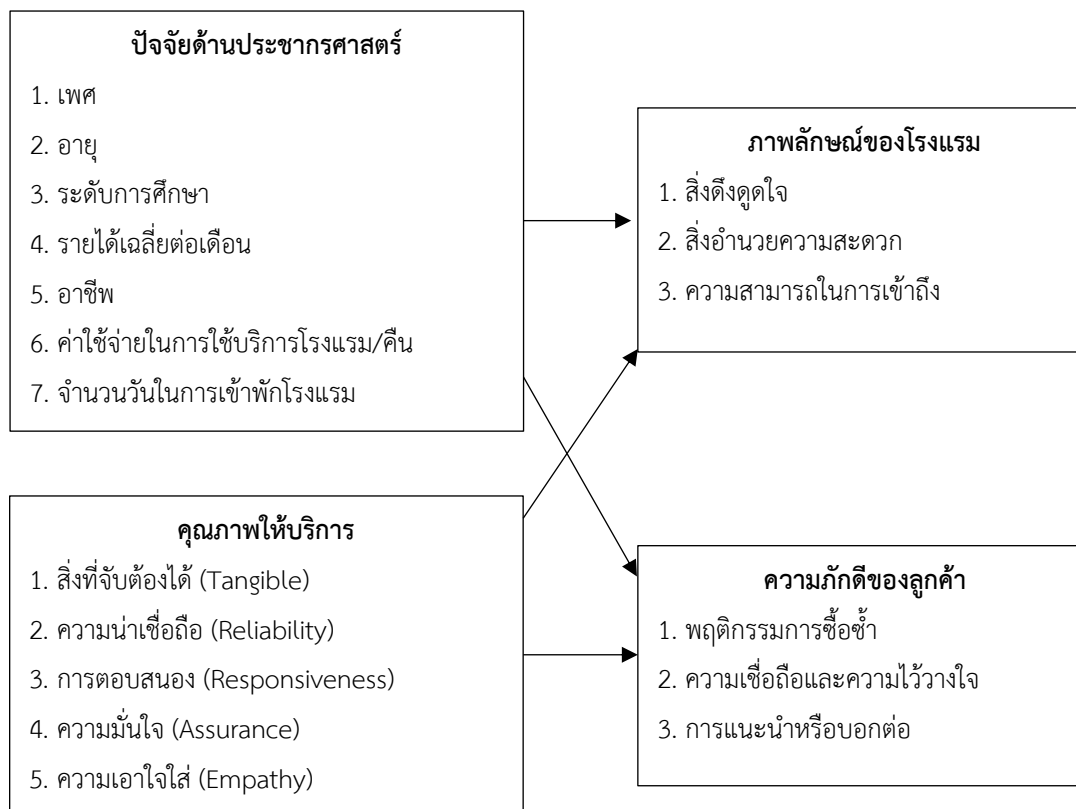
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตรีภักต์ บุญถม (2563) ศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์และความจงรักภักดีต่อโรงแรมระดับ 3 ดาวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่า

1) ภาพลักษณ์และความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวต่อโรงแรมอยู่ในระดับสูง 2) มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติของภาพลักษณ์และความจงรักภักดี เมื่อจำแนกตามอายุ รายได้ ระดับการศึกษา และอาชีพ 3) ปัจจัยคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์และความจงรักภักดี ได้แก่ การให้บริการของพนักงาน ความรวดเร็วในการตอบสนอง สภาพแวดล้อม กระบวนการจอง และความปลอดภัย

เสาวภาคย์ ศรีเปารยะ (2564) ศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์โรงแรมต่อความภักดีของแขกที่เข้าพักโรงแรมระดับสามดาวในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า (1) คุณภาพการให้บริการ 2 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ และการรู้จักเข้าใจลูกค้า ส่งผลต่อความภักดีโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ การรู้จักและเข้าใจลูกค้า ($\beta = 0.484$) รองลงมาคือ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ($\beta = 0.252$) (2) ภาพลักษณ์โรงแรม 3 ด้าน ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก และความสามารถในการเข้าถึง ส่งผลต่อความภักดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดคือ สิ่งอำนวยความสะดวก ($\beta = 0.309$) รองลงมาคือ ความสามารถในการเข้าถึง ($\beta = 0.209$) และสิ่งดึงดูดใจ ($\beta = 0.206$)

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ที่มุ่งศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างคุณภาพการให้บริการ ภาพลักษณ์ และความภักดีของลูกค้าในธุรกิจโรงแรม โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ที่เคยใช้บริการในโรงแรม เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา จำนวน 400 คน โดยใช้สูตรคำนวณใช้สูตรของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970)

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ

ส่วนที่ 2 ภาพลักษณ์ของโรงแรม ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก และความสามารถในการเข้าถึง โดยลักษณะคำถามใช้มาตรวัดแบบช่วงมาตรา (Interval Scales)

ส่วนที่ 3 คุณภาพให้บริการ ประกอบด้วยสิ่งที่จับต้องได้ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความมั่นใจ และความเอาใจใส่ โดยลักษณะคำถามใช้มาตรวัดแบบช่วงมาตรา (Interval Scales)

ส่วนที่ 4 ความภักดีของลูกค้าโดยลักษณะคำถามใช้มาตรวัดแบบช่วงมาตรา (Interval Scales) การสร้างและตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

1. ศึกษาทบทวนเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ภาพลักษณ์ของโรงแรม คุณภาพการให้บริการ และ ความภักดีของลูกค้า เพื่อเป็นพื้นฐานในการออกแบบเครื่องมือที่ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. สร้าง แบบสอบถามประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และ ข้อคำถามที่วัดตัวแปรหลักตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งจัดทำเป็นรายข้อภายใต้ประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3. เสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงทั้งเนื้อหา ความถูกต้องของสำนวนภาษา และความชัดเจนของคำถามให้เหมาะสมและครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

4. เสนอผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน เพื่อประเมินความตรงเชิงเนื้อหา โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (IOC)

5. การทดสอบเครื่องมือเบื้องต้น (Try Out) นำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างทดลอง จำนวน 30 คน ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างหลักของการวิจัย เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนก ของแต่ละข้อคำถาม ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.988 แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่นในระดับสูง

วิธีรวบรวมข้อมูล

การทำวิจัยครั้งนี้ ข้อมูลที่ผู้วิจัยนำมาใช้ในการทำวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ตามการจำแนกประเภทของข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ดังนี้

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลที่มีผู้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลไว้แล้ว แบ่งออกเป็น 2 ประเภท 1) ประเภทตำรา บทความทางวิชาการ เอกสารนี้จะนำไปใช้ในการอ้างอิงในเชิงของหลักการหรือทฤษฎีที่มีความสอดคล้อง ได้แก่ หนังสือวิชาการ วารสารต่าง ๆ 2) ประเภทของผลงานวิจัย ได้แก่งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ จากการค้นคว้าจากระบบ Internet และทำการศึกษาจากแหล่งข้อมูลที่มีความเกี่ยวเนื่องกัน

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary) คือ ข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามและนำมาใช้ในการวิเคราะห์ หรือจะเรียกอีกอย่างว่าการเก็บข้อมูลภาคสนาม (Field Data Collection) ซึ่งทางผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามโดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เป็นจริงและมีความน่าเชื่อถือมากที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้ผู้วิจัยทำการประมวลผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยดำเนินการวิเคราะห์การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป เพื่อหาค่าสถิติต่าง ๆ สามารถจำแนกได้เป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา เพื่อเป็นการอธิบายให้ทราบถึงลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้ทดสอบสมมติฐาน เพื่อแสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม โดยใช้สถิติ t-test One-Way ANOVA และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สรุปผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 อายุ 20 - 30 ปี จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.25 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.50 รายได้ 10,001 – 25,000 บาท จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.75 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.25 ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโรงแรม/คีน จำนวน 1,001 – 2,000 บาท จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.75 และจำนวนวันในการเข้าพักโรงแรมจำนวน 4-6 คืน จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.00
2. ด้านภาพลักษณ์ของโรงแรม พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.651) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้านโดย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ($\bar{X} = 4.61$, S.D. = 0.631)

รองลงมาด้านความสามารถในการเข้าถึง ($\bar{X} = 4.59$, S.D. = 0.643) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 4.55$, S.D. = 0.681)

3. ด้านคุณภาพบริการ พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.611) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้านโดย ด้านความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 4.61$, S.D. = 0.602) รองลงมาด้านการตอบสนอง ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.608) ด้านสิ่งที่จับต้องได้ ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.612) ด้านความเอาใจใส่ ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.624) และด้านความมั่นใจ ($\bar{X} = 4.59$, S.D. = 0.611)

4. ด้านความภักดีของลูกค้า พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.62$, S.D. = 0.601) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้านโดย ด้านความเชื่อถือและความไว้วางใจ ($\bar{X} = 4.62$, S.D. = 0.590) รองลงมาด้านการแนะนำหรือบอกต่อ ($\bar{X} = 4.62$, S.D. = 0.600) และด้านพฤติกรรมมารซื้อซ้ำ ($\bar{X} = 4.61$, S.D. = 0.611)

5. ผลการวิเคราะห์สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อทัศนคติด้านภาพลักษณ์ของโรงแรม

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อทัศนคติด้านภาพลักษณ์ของโรงแรม

ตัวแปรอิสระ	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ	ค่านัยสำคัญ	ผลการทดสอบสมมติฐาน
เพศ	F – test	0.572	ปฏิเสธ
อายุ	F – test	0.002*	ยอมรับ
ระดับการศึกษา	F – test	0.010*	ยอมรับ
รายได้	F – test	0.391	ปฏิเสธ
อาชีพ	F – test	0.034*	ยอมรับ
ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโรงแรม	F – test	0.006*	ยอมรับ
จำนวนวันในการเข้าพักโรงแรม	F – test	0.098	ปฏิเสธ

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อทัศนคติด้านภาพลักษณ์ของโรงแรม พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโรงแรม/คืนที่แตกต่างกันส่งผลต่อทัศนคติด้านภาพลักษณ์ของโรงแรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลให้ความภักดี

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลให้มีความภักดี

ตัวแปรอิสระ	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ	ค่านัยสำคัญ	ผลการทดสอบสมมติฐาน
เพศ	F – test	0.509	ปฏิเสธ
อายุ	F – test	0.013*	ยอมรับ
ระดับการศึกษา	F – test	0.002*	ยอมรับ
รายได้	F – test	0.359	ปฏิเสธ
อาชีพ	F – test	0.050*	ยอมรับ
ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโรงแรม	F – test	0.078	ปฏิเสธ
จำนวนวันในการเข้าพักโรงแรม	F – test	0.409	ปฏิเสธ

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลให้มีความภักดี พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลให้มีความภักดีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 คุณภาพให้บริการส่งผลต่อภาพลักษณ์

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของคุณภาพให้บริการส่งผลต่อภาพลักษณ์ของลูกค้า

คุณภาพให้บริการ	b	Std. Error	Beta (β)	t	Sig.
ค่าคงที่	0.425	0.102		4.159	0.000*
ด้านสิ่งที่จับต้องได้ X_1	0.592	0.068	0.596	8.729	0.000*
ด้านความน่าเชื่อถือ X_2	-0.059	0.094	-0.060	-0.633	0.527
ด้านการตอบสนอง X_3	0.226	0.087	0.230	2.589	0.010*
ด้านความมั่นใจ X_4	0.213	0.113	0.219	1.884	0.060
ด้านความเอาใจใส่ X_5	-0.064	0.083	-0.067	-0.771	0.441

R=0.902, $R^2 = 0.814$, $R^2\text{Adj} = 0.812$

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรทั้งหมดสามารถอธิบายการใช้งานได้ ร้อยละ 81.2 โดยพบว่าด้านสิ่งที่จับต้องได้ และด้านการตอบสนองส่งผลต่อภาพลักษณ์ของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านสิ่งที่จับต้องได้ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของลูกค้ามากที่สุด (b เท่ากับ 0.592) และด้านการตอบสนอง (b เท่ากับ 0.226) จึงสรุปได้ว่าคุณภาพให้บริการส่งผลต่อภาพลักษณ์ของลูกค้าได้รับการสนับสนุน สามารถสร้างสมการได้ดังนี้ $Y = 0.425 + 0.592 (X_1) - 0.059 (X_2) + 0.226 (X_3) + 0.213 (X_4) - 0.064 (X_5)$

สรุปได้ว่า คุณภาพให้บริการด้านสิ่งที่จับต้องได้ และด้านการตอบสนองส่งผลต่อภาพลักษณ์ของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 คุณภาพให้บริการส่งผลต่อความภักดี

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของคุณภาพให้บริการส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า

คุณภาพให้บริการ	b	Std. Error	Beta (β)	t	Sig.
ค่าคงที่	0.379	0.077		4.937	0.000
ด้านสิ่งที่จับต้องได้ X_1	0.300	0.051	0.311	5.881	0.000*
ด้านความน่าเชื่อถือ X_2	0.031	0.070	0.033	0.442	0.659
ด้านการตอบสนอง X_3	0.134	0.066	0.140	2.035	0.043*
ด้านความมั่นใจ X_4	0.119	0.085	0.126	1.399	0.163
ด้านความเอาใจใส่ X_5	0.337	0.063	0.363	5.373	0.000*
R=0.943, $R^2 = 0.889$, $R^2\text{Adj} = 0.887$					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรทั้งหมดสามารถอธิบายการใช้งานได้ ร้อยละ 88.7 โดยพบว่า ด้านสิ่งที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนอง และด้านความเอาใจใส่ ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านความเอาใจใส่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้ามากที่สุด (b เท่ากับ 0.337) ด้านสิ่งที่จับต้องได้ (b เท่ากับ 0.300) และด้านการตอบสนอง (b เท่ากับ 0.134) จึงสรุปได้ว่าคุณภาพให้บริการ ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าได้รับการสนับสนุน สามารถสร้างสมการได้ดังนี้ $Y = 0.379 + 0.300(X_1) + 0.031(X_2) + 0.134(X_3) + 0.119(X_4) + 0.337(X_5)$ สรุปได้ว่า คุณภาพให้บริการ ด้านสิ่งที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนอง และด้านความเอาใจใส่ ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโรงแรม/คีน มีอิทธิพลต่อทัศนคติด้านภาพลักษณ์ของโรงแรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ลักษณะประชากรศาสตร์ของลูกค้ามีผลต่อการรับรู้และประเมินภาพลักษณ์ของโรงแรม ลูกค้าที่มีพื้นฐานแตกต่างกัน มักจะมีความคาดหวังและมุมมองที่แตกต่างต่อการบริการ เช่น กลุ่มที่มีการศึกษาสูงหรือมีกำลังจ่ายมาก อาจคาดหวังคุณภาพที่สูงขึ้นและให้ความสำคัญกับรายละเอียดในการบริการมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ตริภักดิ์ บุญทอม (2563) คุณภาพการบริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์และความจงรักภักดีต่อโรงแรมระดับ 3 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า ระดับภาพลักษณ์

และความจงรักภักดีของผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 3 ดาวแตกต่างกัน อย่างมีนัยทางสถิติ จำแนกตามปัจจัย อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโรงแรม/คีนของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อโรงแรม มีแนวโน้มภักดีต่อโรงแรมที่ให้บริการได้มาตรฐานและดูแลลูกค้าเป็นรายบุคคล การวางกลยุทธ์ด้านการตลาดหรือบริการของโรงแรม ควรคำนึงถึงลักษณะของลูกค้าแต่ละกลุ่มอย่างเหมาะสมเพื่อเสริมสร้างความภักดีต่อไป

2. ปัจจัยส่วนบุคคล อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ความภักดีของลูกค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ลักษณะประชากรศาสตร์ของลูกค้ามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความภักดีในการเลือกใช้บริการโรงแรมอย่างมีนัยสำคัญ ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกันมักมีความคาดหวังและพฤติกรรมการใช้บริการที่ต่างกัน เช่น กลุ่มวัยทำงานอาจมองหาความสะดวกสบายและความคุ้มค่า ในขณะที่กลุ่มอายุมากอาจให้ความสำคัญกับความเรียบง่าย ความเป็นส่วนตัว และความน่าเชื่อถือของโรงแรม ส่วนในด้านระดับการศึกษาและอาชีพก็มีผลต่อการรับรู้คุณค่าของการบริการ ซึ่งเชื่อมโยงกับความภักดีในระยะยาว สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัคจิรา จานงค์ภักดี และ วรารุช ฤกษ์วรารักษ์ (2567) คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรมขนาดกลางในเขตอำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลก ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สะท้อนให้เห็นว่า ความหลากหลายของลักษณะประชากรศาสตร์มีผลต่อการรับรู้และการแสดงออกถึงความจงรักภักดีในรูปแบบที่แตกต่างกัน กลุ่มลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกันอาจมีมุมมอง ความต้องการ และประสบการณ์ที่ไม่เหมือนกัน เช่น กลุ่มวัยรุ่นอาจให้ความสำคัญกับบรรยากาศและเทคโนโลยี ขณะที่กลุ่มวัยกลางคนและสูงวัยมักเน้นความสะดวก ความปลอดภัย และความน่าเชื่อถือ ซึ่งมีผลต่อความรู้สึกผูกพันและการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำ และระดับการศึกษาและอาชีพส่งผลต่อการประเมินคุณภาพบริการและความจงรักภักดี โดยเฉพาะกลุ่มอาชีพที่มีความมั่นคงหรือมีความรู้สูงอาจมีเกณฑ์ในการตัดสินใจที่ซับซ้อนและคาดหวังบริการที่มีมาตรฐานมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคตามลักษณะประชากรศาสตร์ ที่ใช้ในการวางแผนการตลาด

3. คุณภาพให้บริการด้านสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibles) และด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของโรงแรมในสายตาของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ความประทับใจของลูกค้าเกิดขึ้นจากการรับรู้ประสบการณ์ที่เป็นรูปธรรมและจับต้องได้ ทั้งในด้านสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก และการให้บริการที่รวดเร็ว ทันเวลา และใส่ใจ ภาพลักษณ์ของโรงแรมในมุมมองของลูกค้า มักจะถูกสร้างขึ้นจากประสบการณ์ที่ได้รับโดยตรงในระหว่างเข้าพัก ไม่ว่าจะเป็นความสะอาด ความทันสมัยของอุปกรณ์ ความสวยงามของสถานที่ ไปจนถึงการบริการที่มีประสิทธิภาพของพนักงาน การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็วล้วนมีบทบาทสำคัญในการสร้างความรู้สึกเชิงบวกต่อแบรนด์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เสาวภาคย์ ศรีเปารยะ (2564) อิทธิพลของคุณภาพให้บริการและภาพลักษณ์ของโรงแรมที่ส่งผลต่อความภักดีของแขกที่เข้าพักโรงแรมระดับสามดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ ของโรงแรม

3 ปัจจัย ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ คุณภาพให้บริการด้านสิ่งที่จับต้องได้ และด้านการตอบสนองมีอิทธิพลต่อความภักดีโดยรวมของแขกที่เข้าพักโรงแรมระดับสามดาวในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของโรงแรม โดยเฉพาะในเรื่อง สิ่งดึงดูดใจ (Attractiveness) เช่น รูปลักษณ์ภายนอก ความสะอาด การตกแต่ง และบรรยากาศโดยรวม มีผลต่อความภักดีของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญ คุณภาพให้บริการด้านสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibles) เช่น ห้องพัก เครื่องใช้ พื้นที่ส่วนกลาง และสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึง ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) เช่น ความรวดเร็วในการให้บริการ การช่วยเหลืออย่างเต็มใจของพนักงาน ก็มีอิทธิพลโดยตรงต่อความภักดีของลูกค้า แขกที่เข้าพักในโรงแรมระดับสามดาวยังคงคาดหวังถึงมาตรฐานการให้บริการที่ครบถ้วนทั้งในเชิงกายภาพและเชิงอารมณ์ หากโรงแรมสามารถสร้างความประทับใจตั้งแต่แรกเห็น ผสานกับการให้บริการที่มีคุณภาพ ก็จะสามารถสร้างความภักดีในระยะยาวได้

4. คุณภาพให้บริการด้านสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibles) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) และด้านความเอาใจใส่ (Empathy) ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่าความภักดีของลูกค้าไม่ได้เกิดจากเพียงปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งเท่านั้น แต่เป็นผลลัพธ์ของประสบการณ์การให้บริการในหลายมิติที่ประทับใจและสอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้า ด้านสิ่งที่จับต้องได้ เช่น บรรยากาศ ความสะอาด และอุปกรณ์อำนวยความสะดวก เป็นองค์ประกอบที่สร้างความเชื่อมั่นเบื้องต้น ส่วนด้าน การตอบสนอง เช่น ความรวดเร็วในการบริการ การแก้ไขปัญหา หรือการช่วยเหลือทันที มีผลต่อความพึงพอใจในระยะสั้น ขณะที่ด้าน ความเอาใจใส่ เช่น การให้ความสนใจแบบรายบุคคล การจดจำความชอบของลูกค้า และการให้บริการเชิงอารมณ์ มีผลอย่างลึกซึ้งต่อความสัมพันธ์ระยะยาวและการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำ สอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฬาลักษณ์ มีผล และคณะ (2567) คุณภาพให้บริการส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในหาดเจ้าสำราญ จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะ ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) มีอิทธิพลต่อความภักดีอย่างมีนัยสำคัญเช่นกัน แสดงให้เห็นว่า ลูกค้าคาดหวังการบริการแบบใส่ใจรายบุคคล และตอบสนองต่อความต้องการได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างโรงแรมกับลูกค้า อีกทั้ง ด้านสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibles) และด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ก็มีผลอย่างชัดเจน โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมโรงแรมซึ่งลูกค้ามักตัดสินใจจากประสบการณ์ที่ผ่านมา และความมั่นใจในมาตรฐานการบริการที่ได้รับอย่างสม่ำเสมอ คุณภาพให้บริการในทุกมิติ ล้วนมีส่วนสำคัญต่อการสร้างความภักดีของลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาพแวดล้อมการท่องเที่ยวที่มีการแข่งขันสูง การรักษามาตรฐานในทุกด้านของการบริการ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 ผู้ประกอบการโรงแรมควรพัฒนาด้าน การปรับปรุงห้องพักให้ทันสมัย สะอาด และมีเอกลักษณ์ที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของโรงแรม การจัดสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกให้เกิดความประทับใจแรก รวมถึงการลงทุนในอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าหลัก เช่น นักท่องเที่ยววัยทำงานหรือกลุ่มครอบครัว เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์โรงแรมให้ชัดเจนและน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

1.2 จัดอบรมพนักงานให้มีความคล่องตัวในการให้บริการ สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้รวดเร็ว และเข้าใจความต้องการเฉพาะบุคคลของลูกค้า เช่น การจดจำลูกค้าประจำ การให้บริการแบบ Personalized Service การติดตามความพึงพอใจหลังการเข้าพัก ทั้งนี้จะช่วยเสริมสร้างความภักดีและกระตุ้นให้เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำ

1.3 ควรนำผลการศึกษาที่ชี้ว่าคุณภาพบริการด้านสิ่งที่จับต้องได้ การตอบสนอง และความเอาใจใส่ ส่งผลต่อภาพลักษณ์และความภักดี มาเป็นตัวแปรหลักในการกำหนดตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน (KPI) ของพนักงาน และใช้เป็นเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 ควรขยายกลุ่มตัวอย่างให้หลากหลายมากขึ้น ประเภทของโรงแรม และประเภทของลูกค้า เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและสามารถเปรียบเทียบได้อย่างชัดเจน

2.2 ควรศึกษาปัจจัยเพิ่มเติมที่อาจส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า เช่น ความพึงพอใจโดยรวม ประสบการณ์เชิงบวก หรืออิทธิพลของรีวิวออนไลน์และโซเชียลมีเดีย

2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงคุณภาพร่วมกับเชิงปริมาณ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสังเกตพฤติกรรมผู้เข้าพักเพื่อให้เข้าใจแรงจูงใจและความรู้สึกของลูกค้าได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรมการท่องเที่ยว. (2565). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2566-2570. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

จุฬาลักษณ์ มีผล, ธนาพร ภาคดนตรี, อภิชชา ม่วงนาคร, ธนกิจ วีระธัญญชัย, และ มุอำหมัดกามีรุ กือแด (2567). คุณภาพให้บริการส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในหาดเจ้าสำราญ จังหวัดเพชรบุรี. *Lanna Academic Journal of Social Science*, 1(2), 16–38.

ตรีภักดิ์ บุญถม, อนุรักษ เรืองรอบ และ บุญเกียรติ วิสุทธิกาศ. (2563, 12 สิงหาคม). *คุณภาพการบริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์และความจงรักภักดีต่อโรงแรมระดับ 3 ดาวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี* [เอกสารนำเสนอ]. การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 15 ประจำปีการศึกษา 2563. มหาวิทยาลัยรังสิต.

- พิมพ์ใจ ลิ้มวัฒนา. (2563). การรับรู้ภาพลักษณ์และคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา [การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- ภักดีจิรา จำนงค์ภักดี และ วรารุช ฤกษ์วรารักษ์. (2567). คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรมขนาดกลางในเขตอำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลก. [วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- เสาวภาคย์ ศรีเปารยะ. (2564). อิทธิพลของคุณภาพให้บริการและภาพลักษณ์ของโรงแรมที่ส่งผลต่อความภักดีของแขกที่เข้าพักโรงแรมระดับสามดาวในเขตกรุงเทพมหานคร. [สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Chakrabarty, B., Li, B., Nguyen, V., and Van Ness, R. A. (2007). Trade classification algorithms for electronic communications network trades. *Journal of Banking & Finance*, 31(12), 3806-3821.
- Chen, C. F., and Tsai, D. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions?. *Tourism management*, 28(4), 1115-1122.
- Gronroos, C. (2000). *Service Management and Marketing A Customer Relationship Management Approach*. John Wiley and Sons.
- Hayes, A. F., Montoya, A. K., and Rockwood, N. J. (2017). The analysis of mechanisms and their contingencies: PROCESS versus structural equation modeling. *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, 25(1), 76-81.
- Krejcie, R.V. and Morgan, D.W. (1970) Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- World Tourism Organization. (2023). Compendium of Tourism Statistics, Data 2017 – 2021, (2023 ed.) <https://doi.org/10.18111/9789284424146>.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., and Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of marketing*, 60(2), 31-46.

การศึกษาเส้นทางของผู้บริโภคและจุดสัมผัสในการสมัครเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชน
กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

The Study of Customer Journey and Touchpoint in University Admissions:
Case Study of Northeastern University

อุมารวรรณ วาทกิจ*

Umarwan Watakit*

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Faculty of Business Administration, Northeastern University

*Corresponding author's email address: umarwan.wat@neu.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

15 พฤศจิกายน 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

25 มกราคม 2569

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

28 กุมภาพันธ์ 2569

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษารูปแบบเส้นทางของผู้บริโภค (Customer Journey) และจุดสัมผัส (Touchpoint) ในขั้นตอนการสมัครเรียนกับมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการสมัครเรียน และ 3) เสนอแนวทางการประชาสัมพันธ์รับสมัครนักศึกษาใหม่ของมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่สอดคล้องกับรูปแบบการเดินทางและจุดสัมผัสของผู้สมัคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักศึกษาชั้น ปีที่ 1 ปีการศึกษา 2567 จำนวน 300 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ผลการวิจัย พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลมหาวิทยาลัยจากสื่อสังคมออนไลน์และคำแนะนำจากครอบครัวหรือเพื่อน และสมัครเรียนด้วยตนเองที่มหาวิทยาลัย เส้นทางของผู้บริโภคในการสมัครเข้าศึกษาที่มหาวิทยาลัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญด้านการประเมินทางเลือกมากที่สุด จุดสัมผัสในกระบวนการสมัครเข้าศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะจุดสัมผัสระหว่างติดต่อ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการสมัครเรียน ได้แก่ หลักสูตร อิทธิพลทางสังคมและผู้มีอิทธิพลทางความคิด การบริการและการสื่อสาร กระบวนการสมัคร ภาพลักษณ์และความผูกพันต่อแบรนด์มหาวิทยาลัย

คำสำคัญ: เส้นทางของผู้บริโภค, จุดสัมผัส, การสมัครเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัย

ABSTRACT

This study aimed to 1) examine the customer journey and touchpoints in the university admission process at Northeastern University, 2) analyze factors influencing the admission process, and 3) propose public relations strategies for student recruitment aligned with applicants' journeys and touchpoints. A quantitative research approach was employed using a sample of 300 first-year students in the 2024 academic year. Data were collected using questionnaires and analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, and exploratory factor analysis. The findings revealed that most students received university information via social media and recommendations from family or friends, and applied in person at the university. The overall customer journey was rated at a high level, particularly during the evaluation stage. Touchpoints during the admission process were also rated highly, especially during contact stage. Influential factors included curriculum, social and opinion leader influence, service and communication, the application process, and university brand image and attachment.

Keywords: Customer journey, Touchpoint, University admission

บทนำ

ในโลกยุคข้อมูลข่าวสารผู้บริโภคมีช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารได้หลากหลายช่องทางทั้งช่องทางออนไลน์หรือออฟไลน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่องทางออนไลน์ที่ผู้บริโภคมีอิสระในการค้นหาข้อมูลที่น่าสนใจได้ด้วยตัวเองจากช่องทางต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการใช้เครื่องมือค้นหา (Search Engine) เว็บไซต์ (Website) หรือ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ส่งผลให้องค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนจำเป็นต้องใช้ช่องทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารขององค์กรให้ครอบคลุมทุกช่องทางเพื่อให้สามารถสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง

ปัจจุบันประเทศไทยมีสถาบันอุดมศึกษา 172 แห่ง แบ่งเป็น สถาบันในกำกับ 26 แห่ง สถาบันของรัฐ 10 แห่ง ราชภัฏ 38 แห่ง ราชชมงคล 9 แห่ง มหาวิทยาลัยเอกชน 43 แห่ง สถาบันเอกชน 12 แห่ง วิทยาลัย 16 แห่ง และสถาบันนอกระบบ 18 แห่ง (สำนักงานปลัด กระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม, 2567) การแข่งขันของมหาวิทยาลัยในประเทศไทยมีความเข้มข้นมากยิ่งขึ้น มีการเพิ่มขึ้นของสถาบันการศึกษา การขยายวิทยาเขต และการเปิดหลักสูตรที่ตอบโจทย์คนรุ่นใหม่มากขึ้น ซึ่งสวนทางกับจำนวนนักศึกษาที่มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง (นุชราภรณ์ เลี้ยงรื่นรมย์, 2565) มหาวิทยาลัยจำเป็นต้องมีการวางแผนการประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมในทุกช่องทาง รวมถึงมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมในการรับข้อมูลข่าวสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม

การศึกษาเส้นทางของผู้บริโภค (Customer Journey) เป็นการศึกษาเส้นทางการเดินทางของผู้บริโภคที่มีความสัมพันธ์กับองค์กรตั้งแต่ก่อนซื้อ ระหว่างซื้อ และ หลังการซื้อสินค้า (สลิลาทิพย์ ทิพย์ไกรสร, 2561) ทำให้สามารถมองเห็นช่องทางในการเข้าถึงผู้บริโภคได้ชัดเจนขึ้นและเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคในการรับข่าวสาร นอกจากนี้ การศึกษาจุดสัมผัสของผู้บริโภค (Customer Touchpoint) เพื่อวิเคราะห์ช่องทางที่กลุ่มเป้าหมายใช้งานในแต่ละวัน แต่ละช่วงเวลา โดยไม่เจาะจงว่าเป็นช่องทางที่ถูกค่าใช้จ่ายเพื่อการตัดสินใจจะช่วยให้รู้ว่าช่องทางไหนและช่วงเวลาใดที่กลุ่มเป้าหมายใช้งานบ่อยที่สุด (STEPS Academy, 2019) สามารถนำไปใช้ในการเลือกช่องทางและเวลาในการนำเสนอคอนเทนต์หรือเนื้อหาประชาสัมพันธ์ (ยิงแอด) ซึ่งจะทำให้องค์กรสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ตรงจุด และช่วยให้สามารถลดค่าใช้จ่ายและขอบเขตการโฆษณาและพัฒนาช่องทางที่สำคัญที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้จริง (พิชชาอร พงษ์โสภณ และ นิภา นิรุตติกุล, 2562)

มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นมหาวิทยาลัยเอกชนในจังหวัดขอนแก่น จัดการเรียนการสอนในระดับปริญญาตรีและระดับบัณฑิตศึกษา โดยมีการประชาสัมพันธ์เพื่อรับสมัครนักศึกษาในหลายช่องทาง เช่น การแนะนำในโรงเรียนมัธยม การเข้าร่วมตลาดนัดหลักสูตร รวมถึงการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ และเฟสบุ๊คเพจของสถาบัน การวางแผนการประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่าง ๆ เป็นสิ่งสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลของหลักสูตรและข่าวสารการรับสมัครเพื่อเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยไปยังกลุ่มเป้าหมาย ผู้สนใจสามารถสมัครเรียนได้ด้วยตนเองหรือในช่องทางออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของการศึกษาเส้นทางของกลุ่มเป้าหมายและจุดสัมผัสของกลุ่มเป้าหมายในกระบวนการสมัครเรียนกับมหาวิทยาลัย เพื่อให้ทราบพฤติกรรมการรับข้อมูล จุดสัมผัส และความสัมพันธ์กับมหาวิทยาลัย ตั้งแต่ก่อนสมัครเรียน การสมัคร และ หลังการสมัคร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเส้นทางดิจิทัลซึ่งเป็นช่องทางหลักที่มหาวิทยาลัยใช้ในการประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำเอาผลการศึกษาที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงกระบวนการรับนักศึกษาให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้สมัคร รวมไปถึงการวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษารูปแบบเส้นทางของผู้บริโภค (Customer Journey) และจุดสัมผัส (Touchpoint) ในขั้นตอนการสมัครเรียนกับมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. เพื่อวิเคราะห์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการสมัครเรียนกับมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
3. เพื่อเสนอแนวทางการประชาสัมพันธ์รับสมัครนักศึกษาใหม่ของมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่สอดคล้องกับรูปแบบการเดินทางและจุดสัมผัสของผู้สมัคร

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับเส้นทางของผู้บริโภค (Consumer Journey)

เส้นทางของผู้บริโภค (Consumer Journey) หมายถึง ประสบการณ์ทั้งหมดที่ลูกค้ามีต่อองค์กร ตั้งแต่การรับรู้เริ่มแรกเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการจนถึงปฏิสัมพันธ์หลังการขาย ครอบคลุมทุกขั้นตอนที่ลูกค้าผ่านไป (Okeke et al., 2024) เส้นทางของผู้บริโภคจึงเป็นประสบการณ์ทั้งหมดที่ลูกค้ามีกับแบรนด์ตั้งแต่การรับรู้ครั้งแรกเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการไปจนถึงการซื้อครั้งสุดท้ายและอื่น ๆ การเดินทางของลูกค้าเป็นเส้นทางผสมผสานปฏิสัมพันธ์ทางกายภาพและดิจิทัลในการสร้างประสบการณ์ลูกค้า ดังนั้น การเดินทางนี้จึงมีความสำคัญสำหรับองค์กรเนื่องจากช่วยให้เข้าใจว่าการโต้ตอบและจุดสัมผัสที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าอย่างไร (Mele et al., 2024)

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับเส้นทางการเดินทางของผู้บริโภค ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการทำ ความเข้าใจและปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้าผ่านกระบวนการทั้งหมดที่ลูกค้าต้องผ่านเมื่อโต้ตอบกับองค์กร ตั้งแต่การรับรู้เบื้องต้นไปจนถึงการโต้ตอบหลังการขาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคการตลาดดิจิทัลที่ผู้บริโภคสามารถเลือกเข้าถึงและมีปฏิสัมพันธ์กับองค์กรผ่านช่องทางออนไลน์ในแพลตฟอร์มต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง ซึ่งงานวิจัยนี้ศึกษาเส้นทางของผู้บริโภค 6 ขั้นตอน (สลิลาทิพย์ ทิพย์ไกรสร, 2561) ประกอบด้วย

- 1) การรับรู้ (Awareness) คือ การที่องค์กรสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไปยังกลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ในแพลตฟอร์มต่าง ๆ รวมถึงสื่อออฟไลน์
- 2) การประเมินทางเลือก (Consideration) เมื่อลูกค้ากลุ่มเป้าหมายทราบข้อมูลแล้ว จะทำการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อทำการเปรียบเทียบกับตราสินค้าอื่น และประเมินทางเลือกในการตัดสินใจซื้อ
- 3) ความชื่นชอบ (Preference) เมื่อมีการค้นหาข้อมูลและประเมินทางเลือกแล้ว เกิดความชื่นชอบจะกดไลค์ กดแชร์ หรือกดติดตาม ข้อความหรือสื่อออนไลน์ ซึ่งพฤติกรรมนี้จะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ
- 4) การซื้อสินค้า (Purchasing) เมื่อลูกค้าตัดสินใจซื้อ ช่องทางการจัดจำหน่ายและการชำระเงินที่หลากหลาย เข้าถึงง่าย ไม่ซับซ้อน จะเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ทำให้เกิดการขายได้สำเร็จ
- 5) ความจงรักภักดี (Loyalty) องค์กรควรให้ความสำคัญกับการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า และการบริหารประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ามีความจงรักภักดีต่อองค์กรกลับมาซื้อสินค้าและใช้บริการอย่างต่อเนื่อง
- 6) การบอกต่อ (Advocacy) เมื่อลูกค้าได้ใช้สินค้าหรือบริการแล้วเกิดความประทับใจ จะทำการบอกต่อ ซึ่งขั้นตอนนี้อาจมีผลต่อยอดขายเป็นอันมาก องค์กรต้องสำรวจข้อความต่าง ๆ เพื่อตอบสนองอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะหากมีข้อความเชิงลบ

การศึกษาเส้นทางของผู้บริโภคช่วยให้องค์กรสามารถระบุจุดสัมผัสที่สำคัญ จุดเจ็บปวด และโอกาสในการปรับปรุง ผลักดันความพึงพอใจของลูกค้าและการเติบโตของธุรกิจ การเดินทางของลูกค้าไม่เพียงแต่เกี่ยวกับขั้นตอนเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการโต้ตอบและประสบการณ์ที่กำหนดการรับรู้และความภักดีของลูกค้า

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับจุดสัมผัสของผู้บริโภค (Customer Touchpoints)

Weidig et al. (2024) ให้ความหมายว่า จุดสัมผัสของลูกค้า คือ การโต้ตอบระหว่างลูกค้าและองค์กรตลอดเส้นทางของลูกค้า Cambra-Fierro et al. (2024) ให้ความหมายว่า เป็นปฏิสัมพันธ์และจุดติดต่อระหว่างลูกค้าและองค์กรตลอดเส้นทางของลูกค้า ปฏิสัมพันธ์เหล่านี้สามารถเกิดขึ้นได้ในขั้นตอนต่าง ๆ ซึ่งมีอิทธิพลต่อประสบการณ์โดยรวมของลูกค้า จุดสัมผัสของลูกค้าจะเป็นการโต้ตอบระหว่างลูกค้าและองค์กรตลอดเส้นทางในแพลตฟอร์มออนไลน์และออฟไลน์ จุดสัมผัสเหล่านี้มีอิทธิพลต่อประสบการณ์และการรับรู้ของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญ ทำให้มีความสำคัญต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน (Becker and Rech, 2024) นอกจากนี้ จุดสัมผัสของลูกค้า ยังหมายถึง การโต้ตอบต่าง ๆ ที่ลูกค้ามีกับองค์กร จุดสัมผัสเหล่านี้มีอิทธิพลต่อมิติประสบการณ์ของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญและมีความสำคัญต่อการสร้างกลยุทธ์แบบ omnichannel ที่มีประสิทธิภาพ (Hesham and Mohamed, 2022) จะเห็นได้ว่า จุดสัมผัสของลูกค้า เป็นการสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างองค์กรและลูกค้า ประกอบด้วย จุดสัมผัสก่อนติดต่อ (Pre-store encounter) หมายถึงช่องทางที่ลูกค้ารับรู้และสนใจก่อนตัดสินใจเข้ามาใช้บริการจริง จุดสัมผัสระหว่างติดต่อ (Store encounter) เป็นจุดที่ลูกค้ามีปฏิสัมพันธ์โดยตรงขณะใช้บริการ และจุดสัมผัสหลังการติดต่อ (Post-Store encounter) เป็นจุดที่ลูกค้ามีปฏิสัมพันธ์กับองค์กรหลังจากซื้อสินค้าหรือบริการไปแล้ว โดยทั้ง 3 จุดสัมผัสนี้ สามารถกระทำผ่าน 2 ช่องทาง (BeTaskConsulting, ม.ป.ป.) ได้แก่

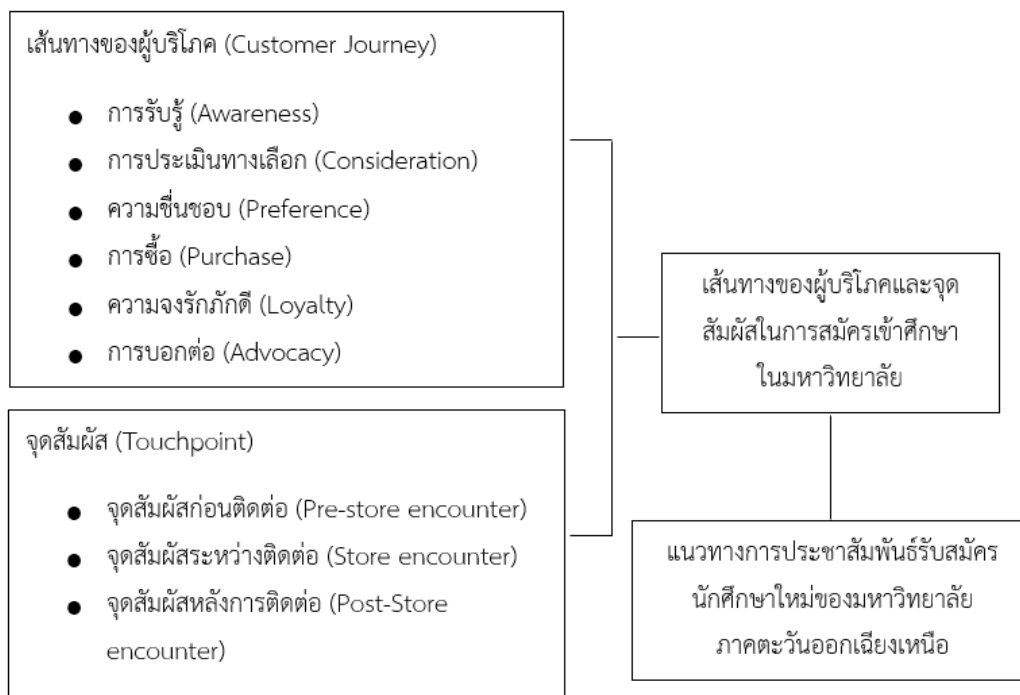
1) จุดสัมผัสดิจิทัล (Digital Touchpoint) หมายถึง จุดปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและองค์กรที่เกิดขึ้นผ่านทางช่องทางดิจิทัล ซึ่งอาจเป็นเว็บไซต์ แอปพลิเคชันมือถือ อีเมล โซเชียลมีเดีย หรือแพลตฟอร์มอื่น ๆ ที่ใช้อินเทอร์เน็ต จุดปฏิสัมพันธ์เหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการสร้างประสบการณ์และความพึงพอใจของลูกค้า นอกจากนี้ยังช่วยให้องค์กรสามารถเก็บข้อมูลและวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้า เพื่อปรับปรุงการให้บริการและการตลาด

2) จุดสัมผัสกายภาพ (Physical Touchpoint) หมายถึง จุดปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและองค์กรที่เกิดขึ้นผ่านช่องทางทางกายภาพ ซึ่งอาจรวมถึงการเยี่ยมชมสาขาหรือร้านค้า การสนทนากับพนักงานหน้าเคาน์เตอร์ การรับบริการที่จุดบริการต่าง ๆ จุดปฏิสัมพันธ์เหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการสร้างความประทับใจและประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า โดยจะช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์และความพึงพอใจที่มีต่อแบรนด์หรือบริการขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การศึกษาจุดสัมผัสของผู้บริโภค เป็นการวิเคราะห์และทำความเข้าใจจุดที่ผู้บริโภคมีปฏิสัมพันธ์กับองค์กรในทุกช่องทาง เช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย ร้านค้า สายด่วนบริการลูกค้า อีเมล และอื่น ๆ เป้าหมายของ

การศึกษานี้คือการทำความเข้าใจประสบการณ์และความพึงพอใจของผู้บริโภคในแต่ละจุดสัมผัส เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการขององค์กร

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาชั้น ปีที่ 1 ปีการศึกษา 2567 จำนวน 976 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 4 กรกฎาคม 2567 จาก สำนักมาตรฐานวิชาการและทะเบียน) กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับการประมวลผลข้อมูลด้วยสถิติ Factor analysis คือ 300 ตัวอย่าง (Siddiqui, 2013) กำหนดกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของนักศึกษาแต่ละหลักสูตร สุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ประกอบด้วย เพศ อายุ ภูมิลำเนา หลักสูตรที่สมัครเรียน แหล่งที่มาของข้อมูลเกี่ยวกับมหาวิทยาลัย และช่องทางการสมัครเรียน เป็นประเภทตรวจสอบรายการ (Check list)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับเส้นทางของผู้บริโภค (Customer Journey) ในการสมัครเข้าศึกษาต่อ ประกอบด้วย การรับรู้ (Awareness), การประเมินทางเลือก (Consideration), ความชื่นชอบ (Preference), การซื้อ (Purchase), ความจงรักภักดี (Loyalty), การบอกต่อ (Advocacy) มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามวิธีของ (Likert Method)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับจุดสัมผัส (Touchpoint) ในการสมัครเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัย ประกอบด้วย จุดสัมผัสก่อนติดต่อ (Pre-store encounter), จุดสัมผัสระหว่างติดต่อ (Store encounter) และ จุดสัมผัสหลังการติดต่อ (Post-Store encounter) แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามวิธีของ (Likert Method)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นคำถามปลายเปิด

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อที่ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ในด้านความครอบคลุมเนื้อหา ความถูกต้องในการใช้สำนวนภาษาเหมาะสมกับนิยามและโครงสร้าง พร้อมทั้งตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา ผลการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของการวิจัย มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เฉลี่ยรวม เท่ากับ 0.98 ถือได้ว่าแบบสอบถามมีความเหมาะสม และคำนวณค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ในการวิจัยโดยคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า α ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับได้เท่ากับ 0.93

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อสรุปข้อมูลที่ได้จากการศึกษา อธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) โดยวิธี Principal Component Analysis และใช้วิธีหมุนแกนออร์ทogonal แบบวาริแมกซ์ (Varimax Orthogonal Rotation)

สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.00 อายุระหว่าง 18-22 ปี ร้อยละ 66.70 ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดขอนแก่น ร้อยละ 33.33 ส่วนใหญ่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 249 คน ร้อยละ 82.67 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือจากสื่อสังคมออนไลน์ (Facebook, Instagram, Tiktok) ร้อยละ 62.70 รองลงมาเป็น คำแนะนำจากครอบครัวหรือเพื่อน ร้อยละ 32.70 ช่องทางที่ได้รับข้อมูลมากที่สุดก่อนสมัครเรียน ได้รับข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ร้อยละ 39.00 รองลงมาเป็น เว็บไซต์มหาวิทยาลัย ร้อยละ

33.00 จากเพื่อนหรือครอบครัว ร้อยละ 23.70 และการแนะแนวในโรงเรียน ร้อยละ 4.30 ตามลำดับ โดยช่องทางการสมัครเรียนส่วนใหญ่สมัครเรียนด้วยตนเองที่มหาวิทยาลัย ร้อยละ 56.70 และสมัครผ่านเว็บไซต์ ร้อยละ 43.30 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเส้นทางของผู้บริโภคในการสมัครเข้าศึกษาที่มหาวิทยาลัย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ด้านการประเมินทางเลือก	4.20	0.667	มาก
ด้านการสมัครเรียน	4.19	0.695	มาก
ด้านความจงรักภักดี	4.18	0.708	มาก
ด้านการรับรู้	4.15	0.679	มาก
ด้านการบอกต่อ	4.13	0.783	มาก
ด้านความชื่นชอบ	3.99	0.725	มาก
โดยรวม	4.14	0.616	มาก

จากตารางที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเส้นทางของผู้บริโภคในการสมัครเข้าศึกษาที่มหาวิทยาลัย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, S.D.=0.616) เมื่อพิจารณาตามรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ ด้านการประเมินทางเลือก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$, S.D.= 0.667) รองลงมาคือ ด้านการสมัครเรียน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$, S.D.= 0.695) ด้านความจงรักภักดีอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$, S.D.= 0.708) ด้านการรับรู้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$, S.D.= 0.679) ด้านการบอกต่อ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$, S.D.= 0.783) ด้านความชื่นชอบ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$, S.D.= 0.725) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดสัมผัสในกระบวนการสมัครเข้าศึกษา (ภาพรวม)

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
จุดสัมผัสระหว่างติดต่อ	4.18	0.726	มาก
จุดสัมผัสหลังการติดต่อ	4.17	0.717	มาก
จุดสัมผัสก่อนติดต่อ	4.16	0.683	มาก
โดยรวม	4.17	0.666	มาก

จากตารางที่ 2 จุดสัมผัสในกระบวนการสมัครเข้าศึกษา ในภาพรวม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$, S.D.= 0.666) เมื่อพิจารณาตามรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ จุดสัมผัส

ระหว่างติดต่อก่อน ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.726) รองลงมาเป็น จุดสัมผัสหลังการติดต่อก่อน ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.717) และจุดสัมผัสก่อนติดต่อก่อน ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.683) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการสมัครเรียน

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการสมัครเรียนกับมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเส้นทางผู้บริโภคและจุดสัมผัส นำมากำหนดเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการสมัครเรียน 9 ปัจจัยหลัก และกำหนดตัวแปรที่จะศึกษาทั้งหมด 45 ตัวแปร ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) โดยวิธี Principal Component Analysis และใช้วิธีการหมุนแกนอโรทอนอลแบบวารีแมกซ์ (Varimax Orthogonal Rotation) เพื่อสกัดตัวแปรที่ไม่สำคัญออกไป การพิจารณาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการสมัครเรียนกับมหาวิทยาลัย พิจารณาค่าสัมประสิทธิ์คะแนนองค์ประกอบ (Factor Score Coefficient) ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไปเป็นตัวแปรสำคัญ

ตารางที่ 3 ค่า Kaiser-Meyer-Olkin's Measures of Sampling Adequacy (KMO)

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.964
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	10,827.519
	df	990
	Sig.	.000

จากตารางที่ 3 พบว่า ค่า KMO มีค่าเท่ากับ 0.964 มีค่าเข้าใกล้ 1 จึงสรุปได้ว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันหรือใช้ Bartlett's Test ซึ่งมีการแจกแจงโดยประมาณ โดยประมาณค่า Chi-Square ได้ค่า Chi-Square เท่ากับ 10,827.519 และค่า Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน จึงใช้ Factor Analysis วิเคราะห์โดยใช้วิธี Principal Component Analysis ได้

ตารางที่ 4 ค่าสถิติอธิบายค่าน้ำหนัก Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	22.658	50.351	50.351	22.658	50.351	50.351
2	2.053	4.562	54.913	2.053	4.562	54.913
3	1.579	3.509	58.423	1.579	3.509	58.423
4	1.402	3.117	61.539	1.402	3.117	61.539
5	1.154	2.565	64.104	1.154	2.565	64.104
6	1.097	2.438	66.542	1.097	2.438	66.542

จากตารางที่ 4 พบว่า องค์ประกอบที่มีค่า Eigen Values ที่เกิน 1.0 ประกอบไปด้วยทั้งหมด 6 องค์ประกอบ ที่บ่งบอกถึงความสามารถในการอธิบายความแปรปรวนของกลุ่มตัวแปรสำคัญที่สามารถนำมาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการสมัครเรียน หลังจากนั้นนำเอาตัวแปรที่วิเคราะห์ได้ทั้งหมดมาจัดให้อยู่ในกลุ่มปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งพิจารณาค่า Factor Loading โดยวิธีหมุนแกนแบบ Orthogonal Rotation ด้วยวิธี Varimax และพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์คะแนนองค์ประกอบ (Factor Score Coefficient) ที่มีคะแนนค่าน้ำหนักตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไปที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาให้เป็นตัวแปรสำคัญเพื่อนำไปสร้างเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการสมัครเรียนกับมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถนำมาจัดกลุ่มปัจจัยได้ทั้งหมด 6 กลุ่มปัจจัย แต่ละกลุ่มปัจจัยสำคัญนำมาตั้งชื่อตามปัจจัยส่วนใหญ่ที่อยู่ในกลุ่มนั้น ๆ ดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการสมัครเรียนกับ

มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ชื่อกลุ่มปัจจัย	ปัจจัย	ค่าน้ำหนัก
ปัจจัยที่ 1	V28: หากมีโอกาส ยินดีมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย	0.740
ความภาคภูมิใจและความ	V23: สนใจเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของมหาวิทยาลัย	0.722
ผูกพันต่อ แบรินด์	V30: มหาวิทยาลัยมีเครือข่ายศิษย์เก่าที่แข็งแกร่งและเป็นประโยชน์	0.714
มหาวิทยาลัย	V27: ยินดีแบ่งปันประสบการณ์ที่ดีเกี่ยวกับมหาวิทยาลัย	0.708
(University Brand	V25: ยินดีเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยหลังจากสำเร็จการศึกษา	0.701
Loyalty)	V29: มหาวิทยาลัยมีจุดเด่นที่ควรค่าแก่การแนะนำให้ผู้อื่นรับรู้	0.680
	V26: จะแนะนำมหาวิทยาลัยนี้ให้กับผู้ที่กำลังมองหาสถานศึกษาต่อ	0.665
	V22: รู้สึกภูมิใจที่เป็นส่วนหนึ่งของมหาวิทยาลัยแห่งนี้	0.598
	V24: รู้สึกว่ามหาวิทยาลัยสนับสนุนและดูแลนักศึกษาเป็นอย่างดี	0.570
	V42: การสื่อสารและติดตามผลอย่างต่อเนื่องหลังจากสมัครเรียน	0.567
	V41: รู้สึกพึงพอใจกับประสบการณ์การสมัครเรียนในมหาวิทยาลัย	0.541
	V43: ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนต่าง ๆ อย่างครบถ้วน	0.513
ปัจจัยที่ 2	V38: ช่องทางการติดต่อ มีความสะดวกและตอบกลับอย่างรวดเร็ว	0.681
ประสบการณ์การบริการ	V36: เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลจากอย่างเป็นมิตรและเป็นประโยชน์	0.647
และการสื่อสาร	V44: หากพบปัญหาในการสมัคร สามารถขอความช่วยเหลือได้ง่าย	0.647
(Service &	V39: สอบถามข้อมูลได้ง่ายและได้รับคำตอบที่ชัดเจนจากเจ้าหน้าที่	0.626
Communication	V37: การสมัครเรียนมีขั้นตอนที่ชัดเจนและง่ายต่อการดำเนินการ	0.625
Experience)	V34: คำแนะนำจากผู้ปกครอง ครูแนะแนว หรือเพื่อนมีผลต่อการพิจารณา	0.567
	V35: รู้สึกว่ามหาวิทยาลัยมีภาพลักษณ์ที่ดีและเหมาะสมกับตนเอง	0.563
	V32: เว็บไซต์และสื่อออนไลน์ของมหาวิทยาลัยมีข้อมูลที่เป็นประโยชน์	0.561
	V40: เข้าร่วมกิจกรรมแนะแนวมหาวิทยาลัยช่วยให้ตัดสินใจได้ง่ายขึ้น	0.552
	V31: สามารถค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยได้ง่ายและสะดวก	0.508
	V45: จะแนะนำมหาวิทยาลัยนี้ให้กับผู้อื่นที่กำลังมองหาที่เรียนต่อ	0.502

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ชื่อกลุ่มปัจจัย	ปัจจัย	ค่าน้ำหนัก
ปัจจัยที่ 3 ภาพลักษณ์และการสื่อสารการตลาดของมหาวิทยาลัย (University Brand Image)	V3: สื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยช่วยให้สนใจสมัครเรียน	0.741
	V1: ทราบข้อมูลเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยจากหลายช่องทางที่เข้าถึงได้	0.723
	V2: มหาวิทยาลัยมีภาพลักษณ์ที่น่าสนใจและเป็นที่ยอมรับได้ดี	0.701
	V4: การโฆษณาของมหาวิทยาลัยมีความน่าเชื่อถือและดึงดูดใจ	0.579
	V5: ข้อมูลเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยสามารถเข้าถึงได้ง่ายผ่านช่องทางออนไลน์	0.514
ปัจจัยที่ 4 อิทธิพลทางสังคมและผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Social & Influencer Impact)	V7: ปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย หลักสูตร และชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยส่งผลต่อการพิจารณาเลือกเรียน	0.698
	V8: รู้สึกว่ามหาวิทยาลัยให้ข้อมูลที่โปร่งใสและน่าเชื่อถือ	0.573
	V9: การพูดคุยหรือสอบถามข้อมูลกับเจ้าหน้าที่ช่วยให้ตัดสินใจได้ดีขึ้น	0.566
	V13: ประสบการณ์จากนักศึกษา ศิษย์เก่า หรือคำแนะนำจากคนรอบตัวส่งผลต่อความชื่นชอบต่อมหาวิทยาลัย	0.513
	V14: ข้อมูลเกี่ยวกับชีวิตนักศึกษาและกิจกรรมในมหาวิทยาลัยช่วยให้รู้สึกสนใจมากขึ้น	0.507
ปัจจัยที่ 5 กระบวนการสมัคร (Seamless Admission Process)	V21: มีความตั้งใจที่จะศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยนี้จนสำเร็จการศึกษา	0.681
	V19: ช่องทางการชำระค่าธรรมเนียมมีความสะดวกและปลอดภัย	0.665
	V16: กระบวนการรับสมัครของมหาวิทยาลัยมีความสะดวกไม่ซับซ้อน	0.567
	V20: ติดตามสถานการณ์สมัครได้ง่ายและได้รับข้อมูลที่ชัดเจน	0.528
ปัจจัยที่ 6 หลักสูตร	V18: มหาวิทยาลัยมีระบบสนับสนุนที่ช่วยให้การสมัครเรียนเป็นไปอย่างราบรื่น	0.518
	V10: มหาวิทยาลัยมีตัวเลือกหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการ	0.623

เสนอแนวทางการประชาสัมพันธ์รับสมัครนักศึกษาใหม่ของมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จากการศึกษารูปแบบการเดินทาง (Customer Journey) และจุดสัมผัส (Touchpoint) ในการสมัครเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยมาพิจารณาเสนอเป็น 6 แนวทางการวางแผนประชาสัมพันธ์และรับสมัครนักศึกษาของมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดังนี้

1. การนำเสนอหลักสูตรตรงกับความต้องการ (Program Relevance)

มุ่งเน้นการสื่อสารเพื่อรับรู้ของผู้สมัครว่ามหาวิทยาลัยมีหลักสูตรและทางเลือกการเรียนที่ตรงกับ ความสนใจ สอดคล้องกับความต้องการและเป้าหมายอาชีพของตน นำเสนอความต้องการของตลาดแรงงาน ทิศทางอาชีพ ความทันสมัยของเนื้อหา ความสามารถในการประยุกต์ใช้จริง และโอกาสในการพัฒนาทักษะ ที่เป็นที่ต้องการในอนาคต ซึ่งข้อมูลเหล่านี้เป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเรียน

2. อิทธิพลทางสังคมและผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Social & Influencer Impact)

อิทธิพลจากบุคคลรอบข้างหรือผู้มีอิทธิพลทางสังคม (เช่น ศิษย์เก่า ครอบครัว เพื่อน หรือ Influencer) ที่ส่งผลต่อการรับรู้และการตัดสินใจเลือกมหาวิทยาลัย โดยใช้กลยุทธ์ “นักศึกษาเป็นผู้สื่อสารแบรนด์” (Student Ambassadors) รวมถึงจัดกิจกรรมร่วมกับผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencers) ด้านการศึกษา แชร์ประสบการณ์ หรือการยืนยันคุณค่าของสถาบัน เพื่อขยายการรับรู้ผ่านประสบการณ์จริงและคำบอกต่อ (Word-of-mouth)

3. ประสบการณ์การบริการและการสื่อสาร (Service & Communication Experience)

มุ่งเน้นคุณภาพของการบริการและประสบการณ์การสื่อสารของมหาวิทยาลัยที่ผู้สมัครได้รับ ตั้งแต่ช่องทางการติดต่อ ความรวดเร็วในการตอบกลับ ความชัดเจนของข้อมูล ไปจนถึงความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจและทัศนคติต่อมหาวิทยาลัย

4. กระบวนการสมัคร (Seamless Admission Process)

จัดกระบวนการสมัครเรียนที่มีความสะดวก ความรวดเร็ว และชัดเจน ตั้งแต่การค้นหาข้อมูล การสมัครระบบออนไลน์และสมัครด้วยตนเอง การชำระค่าธรรมเนียม การสัมภาษณ์ ไปจนถึง การยืนยันสิทธิ์และการติดตามผล ซึ่งช่วยลดความซับซ้อน สร้างความมั่นใจและความประทับใจให้กับผู้สมัคร

5. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย (University Brand Image)

เน้นการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ (Perception) ของผู้สมัครต่อภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย เช่น ความน่าเชื่อถือ ความน่าสนใจของสื่อประชาสัมพันธ์ ความโดดเด่นของแบรนด์ และการเข้าถึงข้อมูลที่สะดวกผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการสร้าง “ความต้องการสมัครเรียน”

6. ความภักดีและความผูกพันต่อแบรนด์มหาวิทยาลัย (University Brand Loyalty)

จัดกิจกรรมเพื่อสร้างความรู้สึผูกพันทางอารมณ์และพฤติกรรมของนักศึกษาหรือผู้สมัครต่อมหาวิทยาลัย เช่น ความภูมิใจ ความภาคภูมิใจในสถาบัน ความเต็มใจในการแนะนำหรือประชาสัมพันธ์ให้ผู้อื่น และการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมของมหาวิทยาลัย แม้หลังสำเร็จการศึกษา

อภิปรายผลการวิจัย

ศึกษารูปแบบเส้นทางของผู้บริโภคในการสมัครเรียนกับมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ข้อมูลของมหาวิทยาลัยผ่านช่องทางออนไลน์ และทำการค้นหาข้อมูลหลักสูตรเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบและประเมินทางเลือกในการตัดสินใจ สอดคล้องกับ สลิลาทิพย์ ทิพย์ไกรสร (2561) ที่ศึกษาเส้นทางของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลที่มีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและใช้การตลาดออนไลน์มากขึ้น องค์กรสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไปยังกลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ในแพลตฟอร์มต่าง ๆ รวมถึงสื่อออฟไลน์ เมื่อลูกค้ากลุ่มเป้าหมายทราบข้อมูลแล้ว จะทำการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อทำการเปรียบเทียบกับตราสินค้าอื่น และประเมินทางเลือกในการตัดสินใจ เช่นเดียวกับ

นงเยาว์ ชัดวิงษ์ (2562) ที่พบว่าช่องทางในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีสูงสุด คือ สื่อออนไลน์ และงานวิจัยของ ณัฐสิมา นครกันท์ และ พัทนี เขยจรรยา (2023) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยเชิงสาเหตุ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z พบว่า ความชอบและสนใจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ ค้นหาข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์หลาย ๆ แหล่งที่มา และต้องการให้มีสื่อประชาสัมพันธ์ที่ทันสมัยของข้อมูลเพื่อประกอบในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ นงนุช ไชยผาสุข (2568) พบว่า การพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ที่มีคุณภาพจะสร้างความไว้วางใจ และในส่วนของ การสมัครเรียน ผู้สมัครมีความพึงพอใจกับระบบการสมัครเรียน มหาวิทยาลัยมีระบบสนับสนุนช่วยให้การสมัครเรียนเป็นไปอย่างราบรื่นทำให้รู้สึกมั่นใจ และยินดีที่จะบอกต่อ ซึ่งสอดคล้องกับ พิชาอร พงษ์โสภณ และ นิภา นิรุตติกุล (2562) ที่พบว่า พฤติกรรมที่เกิดขึ้นหลังจากการตัดสินใจซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ หากได้รับความพอใจจะแสดงความจงรักภักดีด้วยการซื้อซ้ำและบอกต่อไปยังบุคคลอื่น และ Darman et al. (2024) พบว่า การเดินทางของลูกค้า ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ การรับรู้ ความสนใจ/การพิจารณา การตัดสินใจ การเก็บรักษา และการสนับสนุน โดยเน้นถึงความสำคัญของโซเชียลมีเดีย ความสะดวกในการเข้าถึงความยั่งยืน และประสบการณ์ของผู้ใช้ในเชิงบวก ในการเพิ่มความภักดีของลูกค้า

ผลการศึกษาจุดสัมผัสที่สำคัญในการสมัครเข้าศึกษาต่อ ได้แก่ กระบวนการสมัครเรียนมีขั้นตอนที่ชัดเจนและง่ายต่อการดำเนินการ ได้รับการตอบรับและการให้ข้อมูลจากเจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยอย่างเป็นมิตรและเป็นประโยชน์ รวมถึงมีช่องทางการติดต่อ เช่น โทรศัพท์ อีเมล หรือโซเชียลมีเดีย มีความสะดวกและตอบกลับอย่างรวดเร็ว สามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ง่ายและได้รับคำตอบที่ชัดเจนจากเจ้าหน้าที่ สอดคล้องกับ Weidig et al. (2024) ศึกษาความสำคัญของจุดสัมผัสส่วนบุคคลในการปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้าเน้นว่าลูกค้าต้องการปฏิสัมพันธ์ส่วนบุคคลมากขึ้นซึ่งมีความสำคัญต่อทั้งความสำเร็จทางธุรกิจและความพึงพอใจของลูกค้า และ Becker and Rech (2024) พบว่า จุดสัมผัสของลูกค้า คือ การโต้ตอบระหว่างลูกค้าและองค์กรตลอดเส้นทางของพวกเขา รวมถึงแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ และอีเมลเมอร์ชานด์สเหล่านี้มีอิทธิพลต่อประสบการณ์และการรับรู้ของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้งาน

1.1 สร้างภาพลักษณ์แบรนด์มหาวิทยาลัยอย่างเป็นระบบ โดยเน้นจุดแข็ง เช่น คุณภาพการสอน ความเป็นเลิศทางวิชาการ และโอกาสอาชีพของศิษย์เก่า เพื่อเสริมความเชื่อมั่นและความภักดีระยะยาว

1.2 พัฒนาช่องทางการสื่อสารดิจิทัล ให้รวดเร็วและเป็นมิตร จัดขั้นตอนการรับสมัครง่ายและชัดเจน ด้วยระบบออนไลน์ การแจ้งผลอัตโนมัติ และช่องทางให้คำปรึกษาแบบทันที

1.3 ใช้พลังนักศึกษาและผู้มีอิทธิพลทางสังคม เป็นผู้สื่อสารแบรนด์ ถ่ายทอดประสบการณ์จริง และสร้างการบอกต่อที่น่าเชื่อถือ รวมถึงสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับนักศึกษาและศิษย์เก่า ผ่านกิจกรรมสร้างความภูมิใจ

1.4 ปรับหลักสูตรให้ตอบโจทย์ตลาดแรงงานยุคใหม่ เช่น ทักษะดิจิทัล ผู้ประกอบการ และการเรียนแบบยืดหยุ่น เพื่อให้ผู้เรียนมั่นใจว่าหลักสูตรสอดคล้องกับอนาคต

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาจากนักศึกษาในภาพรวม ในคราวต่อไปควรเจาะจงกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมนักศึกษาหรือผู้สมัครจากหลายภูมิภาค เพื่อสามารถจัดทำกลยุทธ์การตลาดให้เข้าถึงนักศึกษาในแต่ละพื้นที่ได้

2.2 การวิจัยในอนาคตควรเปรียบเทียบระหว่างสาขาวิชาหรือระดับการศึกษา เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสมัครเรียนและความภักดีระหว่างนักศึกษา ระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก หรือระหว่างสาขาวิชาที่มีลักษณะต่างกัน

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐสิมา นครกันต์ และ พัทธนี เชยจรรยา. (2023). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z. *วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์*. 28(1), 142-151.
- นงนุช ไชยผาสุข. (2568). กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 15(2), 247-259.
- นงเยาว์ ชัดวงษ์. (2562). การศึกษาช่องทางการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ ที่ส่งผลต่อการเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. http://www.repository.rmutt.ac.th/dspace/bitstream/123456789/3591/2/25630520_Nongyao.K_Research.pdf
- นุชรารภรณ์ เลี้ยงรี นรมย์. (2565). มหาวิทยาลัยไทยแบบไหนครองใจนักศึกษาไทย. <https://www.theprachakorn.com>
- พิชชาอร พงษ์โสภณ. (2562). แบบจำลองการเดินทางของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประเภทแฟชั่นเครื่องแต่งกายของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวาย. *วารสารสังคมศาสตร์มนุษยศาสตร์*. 45(2), 214-237.
- สลิลาทิพย์ ทิพย์ไกรสร. (2561). เส้นทางของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล โจทย์ใหม่ทางการตลาด. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 10(2), 294-402.
- สำนักงานปลัด กระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม. (2567, 7 มีนาคม). ข้อมูลสถาบันอุดมศึกษา. https://info.mhesi.go.th/homestat_academy.php

- Becker, L and Rech, E. (2024). *Sensorial Customer Experiences in Online Touchpoints*. Emerald (MCB UP). <https://doi.org/10.1108/978-1-83753-686-320241002>
- BeTaskConsulting. (ม.ป.ป.). *Customer Journey คืออะไร ตัวอย่างการวิเคราะห์ 5 ขั้นตอน*. <https://betaskthai.com/how-to-create-5-steps-customer-journey/>
- Cambra-Fierro, J., Patrício, L., Polo-Redondo, Y and Trifu, A. (2024). It's the moment of truth: a longitudinal study of touchpoint influence on business-to-business relationships. *Journal of Research in Interactive Marketing*. <https://doi.org/10.1108/jrim-07-2022-0227>
- Darman, F., Ciptosari, F and Wadhi, Y. P. H. (2024). Analisis customer journey pengguna noabike. *Journal Manajemen Pemasaran*, 18(2), 107–114. <https://doi.org/10.9744/pemasaran>
- Hesham O. D and Mohamed F. M. (2022). The Effect of Online and Offline Touchpoints on Customer Experience and Brand Performance. In *Advances in Marketing, Customer Relationship Management, and e-Services Book Series*, 136–160. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-5844-0.ch007>
- Mele, C., Di Bernardo, I., Ranieri, A and Russo Spena, T. (2024). Phygital customer journey: a practice-based approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 27(3), 388–412. <https://doi.org/10.1108/qmr-08-2023-0102>
- Okeke, N. I., Alabi, O. A., Igwe, A. N., Ofodile, O. C and Ewim, P.-M. (2024). Customer journey mapping framework for SMES: Enhancing customer satisfaction and business growth. *World Journal Of Advanced Research and Reviews*. <https://doi.org/10.30574/wjarr.2024.24.1.3206>
- Siddiqui, K. (2013). Heuristics for Sample Size Determination in Multivariate Statistical Techniques. *World Applied Sciences Journal*, 27(2). [https://www.idosi.org/wasj/wasj27\(2\)13/20.pdf](https://www.idosi.org/wasj/wasj27(2)13/20.pdf)
- STEPS Academy. (2568, 17 กันยายน). Customer journey สิ่งสำคัญที่นักการตลาดและผู้ประกอบการต้องรู้. <https://www.stepstraining.co/th/blog/strategy-customer-journey-to-know>
- Weidig, J., Weippert, M and Kuehn, C. (2024). Personalized touchpoints and customer experience: A conceptual synthesis. *Journal of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114641>

ความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนต่อการบริหารงานโรงเรียนประถมศึกษา
ตำบลบางพลีน้อย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการ เขต 2
Parent's Satisfaction towards Management of Primary School in
Bang Phli Noi Subdistrict Samutprakan Primary Education
Service Area Office 2

รัตนาภรณ์ ศรีทอง¹ และ นิวัตต์ น้อยมณี^{2*}

Ruttanaporn Srikong¹ and Niwat Noymanee^{2*}

^{1,2}คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

^{1,2}Faculty of Education, Bangkok Suvarnabhumi University

*Corresponding author's email address: ruttananporn1122@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

1 กรกฎาคม 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

16 ธันวาคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

24 ธันวาคม 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจและเปรียบเทียบการบริหารงานที่ผู้ปกครองมีต่อโรงเรียนประถมศึกษา ตำบลบางพลีน้อย สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการเขต 2 จำแนกตามอายุ เพศ วุฒิการศึกษาและอาชีพ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ปกครองของนักเรียนโรงเรียนประถมศึกษาในตำบลบางพลีน้อย จำนวน 123 คน ได้มาโดยการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ เปรียบเทียบสัดส่วนประชากรโดยใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับด้วยวิธีของครอนบาร์ค เท่ากับ .822 วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าเฉลี่ย ทดสอบความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างด้วยค่าทีและวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว ผลการวิจัย พบว่า 1) ผู้ปกครองนักเรียนมีความพึงพอใจต่อการบริหารงานโรงเรียนประถมศึกษาในตำบลบางพลีน้อย อยู่ในระดับมาก 2) ความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนต่อการบริหารงาน 4 ด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, ผู้ปกครองของนักเรียน, การบริหารงานโรงเรียน

ABSTRACT

The objective of the study were 1) to study the level of parents' opinions towards the management of primary school in Bangplinoi subdistrict Samutprakan primary education

service area office 2, and 2) to compare their parents' opinions towards the management of primary school in Bangplinoi subdistrict Samutprakan primary education service area office 2. The sample group of the research was 123 parents in the academic year 2024. The sampling stratified method by comparing population proportions and samples by school and using simple random sampling. The instruments used in the study were a 5 - level rating scale questionnaire with the reliability of the whole edition at the level .822 by Cronbach's Alpha Coefficient. The data were analyzed by using mean and standard deviation, t-test, and one-way analysis of variance. The finding of the research indicated that 1) the parents of students were highly satisfied with the administration of primary schools in Bang Phli Noi Subdistrict, and 2) the parents' satisfaction with the administration of 4 aspects was significantly different at the .05 level.

Keywords: Satisfaction, Parents of Students, School Management

บทนำ

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 แก้ไขเพิ่มเติมโดย (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2545 (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2553 และ (ฉบับที่ 4) พ.ศ.2562 ได้ให้ความสำคัญต่อการจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาคนตามมาตรา 6 ซึ่งบัญญัติให้การจัดการศึกษาต้องเป็นไปเพื่อพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้ คุณธรรม มีจริยธรรมและวัฒนธรรมแห่งชีวิต สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข มาตรา 7 กำหนดให้กระบวนการจัดการเรียนการสอนต้องมุ่งปลูกฝังให้มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการเมือง การปกครองระบอบประชาธิปไตยที่มีพระมหากษัตริย์เป็นประมุขนั้นมีบทบาทสำคัญในการปกป้องและส่งเสริมสิทธิ หน้าที่ เสรีภาพ การยึดถือกฎหมาย ความเท่าเทียม และศักดิ์ศรีของมนุษย์ รวมถึงการสร้าง ความภูมิใจในความเป็นไทย ระบบนี้ยังมีความสามารถในการรักษาผลประโยชน์ร่วมของชาติ พร้อมกับ สนับสนุนการพัฒนาในด้านศาสนา ศิลปวัฒนธรรม กีฬา ภูมิปัญญาไทย ภูมิปัญญาท้องถิ่น และองค์ความรู้ ที่เป็นมาตรฐานสากล นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นการดูแลสุขภาพกาย ใจ และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งกระตุ้นให้เกิด ความสามารถในการทำงานอย่างสร้างสรรค์ ความคิดริเริ่ม ความเป็นอิสระ และการเรียนรู้ด้วยตนเอง อย่างต่อเนื่อง (กระทรวงศึกษาธิการ, 2563)

การจัดการศึกษาในปัจจุบันเป็นการบริหารแบบกระจายอำนาจตามกฎหมายว่าด้วย การศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 และแก้ไขเพิ่มเติมมาตรา 29 ซึ่งกำหนดให้สถานศึกษาต้องร่วมมือกับบุคคล ครอบครัว ชุมชน องค์กรวิชาชีพ สถาบันศาสนา สถานประกอบการและสถาบันสังคมอื่น ๆ เพื่อส่งเสริม ความเข้มแข็งของชุมชน เพื่อให้ชุมชนสามารถอบรม คัดคว้าหาความรู้ รวมถึงสรรหาภูมิปัญญาและ

หลักคำสอนที่เหมาะสม เพื่อพัฒนาชุมชนให้ตอบโจทยปัญหาและความต้องการได้อย่างสอดคล้อง นอกจากนี้ยังเน้นการสนับสนุนการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ด้านการพัฒนาระหว่างชุมชน มาตรา 39 ได้ระบุให้กระทรวงดำเนินการกระจายอำนาจการบริหารและจัดการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับวิชาการ งบประมาณ การบริหารงานบุคคล และการบริหารทั่วไป ไปยังคณะกรรมการ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาและสถานศึกษาในเขตพื้นที่โดยตรง โดยมีหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวงเพื่อประกันความชัดเจนในการดำเนินงาน (กระทรวงศึกษาธิการ, 2563)

เนื้อหาข้างต้นสะท้อนแนวคิดที่ระบุไว้ในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม ซึ่งให้ความสำคัญกับการกระจายอำนาจด้านการจัดการศึกษาลงสู่ระดับท้องถิ่น โดยเปิดโอกาสให้สถานศึกษาและชุมชนมีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจและบริหารจัดการศึกษาในพื้นที่ของตนเอง การดำเนินการดังกล่าวสอดคล้องกับหลักการที่มุ่งส่งเสริมการตัดสินใจใกล้ชิดกับผู้ที่ได้รับผลกระทบโดยตรง อันได้แก่ ผู้เรียนและชุมชนในขณะเดียวกันยังสนับสนุนให้ชุมชน โดยเฉพาะผู้ปกครองเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลและรับผิดชอบต่อการดำเนินงานของโรงเรียน นอกจากนี้ ยังเน้นย้ำถึงการปฏิรูปกระบวนการเรียนรู้ที่ปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะที่ดีในตัวบุคคล ตลอดจนการสร้างสังคมฐานความรู้ ส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อสนับสนุน รวมถึงจัดสรรทรัพยากรและการลงทุนด้านการศึกษาให้ตอบโจทยการพัฒนาทั้งในระดับบุคคลและสังคม เพื่อก้าวเข้าสู่สังคมแห่งการเรียนรู้อย่างสมบูรณ์ รัฐบาลตระหนักดีว่าในปัจจุบันยังต้องได้รับการพัฒนาในหลายมิติ โดยเฉพาะมิติของการพัฒนาบุคคลอย่างรอบด้าน ให้ครอบคลุมทั้งร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้ ศิลธรรม และวัฒนธรรม เพื่อสร้างพื้นฐานสำหรับการอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างมีความสุข กระบวนการนี้ควรได้รับการบูรณาการและเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้ผู้เรียนจะอยู่นอกห้องเรียนก็ตาม ดังนั้น ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่ผู้ปกครอง ชุมชน ครู ผู้บริหารโรงเรียน และหน่วยงานต่าง ๆ ในส่วนกลาง รวมถึงสื่อมวลชนล้วนต้องตระหนักถึงความรับผิดชอบร่วมกันในการสร้างเยาวชนในวันนี้ให้เป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ พร้อมเผชิญหน้ากับความท้าทายในระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เพื่อขับเคลื่อนประเทศให้มีความก้าวหน้ายิ่งขึ้นในอนาคต (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2558)

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการเขต 2 ซึ่งภารกิจหลักในการบริหารจัดการศึกษาระดับปฐมวัยและการศึกษาขั้นพื้นฐานในพื้นที่ 3 อำเภอ ประกอบด้วย อำเภอบางพลี อำเภอบางเสาธง และอำเภอบางบ่อ แบ่งออกเป็น 5 เครือข่าย กลุ่มบางพลี 1 บางพลี 2 บางเสาธง บางบ่อ 1 และบางบ่อ 2 มีความมุ่งมั่นที่จะเป็นองค์กรที่เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงและมีความพร้อมในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานตามภารกิจให้มีคุณภาพประสิทธิภาพที่มุ่งผลสัมฤทธิ์โดยน่านโยบายและจุดเน้นสำคัญตามกลยุทธ์หลัก เน้นการเตรียมความพร้อมและสร้างความเข้มแข็งของระบบบริหารจัดการแบบการมีส่วนร่วมทั้งองค์กร พร้อมปรับทัศนให้ก้าวทันกับการเปลี่ยนแปลงเพื่อก้าวสู่เป้าหมายอย่างมีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการ เขต 2, 2564)

โรงเรียนประถมศึกษาในตำบลบางพลีน้อย ซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการ เขต 2 มีบทบาทหลักในการจัดการเรียนการสอนเพื่อให้นักเรียนบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร ทั้งในด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของทุกกลุ่มสาระการเรียนรู้ รวมถึงการพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ต่าง ๆ ควบคู่ไปกับการปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม ตลอดจนส่งเสริมสุขนิสัย สุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดี โดยได้รับการสนับสนุนจากปัจจัยในด้านวิชาการ ด้านบุคลากร ด้านงบประมาณ และการบริหารทั่วไป โดยยึดหลักการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารโรงเรียน ผู้ปกครองส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้างที่มีรายได้ไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับโอกาสในการจ้างงาน ซึ่งบางวันอาจไม่มีรายได้เลย นอกจากนี้ นักเรียนในโรงเรียนยังย้ายมาจากหลากหลายพื้นที่ อันเป็นผลมาจากการติดตามผู้ปกครองที่มักมีการเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัยบ่อยครั้ง ส่งผลให้เกิดปัญหาในเรื่องการปรับตัวเมื่ออยู่ร่วมกัน เช่น ปัญหาการหนีเรียน การขาดความสนใจในเรื่องการเรียน หรือการไม่ทำการบ้าน ในที่สุดครูจึงต้องแบกรับหน้าที่แก้ไขปัญหาเหล่านี้ผ่านกระบวนการจัดการเรียนการสอน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตราด, 2557)

จากปัญหาที่เกิดขึ้นดังกล่าว ได้ส่งผลต่อคุณภาพและการดำเนินการจัดการเรียนการสอน ทำให้จำเป็นต้องศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ปกครองต่อการบริหารงานของโรงเรียน เพื่อให้โรงเรียนสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยถือเป็นความรับผิดชอบร่วมกันของบุคลากรในสถานศึกษา แม้จะมีความแตกต่างในขนาดของโรงเรียนหรือจำนวนนักเรียนก็ตาม การศึกษาในครั้งนี้จะครอบคลุมด้านการบริหารวิชาการ การบริหารงานบุคลากร งบประมาณ และการจัดการทั่วไป ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้จะเป็นข้อมูลสำคัญในการพัฒนาระบบการจัดการศึกษาเพื่อให้นักเรียนได้รับประโยชน์สูงสุด ตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้ปกครอง และใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการบริหารงานของโรงเรียนให้มีมาตรฐานที่ดียิ่งขึ้นในอนาคต

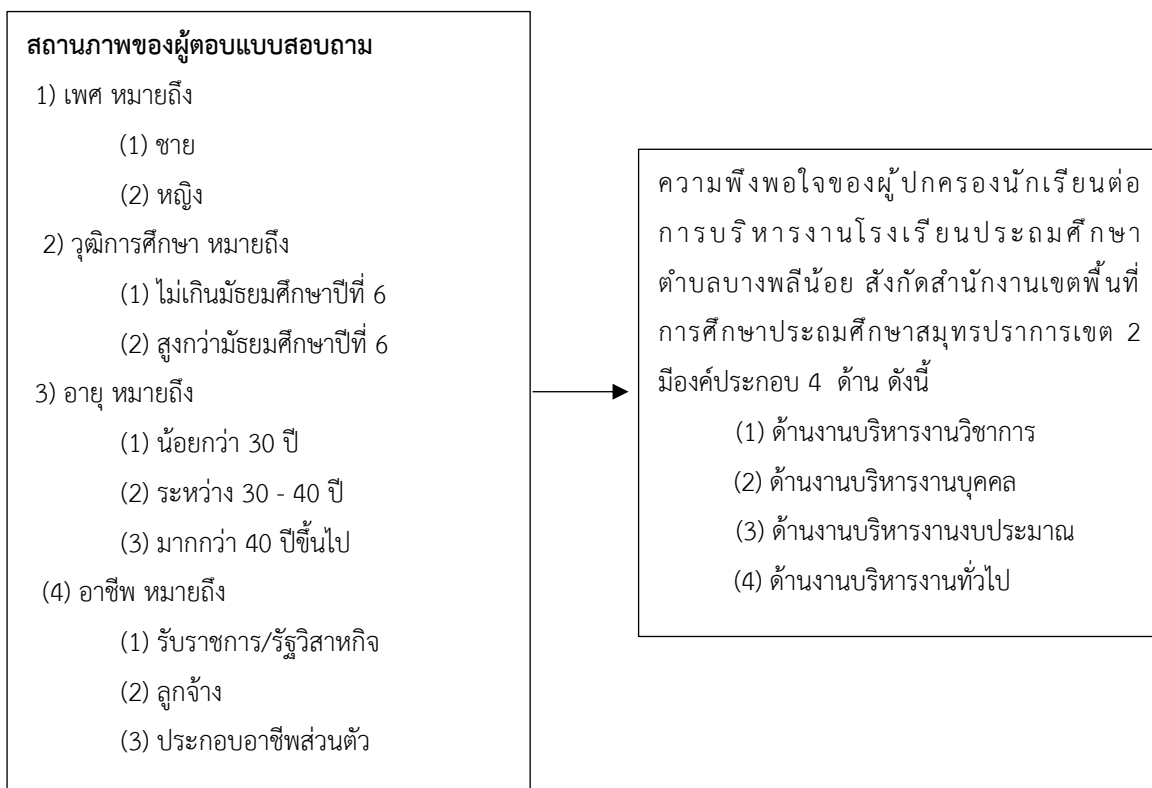
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนต่อการบริหารงานโรงเรียนประถมศึกษาตำบลบางพลีน้อย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการ เขต 2
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนต่อการบริหารงาน 4 ด้าน ของโรงเรียนประถมศึกษาในตำบลบางพลีน้อย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการ เขต 2

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร ได้แก่ ผู้ปกครองโรงเรียนวัดเกาะแก้ว อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการจำนวน 180 คน
2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ปกครองโรงเรียนวัดเกาะแก้ว อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยใช้การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของเครซีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan) จำนวน 123 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอนและการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถาม ประกอบด้วยอายุ เพศ วุฒิการศึกษาและอาชีพ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเพื่อศึกษาความพึงพอใจที่ผู้ปกครองมีต่อการบริหารงานโรงเรียนประถมศึกษาในตำบลบางพลีน้อย จำนวน 4 ด้าน คือ

1. ด้านงานบริหารงานวิชาการ
2. ด้านงานบริหารงานบุคคล
3. ด้านงานบริหารงานงบประมาณ
4. ด้านงานบริหารงานทั่วไป

แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) มี 5 ระดับ ของลิเคอร์ท (Likert's Five Rating scale) กำหนดเกณฑ์วัดระดับ (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) ดังนี้

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 – 5.00 หมายความว่า ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 – 4.50 หมายความว่า ระดับมาก

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51 – 3.50 หมายความว่า ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.51 – 2.50 หมายความว่า ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 – 1.50 หมายความว่า ระดับน้อยที่สุด

วิธีรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการส่งความพึงพอใจที่ผู้ปกครองมีต่อการบริหารงานโรงเรียนประถมศึกษาในตำบลบางพลีน้อย ไปยังโรงเรียนและดำเนินการติดตามจากการติดต่อ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 จัดเตรียมแบบสอบถามความพึงพอใจที่ผู้ปกครองมีต่อการบริหารงานโรงเรียนประถมศึกษาในตำบลบางพลีน้อย โดยผู้วิจัยดำเนินการทำหนังสือขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากภาคีแล้วดำเนินการส่งเครื่องมือไปยังโรงเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทางอีเมล

ขั้นตอนที่ 2 ดำเนินการเก็บข้อมูล โดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถส่งข้อมูลกลับได้ในรูปแบบออนไลน์ (Google Form) ผู้วิจัยได้มีการติดต่อกับทางโรงเรียนเพื่อประสานงานในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามวันและเวลาที่นัดหมาย

ขั้นตอนที่ 3 นำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมข้อมูลแล้วมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบ แล้วตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้

ขั้นตอนที่ 4 นำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติและรายงานผลการวิจัยต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย สถิติพื้นฐาน ได้แก่

1. ความถี่ (Frequency)
2. ค่าร้อยละ (Percentage)
3. ค่าเฉลี่ย (Mean)
4. ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

ผลการวิจัย

1. วิเคราะห์ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถาม ดังนี้

1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 123 คน แยกตามประเภทได้คือ อายุผู้ตอบแบบสอบถามที่น้อยกว่า 30 ปี 11 คน คิดเป็นร้อยละ 8.94 อายุระหว่าง 30-40 ปี 34 คน คิดเป็นร้อยละ 27.64 และอายุมากกว่า 40 ปี ขึ้นไป 78 คน คิดเป็นร้อยละ 63.42 เพศที่ตอบแบบสอบถาม เพศชาย 34 คน คิดเป็นร้อยละ 27.64 และเพศหญิง 89 คน คิดเป็นร้อยละ 72.36 วุฒิการศึกษาที่ตอบแบบสอบถามไม่เกินมัธยมศึกษาปีที่ 6 53 คน คิดเป็นร้อยละ 43.09 และสูงกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 70 คน คิดเป็นร้อยละ 56.91 และอาชีพที่ตอบแบบสอบถามรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ 21 คน คิดเป็นร้อยละ 17.07 ลูกจ้าง 79 คน คิดเป็นร้อยละ 64.23 และประกอบอาชีพส่วนตัว 23 คน คิดเป็นร้อยละ 18.70

2. วิเคราะห์ความพึงพอใจที่ ผู้ปกครองมีต่อการบริหารงานโรงเรียนประถมศึกษา ในตำบลบางพลีน้อย โดยจำแนกตามอายุ เพศ วุฒิการศึกษาและอาชีพ ดังนี้

2.1 จากการวิเคราะห์ผู้ปกครองมีความพึงพอใจต่อการบริหารงานโรงเรียน พบว่า เพศที่ต่างกัน มีผลโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านงานบริหารงานวิชาการ บริหารงานบุคคลและบริหารงานงบประมาณ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านงานบริหารงานทั่วไปแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เพศชายมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$, S.D.= .04) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านงานบริหารงานทั่วไป ($\bar{X} = 4.06$, S.D.= .08) ด้านงานบุคคล ($\bar{X} = 4.05$, S.D.= .07) และ ด้านงานวิชาการ ($\bar{X} = 4.04$, S.D.= .07) เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$, S.D.= .25) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านงบประมาณ ($\bar{X} = 4.14$, S.D.= .27) ด้านงานบุคคล ($\bar{X} = 4.12$, S.D.= .26) ด้านงานวิชาการ ($\bar{X} = 4.10$, S.D.= .25)

2.2 จากการวิเคราะห์ผู้ปกครองมีความพึงพอใจต่อการบริหารงานโรงเรียน พบว่า วุฒิการศึกษาที่ต่างกันมีผลโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 วุฒิการศึกษาไม่เกินมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$, S.D.= .11) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านวิชาการ ($\bar{X} = 4.04$, S.D.= .11) ด้านงบประมาณ ($\bar{X} = 4.04$, S.D.= .12) ด้านงานทั่วไป ($\bar{X} = 4.03$, S.D.= .10) และวุฒิการศึกษาที่สูงกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$, S.D.= .26) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านงบประมาณ ($\bar{X} = 4.17$, S.D.= .27) ด้านงานทั่วไป ($\bar{X} = 4.15$, S.D.= .31) ด้านวิชาการ ($\bar{X} = 4.12$, S.D.= .26)

2.3 จากการวิเคราะห์ผู้ปกครองมีความพึงพอใจต่อการบริหารงานโรงเรียน พบว่า อายุที่ต่างกัน มีผลโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านแตกต่างกัน

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อายุที่มีต่างกันมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$, S.D.= .21) ผู้ปกครองที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$, S.D.= .40) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านงบประมาณ ($\bar{X} = 4.27$, S.D.= .41) รองลงมาได้แก่ ด้านงานบุคคล ($\bar{X} = 4.24$, S.D.= .39) และด้านที่อยู่อันดับสุดท้ายได้แก่ ด้านวิชาการ ($\bar{X} = 4.16$, S.D.= .41) ส่วนผู้ปกครองที่มีอายุ 30-40 ปี ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$, S.D.= .26) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านงานทั่วไป ($\bar{X} = 4.19$, S.D.= .29) ด้านงบประมาณ ($\bar{X} = 4.18$, S.D.= .26) ด้านวิชาการ ($\bar{X} = 4.15$, S.D.= .27) ส่วนผู้ปกครองที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$, S.D.= .12) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านงบประมาณ ($\bar{X} = 4.07$, S.D.= .16) ด้านงานบุคคล ($\bar{X} = 4.05$, S.D.= .11) ด้านงานทั่วไป ($\bar{X} = 4.05$, S.D.= .14)

2.4 จากการวิเคราะห์ความพึงพอใจที่ผู้ปกครองมีต่อการบริหารงานโรงเรียน พบว่า อาชีพที่ต่างกันมีผลโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อาชีพที่ต่างกันมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$, S.D.= .22) ผู้ปกครองที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$, S.D.= .35) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านงบประมาณ ($\bar{X} = 4.35$, S.D.= .37) ด้านงานทั่วไป ($\bar{X} = 4.32$, S.D.= .44) ด้านวิชาการ ($\bar{X} = 4.25$, S.D.= .36) ผู้ปกครองที่มีอาชีพลูกจ้าง ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$, S.D.= .16) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านงบประมาณ ($\bar{X} = 4.07$, S.D.= .17) ด้านงานบุคคล ($\bar{X} = 4.06$, S.D.= .17) ด้านงานทั่วไป ($\bar{X} = 4.05$, S.D.= .16) ผู้ปกครองที่ประกอบอาชีพส่วนตัว ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$, S.D.= .04) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านงบประมาณ ($\bar{X} = 4.05$, S.D.= .07) ด้านงานบุคคล ($\bar{X} = 4.04$, S.D.= .07) ด้านวิชาการ ($\bar{X} = 4.03$, S.D.= .07)

2.5 จากการวิเคราะห์ผลการวิจัยผู้ปกครองมีความพึงพอใจต่อการบริหารงานโรงเรียน พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทั้ง 4 ด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ด้านงบประมาณ ($\bar{X} = 4.11$) ด้านงานบุคคลและด้านงานทั่วไป ($\bar{X} = 4.10$) และด้านวิชาการ ($\bar{X} = 4.09$)

3. ความพึงพอใจที่ผู้ปกครองมีต่อการบริหารงานโรงเรียนประถมศึกษาทั้ง 4 ด้าน คือ 1) ด้านงานวิชาการ 2) ด้านงานบุคคล 3) ด้านงบประมาณ และ 4) ด้านงานทั่วไป ดังนี้

3.1 ความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย อันดับแรก คือ ด้านงบประมาณ รองลงมา คือ ด้านบุคคล และอันดับสุดท้าย คือ ด้านวิชาการตามลำดับ

3.2 ด้านวิชาการ พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ ครูมีวิธีการช่วยเหลือนักเรียนที่มีปัญหาเกี่ยวกับการเรียน รองลงมา คือ

โรงเรียนจัดให้นักเรียนไปทัศนศึกษาในแหล่งเรียนรู้นอกโรงเรียนอย่างเหมาะสม อันดับสุดท้ายคือ โรงเรียนร่วมมือกับผู้ปกครองในการจัดทำแผนพัฒนาการศึกษาเฉพาะบุคคล (IEP) เพื่อวางแผนการเรียนการสอนที่ตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะของนักเรียน

3.3 ด้านงานบุคคล พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ ครูมีช่องทางในการให้ผู้ปกครองติดต่อสะท้อนกลับในคุณภาพการจัดการเรียนรู้หลากหลายช่องทาง รองลงมาคือ ครูให้ความร่วมมือกับชุมชนในการจัดกิจกรรมสืบสานประเพณีในท้องถิ่น และอันดับสุดท้ายคือ การบริการของงานต่างๆ ของโรงเรียนมีความสะดวกและรวดเร็ว

3.4 ด้านงบประมาณ พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ โรงเรียนมีการจัดโครงการทัศนศึกษา รองลงมาคือ โรงเรียนมีการจัดตั้งสหกรณ์ และอันดับสุดท้าย คือ โรงเรียนมีการใช้จ่ายเงินเพื่อจัดแต่งสวนไม้ดอกไม้ประดับ

3.5 ด้านงานทั่วไป พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ โรงเรียนมีการจัดกิจกรรมที่เสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครองและชุมชน รองลงมาคือ โรงเรียนมีการแจ้งข่าวสารจากโรงเรียนถึงผู้ปกครองเป็นประจำ และลำดับสุดท้ายคือ โรงเรียนมีการจัดสภาพแวดล้อมและบรรยากาศภายในบริเวณโรงเรียนที่ดี เอื้ออำนวยต่อการจัดการเรียนการสอน

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาความพึงพอใจที่ ผู้ปกครองมีต่อการบริหารงานโรงเรียนประถมศึกษา ตำบลบางพลีน้อย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการ เขต 2

ผู้ปกครองมีความพึงพอใจกับการบริหารงานของโรงเรียนระดับประถมศึกษา โดยภาพรวมอยู่ในระดับสูง ซึ่งส่งผลให้การบริหารงานด้านวิชาการของแต่ละสถานศึกษามีประสิทธิภาพมากขึ้น ผู้บริหารสถานศึกษาให้ความสำคัญกับการจัดการหลักสูตรและมุ่งมั่นพัฒนาหลักสูตรของสถานศึกษาให้มีคุณภาพและประสบความสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ วัลภา ไชยปาก (2560) ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจที่ผู้ปกครองมีต่อการบริหารสถานศึกษาของโรงเรียนวัดน้ำขุ่น สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 2 โดยรวมอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1) ด้านงานบริหารงานวิชาการ พบว่า ผู้ปกครองมีความพึงพอใจของการบริหารงานโรงเรียนโดยรวมด้านงานบริหารงานวิชาการอยู่ในระดับมาก โรงเรียนได้ดำเนินการจัดทำหลักสูตรสถานศึกษาโดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วม ทั้งในด้านการคิด วางแผน และการปฏิบัติ เพื่อให้หลักสูตรมีความเหมาะสมและตอบสนองต่อความต้องการของนักเรียน นอกจากนี้ยังมีการจัดกระบวนการเรียนรู้ในทุกกลุ่มสาระการเรียนรู้ โดยอิงตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 พร้อมทั้งจัดทำแผนการนิเทศที่มุ่งเน้น

การปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านวิชาการให้เกิดผลลัพธ์ที่ดียิ่งขึ้น อีกทั้งมีการพัฒนาระบบประกันคุณภาพการศึกษา เพื่อยกระดับคุณภาพและมาตรฐานในทุกระดับการศึกษา รวมถึงกำหนดนโยบายและแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนในการวัดผลและประเมินผล สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิ่งนภา เมืองจันทร์ (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจที่ผู้ปกครองมีต่อการบริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครศรีธรรมราช เขต 2 ด้านงานบริหารงานวิชาการ ผลการวิจัยพบว่า การบริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครศรีธรรมราช เขต 2 โดยรวมด้านงานบริหารงานวิชาการ อยู่ในระดับมาก

2) ด้านงานบริหารงานบุคคล พบว่า ด้านงานบริหารงานบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการ เขต 2 ได้จัดการศึกษาตามนโยบาย สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ปีงบประมาณ 2566 ที่เร่งปรับระบบการบริหารงานบุคคล มุ่งเน้นความถูกต้องเหมาะสมและเป็นธรรม ให้เป็นปัจจัยหนุนในการเสริมสร้างคุณภาพและประสิทธิภาพ ขวัญและกำลังใจ สร้างภาวะงูใจ แรงบันดาลใจและความรับผิดชอบในความสำเร็จตามภาระหน้าที่ การบริหารงานบุคคลในสถานศึกษาเป็นภารกิจสำคัญ ข้าราชการและบุคลากรทางการศึกษาได้รับการพัฒนา ความรู้ความสามารถ มีขวัญและกำลังใจ ได้รับการยกย่องเชิดชูเกียรติมีความมั่นคงและก้าวหน้าในวิชาชีพ

3) ด้านงานบริหารงานงบประมาณ พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ อาจเป็น เพราะโรงเรียนได้ปฏิบัติตามระเบียบกระทรวงศึกษาธิการว่าด้วยการบริหารจัดการและขอบเขตการปฏิบัติ หน้าที่ของสถานศึกษาขั้นพื้นฐานที่เป็นนิติบุคคลในสังกัดเขตพื้นที่การศึกษา พ.ศ. 2546 เป็นระเบียบที่กำหนด บทบาทและหน้าที่ของสถานศึกษาขั้นพื้นฐานที่มีสถานะเป็นนิติบุคคล เพื่อให้การบริหารจัดการเป็นไป อย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง สถานศึกษามีอำนาจในการจัดทำและ บริหารงบประมาณของตนเอง โดยต้องปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การใช้จ่าย งบประมาณเป็นไปอย่างโปร่งใสและตรวจสอบได้

4) ด้านงานบริหารงานทั่วไป พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะ ผู้บริหารสถานศึกษาได้ปฏิบัติตามแนวทางการปฏิรูปด้านการศึกษาที่มุ่งเน้นการกระจายอำนาจในการบริหาร และจัดการศึกษา โดยมีเป้าหมายเพื่อปรับให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เกี่ยวข้อง ซึ่งแนวทางนี้ได้รับการ ระบุไว้อย่างชัดเจนในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 มาตรา 39 โดยเน้นให้เกิดการกระจาย อำนาจในด้านวิชาการ งบประมาณ การบริหารงานบุคคล รวมถึงการบริหารงานส่วนอื่น ๆ ทั้งหมด แนวทาง ดังกล่าวจึงถูกนำมาใช้เป็นกรอบการบริหารงานในระดับโรงเรียน เพื่อสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินงานและ บรรลุเป้าหมายของระบบการศึกษาได้อย่างเหมาะสม

จากการศึกษาการเปรียบเทียบ ความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนต่อการบริหารงานโรงเรียน ประถมศึกษา ตำบลบางพลีน้อย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการ เขต 2 โดยจำแนกตามอายุ เพศ วุฒิการศึกษาและอาชีพ สามารถนำมาอภิปรายผล ได้ดังนี้

1) อายุ พบว่า โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ปกครองที่มีอายุต่างกันอาจมีมุมมองเกี่ยวกับการบริหารงานของโรงเรียนที่แตกต่างกัน เนื่องจากประสบการณ์ชีวิตและความคาดหวังต่อโรงเรียนไม่เหมือนกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญชลี ทัดตระกูล (2565) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ปกครองเกี่ยวกับการบริหารจัดการศึกษาของโรงเรียนขนาดเล็ก กลุ่มบางบ่อ 2 จำแนกตามอายุ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2) เพศ พบว่า โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความแตกต่างในด้านเพศของผู้ปกครองชายและหญิงส่งผลต่อมุมมองและความพึงพอใจที่มีต่อการบริหารงานของโรงเรียนประถมศึกษาในตำบลบางพลีน้อย จากการวิจัย พบว่า ครูทุกเพศโดยรวม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

3) วุฒิการศึกษา พบว่า ผลการวิจัยพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ว่าสาเหตุอาจมาจากวุฒิการศึกษาที่หลากหลายของผู้ปกครอง ซึ่งส่งผลต่อรูปแบบการมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือกระบวนการตัดสินใจของโรงเรียนในรูปแบบที่แตกต่างกัน เช่น การเข้าร่วมประชุมผู้ปกครอง การให้คำแนะนำ หรือการนำเสนอแนวทางในการพัฒนาโรงเรียน โดยปัจจัยเหล่านี้สามารถมีผลต่อระดับความพึงพอใจที่ได้รับการประเมินสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิ่งนภา เมืองจันทร์ (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจที่ผู้ปกครองมีต่อการบริหารสถานศึกษา ผลการวิจัยพบว่า ผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริหารสถานศึกษาโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4) อาชีพ พบว่า โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ปกครองที่มีอาชีพต่างกัน มีมุมมองและความพึงพอใจที่ไม่เหมือนกันต่อการบริหารงานของโรงเรียนซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัลภา ไชยปาก (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนต่อการบริหารสถานศึกษาของโรงเรียนวัดน้ำขุน จำแนกตามอาชีพ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ด้านงานบริหารงานวิชาการ โรงเรียนควรสร้างความร่วมมือกับผู้ปกครองในการจัดทำแผนพัฒนาการศึกษาเฉพาะบุคคล (IEP) โดยมีเป้าหมายเพื่อวางแผนการเรียนการสอนที่ตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะของนักเรียน อีกทั้งควรให้คำแนะนำหรือจัดหาทรัพยากรที่ช่วยส่งเสริมให้ผู้ปกครองสามารถสนับสนุนการเรียนรู้ของนักเรียนที่บ้านได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

ของนักเรียนให้เป็นที่น่าพึงพอใจผ่านการเปิดโอกาสให้ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และนำข้อมูลดังกล่าวมาประเมินเพื่อปรับปรุงแนวทางการเรียนการสอนให้ดียิ่งขึ้น

1.2 ด้านงานบริหารงานทั่วไป โรงเรียนควรมีการจัดสภาพแวดล้อมและบรรยากาศภายในบริเวณโรงเรียนที่ดี เอื้ออำนวยต่อการจัดการเรียนการสอน ส่งเสริมให้ผู้ปกครองเข้าร่วมกิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียน ผู้ปกครอง ชุมชนและโรงเรียนควรมีอาคารเรียน อาคารประกอบที่เหมาะสม เพียงพอ สะอาด มั่นคง แข็งแรง และปลอดภัยต่อนักเรียน

1.3 ด้านงานบริหารงานบุคคล โรงเรียนควรมีการบริการงานต่าง ๆ ให้มีความสะดวกและรวดเร็ว จัดการเรียนการสอนและเอาใจใส่ดูแลนักเรียนอย่างทั่วถึงและผู้บริหารควรมีภาวะผู้นำในการขับเคลื่อนคุณธรรม จริยธรรมในสถานศึกษาให้เกิดผลอย่างเชิงประจักษ์

1.4 ด้านงานบริหารงานงบประมาณ เนื่องจากโรงเรียนมีการจัดทำแผนงบประมาณที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาของโรงเรียน การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอน และการสนับสนุนกิจกรรมของนักเรียน การกำหนดงบประมาณที่ชัดเจนในแต่ละด้านส่งผลให้การใช้จ่ายเป็นไปตามลำดับความสำคัญและเป้าหมาย

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ศึกษาสภาพปัญหาและแนวทางแก้ไขที่มีผลต่อการบริหารงานของโรงเรียนประถมศึกษา

2.2 ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารงานของโรงเรียนประถมศึกษา

2.3 ควรศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพของการบริหารงานของสถานศึกษา

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2563). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542. <https://www.moe.go.th/>.
- กิ่นกษา เมืองจันทร์. (2559). ความพึงพอใจของผู้ปกครองต่อการบริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครศรีธรรมราช เขต 2 [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). การวิจัยเบื้องต้น. สุวีริยาสาส์น.
- วัลภา ไชยปาก. (2560). ความพึงพอใจของผู้ปกครองที่มีต่อการบริหารสถานศึกษาของโรงเรียนวัดน้ำขุ่น สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 2 [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตราด. (2557). แผนพัฒนาการศึกษาขั้นพื้นฐานปีงบประมาณ พ.ศ. 2556-2560. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตราด.

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการ เขต 2. (2564). *งานข้อมูลสารสนเทศ กลุ่มนโยบาย และแผนสารสนเทศทางการศึกษา ปีการศึกษา 2564*. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการ เขต 2.

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2558). *นโยบายสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ปีงบประมาณ 2558*. ชุมชนสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.

อัญชลี ทัดตะรุจิ. (2565). ความพึงพอใจของผู้ปกครองเกี่ยวกับการบริหารจัดการศึกษาของโรงเรียนขนาดเล็ก กลุ่มบางบ่อ 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการ เขต 2. *วารสารพุทธสังคม วิทยาปริทรรศน์*, 7(4), 41–55.

โมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยการผลิตที่มีผลต่อต้นทุนการผลิตสินค้าของ
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดขอนแก่น
The Model of Confirmatory Factor Analysis of Production Factors Affecting
Product Cost of Community Enterprise Group in Khon Kaen Province

นีนรนาท เสนาจันทร์¹, นฤมล อริยพิมพ์^{2*} และ ภัทรภร กิณพันธ์³

Neeranart Sanachan¹, Naruemol Ariyapim^{2*} and Patharaphorn Kiniphan³

^{1,2,3}หลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

^{1,2,3}Bachelor of Accountancy, Faculty of Business Administration, Northeastern University

*Corresponding author's email address: naruemol.ari@neu.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

5 พฤศจิกายน 2568

27 มกราคม 2569

28 กุมภาพันธ์ 2569

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ศึกษาปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอกและปัจจัยด้านการจัดการผลิตที่มีอิทธิพลทางตรงต่อต้นทุนการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดขอนแก่น และพัฒนาแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อต้นทุนการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดขอนแก่น กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดขอนแก่น จำนวน 260 กลุ่ม โดยใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นอย่างเป็นสัดส่วน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสมการเชิงโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยต้นทุนการผลิตได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยด้านการจัดการผลิตและปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก โดยปัจจัยต้นทุนการผลิตได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยด้านการจัดการผลิตมากที่สุดโดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.20 รองลงมาคือ ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก มีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.03 นอกจากนี้ปัจจัยด้านการจัดการผลิตได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.70 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2) แบบจำลองที่พัฒนาชื่อว่า EPMC Model ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก และ 13 องค์ประกอบย่อย ข้อเสนอแนะการนำไปใช้ วิสาหกิจชุมชนแต่ละแห่งควรประยุกต์ใช้แบบจำลองให้สอดคล้องกับบริบท และสถานการณ์ที่เหมาะสมของแต่ละองค์กร

คำสำคัญ: ต้นทุนการผลิต, วิสาหกิจชุมชน, ผลิตภัณฑ์อาหาร, โมเดลสมการโครงสร้าง

ABSTRACT

This research studied on the external environment and production management factors directly influencing the production costs of the product processing and food product community enterprises in Khon Kaen province and development of model of factors influencing the production costs of the processing and food products community enterprises in Khon Kaen province. The sample group consisted of 260 community enterprises in processing and food products in Khon Kaen province. Data were collected via questionnaires and analyzed using structural equation modeling. The results showed that: 1) Production costs were directly influenced by production management factors and external environmental factors. production management factors had the greatest direct influence 0.20, followed by external environmental factors 0.03. Furthermore, production management factors were directly influenced by external environmental factors were = 0.70, with statistical significance of 0.05 level. 2) The developed model, named EPMC Model, consisted of three main components and thirteen sub-components. Recommendations for application included: Each community enterprise should adapt the model to their specific context and the appropriate circumstances for each organization.

Keywords: Production costs, Community enterprises, Food products, Structural Equation Models

บทนำ

ต้นทุนการผลิตเป็นข้อมูลพื้นฐานที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการบริหารจัดการธุรกิจ เนื่องจากช่วยให้ผู้บริหารสามารถวางแผน ควบคุม และตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม Horngren et al. (2014) กล่าวว่า การรู้โครงสร้างต้นทุนที่แท้จริงจะช่วยให้ธุรกิจสามารถกำหนดราคาสินค้าได้อย่างแข่งขันและสร้างกำไรได้อย่างยั่งยืน ขณะเดียวกัน Drury (2018) ชี้ให้เห็นว่าการควบคุมต้นทุนการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพช่วยลดความสูญเสียและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรในกระบวนการผลิต นอกจากนี้ Garrison et al. (2021) ระบุว่าข้อมูลต้นทุนยังมีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ต้นทุนการผลิตเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ธุรกิจต้องให้ความสำคัญ เนื่องจากเป็นปัจจัยหลักในการกำหนดราคาสินค้าและประเมินผลการดำเนินงาน สุระชัย ยัมประเสริฐ (2561) ระบุว่าข้อมูลต้นทุนเป็นเครื่องมือสำคัญในการตัดสินใจทางการบริหาร เช่น การวางแผนกำลังการผลิตและการเลือกวิธีการผลิตที่เหมาะสม นอกจากนี้ อุดมศักดิ์ แซ่ลิ้ม (2563) ชี้ให้เห็นว่าการจัดการต้นทุนที่ดีช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและเพิ่มความมั่นคงทางการเงินให้กับธุรกิจ

ในระยะยาว การเข้าใจและบริหารต้นทุนการผลิตอย่างเป็นระบบจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหาร สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและแข่งขันได้ในระยะยาว ต้นทุนการผลิตมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหาร เนื่องจากเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการกำหนดราคาสินค้า ความสามารถในการทำกำไร และความอยู่รอดของกิจการ สมคิด บางโม (2559) กล่าวว่า การทราบต้นทุนวัตถุดิบ ค่าแรง และค่าใช้จ่ายในการผลิตอย่างถูกต้อง ช่วยให้กลุ่มวิสาหกิจสามารถควบคุมต้นทุนและลดความสูญเสียในกระบวนการผลิตอาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกัน สุภาวดี ศรีสวัสดิ์ และคณะ (2562) พบว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีการจัดทำบัญชีต้นทุนอย่างเป็นระบบ สามารถกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ได้เหมาะสมและแข่งขันในตลาดได้ดีกว่ากลุ่มที่ไม่คำนวณต้นทุนที่แท้จริง นอกจากนี้ งานวิจัยของ พิมพ์ชนก วงศ์คำจันทร์ (2564) ระบุว่า ความรู้ด้านต้นทุนการผลิตยังช่วยสนับสนุนการตัดสินใจพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารใหม่ การขอรับรองมาตรฐาน และการวางแผนขยายตลาด ดังนั้น การเข้าใจต้นทุนการผลิตจึงเป็นพื้นฐานสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็ง ความยั่งยืน และรายได้ที่มั่นคงให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหาร

ต้นทุนการผลิตได้รับอิทธิพลจากทั้งปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอกและปัจจัยด้านการจัดการผลิตภายในองค์กร โดยปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น ด้านการเมืองการปกครอง มีผลต่อกฎหมายแรงงาน และภาษี ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อต้นทุนการดำเนินงาน (Porter, 2008) ด้านเศรษฐกิจ เช่น ภาวะเงินเฟ้อและอัตราดอกเบี้ย ส่งผลต่อราคาวัตถุดิบและต้นทุนทางการเงิน (Drury, 2018) ส่วนด้านสังคมและวัฒนธรรมมีผลต่อพฤติกรรมแรงงานและความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งอาจเพิ่มต้นทุนในการปรับตัวของกระบวนการผลิต (Kotler and Keller, 2016) ขณะที่ด้านเครื่องจักรและเทคโนโลยีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดต้นทุนต่อหน่วยในระยะยาว (Heizer et al., 2020) ในด้านปัจจัยการจัดการผลิต ด้านคนถือเป็นหัวใจสำคัญ เนื่องจากทักษะและประสิทธิภาพแรงงานส่งผลโดยตรงต่อต้นทุนค่าแรงและความสูญเสียในกระบวนการผลิต (Garrison et al., 2021) ด้านการเงินช่วยให้การวางแผนและควบคุมต้นทุนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ด้านวัสดุอุปกรณ์มีผลต่อคุณภาพสินค้าและต้นทุนวัตถุดิบ ด้านวิธีการและการจัดการที่เหมาะสมช่วยลดความสูญเสียและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ขณะที่ด้านการตลาดส่งผลต่อปริมาณการผลิตและต้นทุนต่อหน่วย ดังนั้น การพิจารณาปัจจัยทั้งภายนอกและภายในจึงมีความสำคัญต่อการควบคุมต้นทุนการผลิตและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ

จากที่กล่าวข้างต้นคณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาโมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยการผลิตที่มีผลต่อต้นทุนการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดขอนแก่น เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษามาใช้ในการเป็นต้นแบบในการวางแผนกระบวนการผลิต ช่วยลดต้นทุน ลดเวลาในการผลิต ในการใช้วัตถุดิบและเครื่องจักรให้มีประสิทธิภาพสามารถแข่งขันในตลาดได้ต่อไป

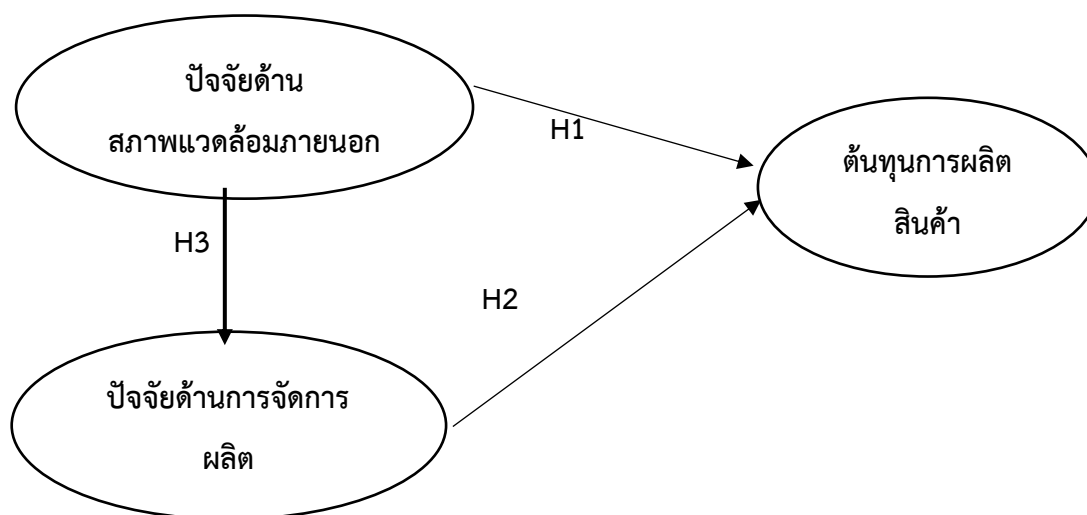
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอก และปัจจัยด้านการจัดการผลิตที่มีอิทธิพลทางตรงต่อต้นทุนการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาและพัฒนาแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อต้นทุนการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดขอนแก่น
3. เพื่อศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านการจัดการผลิตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดขอนแก่น

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลต่อต้นทุนการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดขอนแก่น
2. ปัจจัยด้านการจัดการผลิตมีอิทธิพลต่อต้นทุนการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดขอนแก่น
3. ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านการจัดการผลิตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดขอนแก่น

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดขอนแก่น รวม 26 อำเภอ จำนวน 4,139 ราย (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร, 2567)

กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดขอนแก่น กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) โดยอิงตามแนวทางของ สุกมาส อังสุโชติ และคณะ (2554) ที่ระบุว่าควรมีขนาดกลุ่มตัวอย่างประมาณ 20 เท่าของตัวแปรในโมเดล ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรสังเกตได้ในแบบจำลอง จำนวน 13 ตัวแปร ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม และเพียงพอจึงควรมี 260 ตัวอย่าง เพื่อให้ครอบคลุมและเพียงพอต่อการประมาณค่าตามความเหมาะสมของโมเดล ซึ่งได้มาโดยใช้วิธีการสุ่มแบบระดับชั้นอย่างเป็นสัดส่วน (Proportion stratified random sampling) โดยใช้สูตรในการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มย่อย (บุญมี พันธุ์ไทย, 2554) ทำให้ได้ตัวอย่างในแต่ละกลุ่มตามจำนวนสัดส่วนของประชากรที่มีจนครบตามจำนวน 260 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้น โดยการศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการและสภาพของการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ (Check list) เพียงคำตอบเดียวตามข้อมูลความเป็นจริงของผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อต้นทุนในการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดขอนแก่น เป็นแบบวัดมาตราส่วนประมาณค่า ประกอบด้วยปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ปัจจัยด้านการจัดการผลิต และปัจจัยด้านต้นทุนผลิต จำนวน 55 ข้อ ผลการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามในด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) รวมทั้งฉบับของแบบสอบถามเท่ากับ 0.92 วัดความเชื่อมั่นความสอดคล้องภายในด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาคปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก 0.728 ปัจจัยด้านการจัดการผลิต 0.866 และปัจจัยด้านต้นทุนการผลิต 0.737

วิธีรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.92 ที่ผ่านการขออนุญาตจากคณะกรรมการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ที่ 126/2567 รหัสโครงการ 133/2567 ในช่วงเดือนพฤษภาคม ถึงเดือนสิงหาคม 2568 โดยการแจกแบบสอบถามด้วยตนเองพร้อมทีมงานผู้ช่วย และการใช้แบบสอบถามออนไลน์ โดยการใช้ Google FORM รวบรวมแบบสอบถามพร้อมทั้งตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้กลับคืนมาทั้งหมดเพื่อเตรียม วิเคราะห์ข้อมูล จนครบตามจำนวน 260 ฉบับ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและสภาพปัจจุบันของการดำเนินงานของ สถิติที่ใช้ได้แก่ การแจกแจงความถี่ และร้อยละ
2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อต้นทุนในการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดขอนแก่น สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์วิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างของปัจจัยที่มีผลต่อต้นทุนในการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดขอนแก่น สถิติที่ใช้ คือ วิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรและทดสอบความกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและสภาพทั่วไปในการดำเนินงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 66.2 มีอายุ อายุ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 38.5 มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 24.7 จำนวนสมาชิกปัจจุบันในกลุ่ม 11-20 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 สถานะภายในกลุ่มเป็นประธาน และเป็นสมาชิกในกลุ่มคิดเป็นร้อยละ 34.3 มีระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม 4-6 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.9 แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินกิจการในกลุ่ม กองทุนเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน คิดเป็นร้อยละ 32.7 แหล่งวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ผลิตเอง คิดเป็นร้อยละ 55.2 ประเภทการผลิต ใช้แรงงาน คิดเป็นร้อยละ 58.8 จำนวนแรงงานที่ใช้ในการผลิต 10 คน ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 31.6 ประเภทผลิตภัณฑ์หลักของกลุ่มอาหารแปรรูปจากธัญพืช คิดเป็นร้อยละ 39.0

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านการจัดการผลิตที่มีอิทธิพลทางตรงต่อต้นทุนการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดขอนแก่น รายละเอียดตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลวิเคราะห์ค่าอิทธิพลของตัวแปรในโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดขอนแก่น

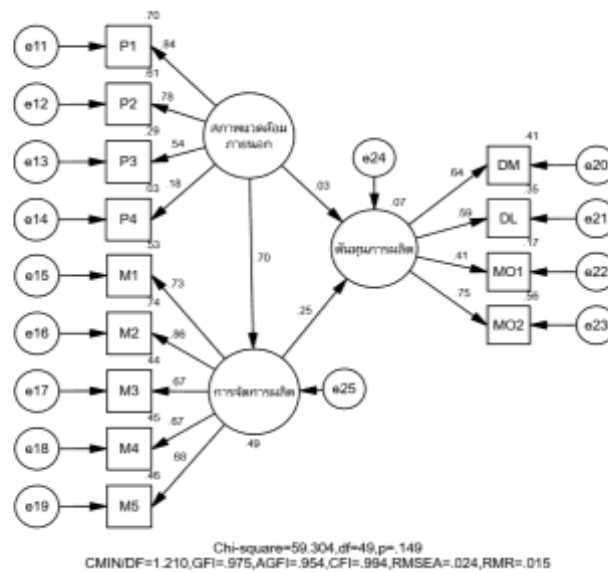
ตัวแปร	ปัจจัยด้านการจัดการผลิต			ปัจจัยต้นทุนการผลิต		
	TE	DE	IE	TE	DE	IE
สภาพแวดล้อมภายนอก	0.70	0.70	-	0.20	0.03	0.17
การจัดการผลิต	-	-		0.25	-	0.25

จากตารางที่ 1 ผลวิเคราะห์ค่าอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของโมเดลปัจจัยที่มีผลต่อต้นทุนในการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดขอนแก่นตามสมมติฐานพบว่า ปัจจัยต้นทุนการผลิตได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยด้านการจัดการผลิตและปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก โดยปัจจัยต้นทุนการผลิตได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยด้านการจัดการผลิตมากที่สุดโดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.25 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รองลงมาคือ ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก มีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.03 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ปัจจัยด้านการจัดการผลิตได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.70 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลทดสอบสมมติฐานแสดงตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	อิทธิพล	ยอมรับ/ปฏิเสธ
H1 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลต่อต้นทุนการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดขอนแก่น	DE = 0.03 IE = 0.17	ยอมรับ
H2 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านการจัดการผลิตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดขอนแก่น	DE = 0.70 IE = -	ยอมรับ
H3 ปัจจัยด้านการจัดการผลิตมีอิทธิพลต่อต้นทุนการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดขอนแก่น	DE = - IE = 0.25	ยอมรับ

ผลการตรวจสอบความสอดคล้องแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อต้นทุนการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดขอนแก่น พบว่า การทดสอบไคสแควร์ (Chi-square) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P = 0.149$, $.05 < p \leq 1.00$ ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ และเมื่อพิจารณาดัชนี กลุ่มที่เกณฑ์กำหนดไว้ในระดับมากกว่าหรือเท่ากับ 0.90 และ 0.95 พบว่าดัชนี GFI = 0.975, AGFI = 0.954, CFI = .994 ผ่านเกณฑ์ ส่วนดัชนี RMR = 0.015 เข้าใกล้ 0 และ RMSEA = 0.0242 $\leq$ 0.009 ผ่านเกณฑ์ที่เช่นเดียวกัน จึงสรุปได้ว่าโมเดลการวัดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อต้นทุนในการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดขอนแก่นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ รายละเอียดของผลการวิเคราะห์แสดงดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 โมเดลแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อต้นทุนการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
การแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดขอนแก่น

ผลการศึกษาและพัฒนาแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อต้นทุนการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดขอนแก่น พบว่า แบบจำลองที่พัฒนาชื่อว่า EPMC Model (E = Environment, P = Production Management, C = Cost) ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก และ 13 องค์ประกอบย่อย ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอก มี 4 องค์ประกอบ คือ ด้านการเมืองการปกครอง (P1) ด้านเศรษฐกิจ (P2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (P3) ด้านเครื่องจักร/เทคโนโลยี (P4) 2) ปัจจัยด้านการจัดการผลิต มี 5 องค์ประกอบ คือ ด้านคน (M1) ด้านการเงิน (M2) ด้านวัสดุอุปกรณ์ (M3) ด้านวิธีการ/การจัดการ (M4) ด้านการตลาด (M5) 3) ปัจจัยต้นทุนการผลิตมี 4 องค์ประกอบ คือ ด้านค่าวัตถุดิบ (DM) ด้านค่าแรงงาน (DL) ด้านค่าใช้จ่ายการผลิตคงที่ (MO1) และด้านค่าใช้จ่ายการผลิตผันแปร (MO2)

ตารางที่ 3 แสดงผลวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อต้นทุนการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปและ
ผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดขอนแก่น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อต้นทุนการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูป และผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดขอนแก่น	น้ำหนักองค์ประกอบ			R ²
	B	S.E.	Beta	
ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก				
ด้านเครื่องจักร/เทคโนโลยี (P4)	1.00		0.18	.032
ด้านสังคมวัฒนธรรม (P3)	4.58	1.52	0.54	.288

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อต้นทุนการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูป และผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดขอนแก่น	น้ำหนักองค์ประกอบ			R ²
ด้านเศรษฐกิจ (P2)	7.45	2.43	0.78	.611
ด้านการเมืองการปกครอง (P1)	8.01	2.57	0.84	.699
ปัจจัยด้านการจัดการผลิต				
ด้านการตลาด (M5)	0.67	0.06	0.68	.456
ด้านวิธีการ/การจัดการ (M4)	0.69	0.05	0.67	.449
ด้านวัสดุอุปกรณ์ (M3)	0.80	0.06	0.67	.444
ด้านการเงิน (M2)	1.00		0.86	.735
ด้านคน (M1)	0.93	0.07	0.73	.528
ปัจจัยต้นทุนการผลิต				
ด้านค่าวัตถุดิบ (DM)	0.94	0.11	0.64	.414
ด้านค่าแรงงาน (DL)	1.00		0.59	.349
ด้านค่าใช้จ่ายการผลิตคงที่ (MO1)	0.63	0.10	0.41	.169
ด้านค่าใช้จ่ายการผลิตผันแปร (MO2)	0.97	0.11	0.75	.564

จากตารางที่ 3 ผลวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อต้นทุนในการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดขอนแก่น พบว่า 13 องค์ประกอบย่อย มีค่าอยู่ระหว่าง 0.18 ถึง 0.86 โดยตัวชี้วัดด้านการเงิน (M2) มีความสำคัญมากที่สุด (0.86) มีความผันแปรร่วมกับปัจจัยต้นทุนในการผลิตสินค้า ร้อยละ 73.5 รองลงมาได้แก่ ด้านการเมืองการปกครอง (P1) (0.84) มีความผันแปรร่วมกับปัจจัยต้นทุนในการผลิตสินค้า ร้อยละ 69.9 ด้านเศรษฐกิจ (P2) (0.78) มีความผันแปรร่วมกับปัจจัยต้นทุนในการผลิตสินค้า ร้อยละ 61.1 ด้านค่าใช้จ่ายการผลิตผันแปร (MO2) (0.75) มีความผันแปรร่วมกับปัจจัยต้นทุนในการผลิตสินค้า ร้อยละ 56.4 ด้านคน (M1) (0.72) มีความผันแปรร่วมกับปัจจัยต้นทุนในการผลิตสินค้า ร้อยละ 52.8 ด้านการตลาด (M5) (0.68) มีความผันแปรร่วมกับปัจจัยต้นทุนในการผลิตสินค้า ร้อยละ 45.6 ด้านวิธีการ/การจัดการ (M4) (0.67) มีความผันแปรร่วมกับปัจจัยต้นทุนในการผลิตสินค้า ร้อยละ 44.9 ด้านวัสดุอุปกรณ์ (M3) (0.67) มีความผันแปรร่วมกับปัจจัยต้นทุนในการผลิตสินค้า ร้อยละ 44.4 ด้านค่าวัตถุดิบ (DM) (0.64) มีความผันแปรร่วมกับปัจจัยต้นทุนในการผลิตสินค้า ร้อยละ 41.4 ด้านค่าแรงงาน (DL) (0.59) มีความผันแปรร่วมกับปัจจัยต้นทุนในการผลิตสินค้า ร้อยละ 34.9 ด้านสังคมวัฒนธรรม (P3) (0.54) มีความผันแปรร่วมกับปัจจัยต้นทุนในการผลิตสินค้า ร้อยละ 28.8 ด้านค่าใช้จ่ายการผลิตคงที่ (MO1) (0.41) มีความผันแปรร่วมกับปัจจัยต้นทุน

ในการผลิตสินค้า ร้อยละ 16.9 ด้านเครื่องจักร/เทคโนโลยี (P4) (0.18) มีความผันแปรร่วมกับปัจจัยต้นทุนในการผลิตสินค้า ร้อยละ 3.2

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อต้นทุนการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดขอนแก่น พบว่า ปัจจัยต้นทุนการผลิตได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยด้านการจัดการผลิตมากที่สุด ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า ปัจจัยด้านการจัดการผลิต ได้แก่ การบริหารจัดการด้านคน ด้านวัสดุอุปกรณ์ ด้านเงินทุน และด้านวิธีการผลิต เป็นปัจจัยที่มีความใกล้ชิดและส่งผลโดยตรงต่อโครงสร้างต้นทุนการผลิตมากที่สุด เนื่องจากการจัดการผลิตเป็นกระบวนการภายในที่กำหนดประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร หากการจัดการไม่มีประสิทธิภาพจะก่อให้เกิดต้นทุนสูญเปล่า และต้นทุนแฝงโดยตรง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Heizer et al. (2020) ที่ระบุว่า การจัดการการผลิตที่มีประสิทธิภาพจะช่วยลดต้นทุนต่อหน่วย เพิ่มผลผลิต และใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า โดยเฉพาะในธุรกิจขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชนที่มีข้อจำกัดด้านเงินทุนและเทคโนโลยี นอกจากนี้ Stevenson (2018) อธิบายว่า ต้นทุนการผลิตส่วนใหญ่เกิดจากการตัดสินใจเชิงบริหาร เช่น การวางแผนการผลิต การควบคุมสินค้าคงคลัง และการใช้แรงงาน หากขาดการวางแผนที่เหมาะสม จะทำให้ต้นทุนแรงงาน ต้นทุนวัตถุดิบ และต้นทุนค่าเสียโอกาสเพิ่มสูงขึ้น ส่วน Porter (1985) ชี้ให้เห็นว่า ความได้เปรียบด้านต้นทุน เกิดจากกระบวนการภายในองค์กรเป็นสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นการควบคุมต้นทุนวัตถุดิบ การเพิ่มประสิทธิภาพแรงงาน หรือการลดขั้นตอนการผลิต ซึ่งล้วนเป็นผลจากการจัดการผลิตโดยตรง ซึ่งสอดคล้องกับ Slack et al. (2022) ที่ระบุว่า การจัดการการผลิตที่ดีจะช่วยลดต้นทุนคุณภาพ เช่น ของเสีย งานแก้ไข และความสูญเสียจากกระบวนการที่ไม่มีมาตรฐาน ซึ่งเป็นต้นทุนที่พบได้บ่อยในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปอาหาร ดังนั้น ผลการวิจัยที่พบว่าปัจจัยด้านการจัดการผลิตมีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยต้นทุนการผลิตมากที่สุด จึงสะท้อนให้เห็นว่า การบริหารจัดการภายในเป็นหัวใจสำคัญในการควบคุมและลดต้นทุนการผลิตของวิสาหกิจชุมชน

ส่วนปัจจัยด้านการจัดการผลิตได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมืองการปกครอง ด้านสังคมวัฒนธรรม และด้านเทคโนโลยี ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าสภาพแวดล้อมภายนอกเป็นปัจจัยกำหนดกรอบและเงื่อนไขในการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Daft (2016) ที่กล่าวว่าสภาพแวดล้อมภายนอกมีผลต่อการตัดสินใจด้านโครงสร้างและกระบวนการจัดการภายในองค์กร องค์กรจำเป็นต้องปรับรูปแบบการจัดการให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ ภาวะเปิยบของรัฐ และการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ส่วน Dess et al. (2019) ระบุว่า การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม เช่น ราคาวัตถุดิบ นโยบายภาครัฐ หรือความต้องการของผู้บริโภค จะส่งผลให้องค์กรต้องปรับแผนการผลิต วิธีการทำงาน และการจัดสรรทรัพยากร เพื่อความอยู่รอดและความสามารถในการแข่งขันในบริบทของวิสาหกิจชุมชน และ Kotler and Keller (2016) ชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม

รวมถึงพฤติกรรมผู้บริโภค มีผลต่อการออกแบบกระบวนการผลิต เช่น มาตรฐานความปลอดภัยอาหาร รูปแบบบรรจุภัณฑ์ และการเลือกใช้เทคโนโลยี ซึ่งล้วนส่งผลต่อการจัดการผลิตโดยตรง นอกจากนี้ Mintzberg (2009) อธิบายว่า การจัดการภายในองค์กรไม่สามารถแยกออกจากบริบทภายนอกได้ โดยเฉพาะองค์กรขนาดเล็กที่มีความยืดหยุ่นต่ำ การเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อยของสภาพแวดล้อม เช่น กฎหมายแรงงานหรือราคาพลังงาน จะส่งผลต่อการจัดการแรงงานและต้นทุนการผลิตทันที ดังนั้น ผลการวิจัยที่พบว่าปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยด้านการจัดการผลิต แสดงให้เห็นว่าวิสาหกิจชุมชนจำเป็นต้องปรับระบบการจัดการผลิตให้สอดคล้องกับบริบทแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกด้านที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือด้านการเมืองการปกครอง ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลสูงต่อการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานของ นพรัตน์ แสงรักษาสงศ์ (2566) ที่ค้นพบว่าด้านการเมืองการปกครองในเรื่องนโยบายภาครัฐ การสนับสนุน ส่งเสริม และกฎระเบียบต่าง ๆ ซึ่งมีผลต่อการจัดตั้ง การดำเนินงาน และการเข้าถึงแหล่งทุน ความช่วยเหลือของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ด้านเศรษฐกิจ เช่น อัตราเงินเฟ้อ กำลังซื้อของผู้บริโภค และยังสอดคล้องกับงานของ Kotler and Armstrong (2018) อธิบายว่า สภาพแวดล้อมทางการเมืองและและกฎระเบียบการค้า ล้วนส่งผลต่อต้นทุนการดำเนินงาน ส่วนปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายการผลิตผันแปร ด้านคน ด้านการตลาด ด้านวิธีการและการจัดการ ด้านวัสดุอุปกรณ์ ด้านค่าวัตถุดิบ ด้านค่าแรงงาน ด้านสังคมวัฒนธรรม ด้านค่าใช้จ่ายการผลิตคงที่ และด้านเครื่องจักรและเทคโนโลยีก็เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อต้นทุนเหมือนกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานของ ชลิตา ธรรมรัตน์ และคณะ (2567) ค้นพบว่าด้านการผลิตและการจัดการยังคงเป็นส่วนสำคัญที่ส่งผลต่อต้นทุน โดยเฉพาะปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายการผลิตผันแปร และค่าวัตถุดิบเป็นต้นทุนหลักในการผลิตสินค้าแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหาร การควบคุมคุณภาพวัตถุดิบการจัดซื้อที่คุ้มค่า และการจัดการสต็อกจึงมีความสำคัญต่อการควบคุมต้นทุน และด้านค่าแรงงานในเรื่องความรู้ ทักษะ ประสิทธิภาพของสมาชิก/พนักงาน รวมถึงค่าตอบแทนแรงงาน ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพสินค้า และยังสอดคล้องกับงานของ วิภากรณ์ ศรีหาธาตุ (2567) ที่ค้นพบว่าปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจประกอบด้วย 1) ด้านคนหรือแรงงาน 2) ด้านนวัตกรรม 3) ด้านคุณธรรมและจริยธรรม และ 4) ด้านการจัดการ ส่วน กุศยา แสงสี (2564) ค้นพบว่า การจัดการ การวางแผนการผลิต การบริหารจัดการภายในกลุ่ม และการควบคุมกระบวนการผลิตมีผลต่อการลดความสูญเสียและการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และ บุญทิพย์ แก้วมี และคณะ (2565) ค้นพบว่า เครื่องจักร/เทคโนโลยีมีความสำคัญต่อการเพิ่มศักยภาพการผลิตและลดต้นทุนในระยะยาวหากมีการใช้เครื่องจักรที่เหมาะสมและมีการบำรุงรักษาที่ดี การลดต้นทุนที่ประสบความสำเร็จต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง มีการติดตามประเมินผล และปรับปรุงอยู่เสมอ รวมถึงต้องสร้างความร่วมมือระหว่างสมาชิกในกลุ่มเพื่อให้เกิดพลังรวมและประโยชน์สูงสุด

ปัจจัยด้านการผลิต ด้านที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือด้านการเงินจากข้อที่ค้นพบปัจจัยด้านการเงินมีความสำคัญมากที่สุดในการส่งผลต่อต้นทุนในการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปและ

ผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งสอดคล้องกับงานของ กรกฎ สระคูพันธ์ และ ศุภวัฒนา กรวงศ์ธนวุธ (2562); อรรวรรณ โสมพริ้ง (2566) ที่ค้นพบว่าลักษณะการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ที่มีกับประสบปัญหาด้านการจัดการทางการเงินและการเข้าถึงแหล่งทุนเนื่องจากปัจจัยด้านการเงินเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจการขาดความรู้ความเข้าใจในการบริหารต้นทุนการผลิต และการทำบัญชี ที่ถูกต้องแม่นยำทำให้ไม่สามารถทราบต้นทุนที่แท้จริง และกำหนดราคาขายที่เหมาะสมได้ซึ่งส่งผลกระทบต่อกำไรและความอยู่รอดของกลุ่ม และยังสอดคล้องกับงานของ อุมภาพร ตระกูลเอี่ยมเสถียร และคณะ (2564) ค้นพบว่าปัญหาด้านสภาพคล่องทางการเงิน การจัดหาแหล่งเงินทุน รวมถึงการบริหารความเสี่ยงทางการเงินมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากผลวิจัยพบว่าปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ ด้านการเมืองการปกครอง อาจมีผลจากการเปลี่ยนแปลงกฎหมายการค้าและการลงทุน, กฎหมายภาษี ดังนั้นผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องติดตามข้อมูลข่าวสารกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ และควรปรึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมายและภาษีเพื่อวางแผนที่เหมาะสม

1.2 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนควรนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการทบทวนและปรับปรุงการจัดการด้านคน เงิน วัสดุอุปกรณ์ และวิธีการผลิต เช่น การกำหนดมาตรฐานการทำงาน การลดของเสียในกระบวนการผลิต และการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนการผลิตได้อย่างเป็นรูปธรรม

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรขยายขอบเขตพื้นที่การศึกษาการวิจัยครั้งต่อไปอาจขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดอื่นหรือในระดับภูมิภาค เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของอิทธิพลปัจจัยที่มีต่อต้นทุนการผลิต และเพิ่มความสามารถในการอ้างอิงผลการวิจัยในภาพรวม

2.2 ควรเพิ่มตัวแปรอื่นที่อาจมีผลต่อต้นทุนการผลิต เช่น ปัจจัยด้านนวัตกรรม ปัจจัยด้านการตลาด ปัจจัยด้านห่วงโซ่อุปทาน หรือปัจจัยด้านการจัดการคุณภาพและความปลอดภัยอาหาร เพื่อให้โมเดลการวิจัยมีความครอบคลุมและสะท้อนบริบทการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรกฎ สระคูพันธ์ และ ศุภวัฒนา กรวงศ์ธนวุธ. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดทำบัญชีวิสาหกิจชุมชน. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร*, 10(2), 296-309.

- กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร. (2567). *รายชื่อวิสาหกิจชุมชน/เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน*.
https://smce2023.doae.go.th/ProductCategory/SmceCategory.php?region_id=4&province_id=40&amphur_id=&key_word.
- กุศยา แสงสี. (2564). ปัจจัยสู่ความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษากลุ่มเกษตรกรทำสวนเขาทะลุ. *วารสารอิสลามในประเทศไทย*, 4(2), 22-38.
- ชลิดา ธรรมรัตน์, วรรณภา จันทิงทอง และ อรรวรรณ ภัทรพรนนท์. (2567). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน อำเภอสร้างคอม จังหวัดอุดรธานี. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 20(1), 162-178.
- นพรัตน์ แสงรักษาสงค์. (2566). *ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในอำเภอเมืองตาก จังหวัดตาก* [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- บุญทิพย์ แก้วมี, สุวรร สุภาพ, และ วศินี ทองแสง. (2565). การพัฒนาแนวทางในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนเข้าสู่มาตรฐานการผลิตอาหารที่ดี. *วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต*, 10(2), 16-29.
- บุญมี พันธุ์ไทย. (2554). *ระเบียบวิธีการวิจัยการศึกษาเบื้องต้น*. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พิมพ์ชนก วงศ์คำจันทร์. (2564). การบริหารต้นทุนการผลิตที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์อาหาร. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์*, 9(1), 87-102.
- วิภาภรณ์ ศรีหาธาตุ. (2567). คุณลักษณะของผู้ประกอบการและปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารในเขตตำบลบ้านเป็ด อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 15(1), 2589-269.
- สมคิด บางโม. (2559). *การบัญชีต้นทุน* (พิมพ์ครั้งที่ 3). สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุทธชัย ยิ้มประเสริฐ. (2561). *การบัญชีบริหาร*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุภมาส อังสุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณ และ รัชนิกุล ภิญโญภานูวัฒน์. (2554). *สถิติวิเคราะห์ สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์: เทคนิคการใช้โปรแกรม LISREL* (พิมพ์ครั้งที่ 3). เจริญดีมีนังการพิมพ์.
- สุภาวดี ศรีสวัสดิ์, นฤมล จันทรแก้ว, และ สมชาย พูลสวัสดิ์. (2562). การจัดทำบัญชีต้นทุนกับความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหาร. *วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาชุมชน*, 12(2), 45-60.
- อรรวรรณ โสมพริ้ง. (2566). การบริหารต้นทุนการผลิตและการวางแผนกำไรผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี*, 12(2), 1-13.
- อุดมศักดิ์ แซ่ลิ้ม. (2563). *การบริหารต้นทุนเพื่อการตัดสินใจ*. ซีเอ็ดดูเคชั่น.

อุมาพร ตระกูลเอี่ยมเสถียร, ชัยรียา พงษ์เพชร, และ ประมวล ทรายทอง. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดกาญจนบุรี. *วารสารรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์*, 13(2), 85-110.

Daft, R. L. (2016). *Organization theory and design* (12th ed.). Cengage Learning.

Dess, G. G., Lumpkin, G. T. and Eisner, A. B. (2019). *Strategic management: Text and cases* (8th ed.). McGraw-Hill Education.

Drury, C. (2018). *Management and cost accounting* (10th ed.). Cengage Learning.

Garrison, R. H., Noreen, E. W. and Brewer, P. C. (2021). *Managerial accounting* (17th ed.). McGraw-Hill Education.

Heizer, J., Render, B. and Munson, C. (2020). *Operations management: Sustainability and supply chain management* (13th ed.). Pearson Education.

Horngren, C. T., Datar, S. M. and Rajan, M. V. (2014). *Cost accounting: A managerial emphasis* (15th ed.). Pearson Education.

Kotler, P. and Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson.

Kotler, P. and Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Mintzberg, H. (2009). *Managing*. Berrett-Koehler Publishers.

Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.

Porter, M. E. (2008). *The five competitive forces that shape strategy*. Harvard Business Review.

Slack, N., Brandon-Jones, A., & Johnston, R. (2016). *Operations management* (8th ed.). Pearson.

Stevenson, W. J. (2018). *Operations management* (13th ed.). McGraw-Hill Education.

การคุ้มครองสิทธิแรงงาน: จากหลักนิติธรรมสู่หลักความยุติธรรมทางสังคม
Labor Rights Protection: From the Rule of Law to the Principle of
Social Justice

อุทิศ ทาหอม*

Utis Tahom*

สาขาวิชาการพัฒนาสังคม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
Department of Social Development, Faculty of Humanities and Social Sciences,
Buriram Rajabhat University

*Corresponding author's email address: utis.th@bru.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

14 ตุลาคม 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

27 มกราคม 2569

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

28 กุมภาพันธ์ 2569

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายพัฒนาการของแนวคิดและกลไกทางกฎหมายในการคุ้มครองสิทธิแรงงานภายใต้กรอบระบอบประชาธิปไตย โดยเชื่อมโยงระหว่างหลักนิติธรรมกับหลักความยุติธรรมทางสังคมในมุมมองสังคมวิทยากฎหมาย การศึกษาย้อนกลับไปตั้งแต่ผลพวงของการปฏิวัติอุตสาหกรรมในคริสต์ศตวรรษที่ 18-19 ซึ่งก่อให้เกิดการตรากฎหมายโรงงาน การรวมกลุ่มของแรงงาน และการยกระดับสิทธิแรงงานจากประเด็นทางเศรษฐกิจไปสู่การเป็นส่วนหนึ่งของหลักสิทธิมนุษยชนสากล ตามปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน ค.ศ. 1948 และแนวคิด “วาระการทำงานที่มีคุณค่า” (Decent Work Agenda) ขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ บทความมุ่งเน้นการวิเคราะห์ว่ากฎหมายแรงงานมิได้เป็นเพียงกลไกเชิงบังคับทางกฎหมาย หากแต่เป็นสถาบันทางสังคมที่ทำหน้าที่ถ่วงดุลอำนาจระหว่างนายจ้างกับลูกจ้าง และคุ้มครองศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของแรงงานในระบบเศรษฐกิจสมัยใหม่ ภายใต้บริบทประเทศไทย ได้วิเคราะห์กฎหมายแรงงานสำคัญ ได้แก่ พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 (แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2568) พระราชบัญญัติเงินทดแทน พ.ศ. 2537 และพระราชบัญญัติแรงงานสัมพันธ์ พ.ศ. 2518 ซึ่งกำหนดมาตรฐานขั้นต่ำของการจ้างงาน การคุ้มครองค่าจ้าง สวัสดิการ ความปลอดภัยในการทำงาน การเลิกจ้าง และสิทธิในการรวมกลุ่มและเจรจาต่อรอง บทความชี้ให้เห็นว่า การคุ้มครองสิทธิแรงงานที่มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องอาศัยการบังคับใช้กฎหมายภายใต้หลักนิติธรรมควบคู่กับการยึดถือหลักความยุติธรรมทางสังคม เพื่อให้กฎหมายแรงงานสามารถทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการสร้างความเป็นธรรม ความเสมอภาค และความมั่นคงในความสัมพันธ์แรงงาน อันเป็นรากฐานสำคัญของสังคมประชาธิปไตยที่ยั่งยืน

คำสำคัญ: การคุ้มครองสิทธิแรงงาน, หลักนิติธรรม, ความยุติธรรมทางสังคม

ABSTRACT

This academic article aims to examine the historical development of ideas and legal mechanisms for the protection of labor rights within a democratic framework, linking the rule of law with principles of social justice from the perspective of legal sociology. The analysis traces its origins to the consequences of the Industrial Revolution of the eighteenth and nineteenth centuries, which led to the enactment of factory legislation, the formation of labor organizations, and the elevation of labor rights from a purely economic concern to an integral component of universal human rights. This transformation is reflected in the Universal Declaration of Human Rights of 1948 and the International Labour Organization’s concept of the “Decent Work Agenda.” The article emphasizes that labor law should not be understood merely as a coercive legal instrument. Rather, it constitutes a social institution that functions to balance power relations between employers and employees and to safeguard the human dignity of workers within modern economic systems. In the Thai context, the article examines key labor legislation, including the Labour Protection Act B.E. 2541 (1998), as amended in B.E. 2568 (2025), the Workmen’s Compensation Act B.E. 2537 (1994), and the Labour Relations Act B.E. 2518 (1975). These statutes establish minimum standards for employment, wage protection, welfare provisions, occupational safety, termination of employment, and the rights to collective organization and collective bargaining. The article argues that the effective protection of labor rights requires not only the formal enforcement of legal rules under the rule of law, but also a firm commitment to the principles of social justice. Only through this dual foundation can labor law function as a meaningful instrument for promoting fairness, equality, and stability in labor relations—conditions that constitute a fundamental pillar of a sustainable democratic society.

Keywords: Labor Rights Protection, Rule of Law, Social Justice

บทนำ

แนวคิดการคุ้มครองสิทธิแรงงานเกิดขึ้นจากการปฏิวัติอุตสาหกรรมในศตวรรษที่ 18-19 เมื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างรวดเร็วก่อให้เกิดสภาพการทำงานที่เลวร้าย เช่น ชั่วโมงการทำงานที่ยาวนาน ค่าจ้างต่ำ และสภาพแวดล้อมที่ไม่ปลอดภัย กฎหมายยุคแรกในยุโรป เช่น พระราชบัญญัติโรงงานของสหราชอาณาจักร ค.ศ. 1802–1847 (The Factory Acts of UK, 1802–1847) มุ่งควบคุมการใช้แรงงานเด็กและกำหนดชั่วโมงการทำงาน การกำเนิดของสหภาพแรงงานในช่วงเวลาดังกล่าวทำให้คนงานรวมตัวกันเพื่อเรียกร้องสภาพการทำงานที่ดีขึ้นจนนำไปสู่สถานะทางกฎหมายของสหภาพแรงงาน หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ได้เกิดปัญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (ค.ศ. 1948) เรียกร้อง “สิทธิในการทำงาน (The Right to Work)” “สภาพการทำงาน

ที่ยุติธรรมและเอื้ออำนวย” และ “การคุ้มครองจากการว่างงาน” ไว้ในกรอบสิทธิมนุษยชน จนเกิดการขยายตัวเกี่ยวกับสิทธิแรงงานอย่างต่อเนื่องครอบคลุมถึงแรงงานนอกระบบ แรงงานข้ามชาติและความเท่าเทียมทางเพศ ในการจ้างงาน ใน พ.ศ. 2542 กลายเป็น “วาระการทำงานที่มีคุณค่า (Decent Work Agenda)” ขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labour Organization ILO) (Seidman, 2007)

การคุ้มครองสิทธิแรงงานจึงเป็นกลไกทางกฎหมาย สถาบันและสังคมที่จัดตั้งขึ้นเพื่อปกป้องสิทธิและผลประโยชน์ขั้นพื้นฐานของแรงงานในสถานที่ทำงาน สิทธิทั้งหมดนี้ประกอบด้วยค่าจ้างที่เป็นธรรม สภาพการทำงานที่ปลอดภัยและถูกสุขลักษณะ เสรีภาพในการรวมกลุ่ม การคุ้มครองจากการเลิกจ้างที่ไม่เป็นธรรม และการปฏิบัติที่เท่าเทียมกัน (บุชิตา สังข์แก้ว, 2564) ในทางกฎหมายการคุ้มครองสิทธิแรงงานครอบคลุมสิทธิต่าง ๆ เช่น สิทธิในวันหยุดพักผ่อน ค่าจ้างขั้นต่ำ หรือค่าชดเชย รวมถึงสิทธิตามกระบวนการพิจารณาคดีได้แก่ สิทธิในการยื่นคำร้องหรือแสวงหาการเยียวยาทางกฎหมายเมื่อสิทธิเหล่านั้นถูกละเมิด ขณะเดียวกันในภาวะเศรษฐกิจของประเทศได้รับผลกระทบอย่างต่อเนื่องจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก ภาวการณ์ผลิตอุตสาหกรรมซึ่งมุ่งเน้นการผลิตเพื่อการส่งออกมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การส่งออกสินค้าหดตัว การชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกจึงส่งผลโดยตรงต่อภาวการณ์ส่งออกสินค้าซึ่งเป็นแหล่งรายได้สำคัญของประเทศ ผลลัพธ์ที่ตามมาคือ หลายกิจการต้องเผชิญกับปัญหาทางการเงิน บางรายถึงขั้นล้มละลายและจำเป็นต้องปิดกิจการลง การเลิกจ้างลูกจ้างด้วยเหตุผลทางเศรษฐกิจจึงกลายเป็นประเด็นสำคัญที่สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนากฎหมายและมาตรการคุ้มครองแรงงานให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมระหว่างนายจ้างและลูกจ้างอย่างแท้จริง (ทงศักดิ์ แก้วทงศ์ และ อรัชมน พิเชฐวรกุล, 2568)

เมื่อปัญหาด้านแรงงานเกิดขึ้นรัฐในฐานะผู้มีหน้าที่รักษาความสงบเรียบร้อยและความเป็นธรรมในสังคมจึงจำเป็นต้องตรา “กฎหมายแรงงาน” ขึ้นโดยมีเจตนารมณ์เพื่อคุ้มครองลูกจ้างจากการที่นายจ้างอาจใช้อำนาจซึ่งตนมีอยู่อย่างเหนือกว่าในการเอารัดเอาเปรียบ กดขี่ข่มเหง หรือปฏิบัติต่อลูกจ้างอย่างไม่เป็นธรรมทั้งในด้านสิทธิและหน้าที่ตามข้อตกลงการจ้างแรงงาน เจื่อนไขในสัญญาจ้าง หรือแม้แต่ในทางกฎหมาย นอกจากนี้การตรากฎหมายแรงงานยังมีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ไขปัญหาด้านมนุษยธรรม โดยเฉพาะการคุ้มครองสิทธิมนุษยชนและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของลูกจ้าง อันเป็นพื้นฐานสำคัญของสังคมประชาธิปไตยที่ยึดมั่นในหลักความเสมอภาคและความเป็นธรรมทางสังคม อย่างไรก็ตามกฎหมายแรงงานของรัฐได้พัฒนาภายใต้แนวคิดที่มองว่าลูกจ้างเป็นฝ่ายที่อยู่ในฐานะด้อยกว่าและมักเสียเปรียบในเชิงอำนาจต่อรองและอำนาจการบังคับบัญชาจากนายจ้าง ดังนั้นกฎหมายแรงงานจึงมุ่งเน้นไปที่การคุ้มครองและปกป้องสิทธิของลูกจ้างเป็นสำคัญเพื่อป้องกันมิให้เกิดการละเมิดหรือเอาเปรียบแรงงานในลักษณะไม่เป็นธรรมการที่กฎหมายแรงงานให้ความสำคัญกับการคุ้มครองลูกจ้างเป็นอย่างมากส่งผลให้ในบางกรณีนายจ้างอาจได้รับผลกระทบในเชิงความเป็นธรรมจากบทบัญญัติของกฎหมายแรงงานบางประการ ซึ่งเป็นประเด็นที่ควรได้รับการพิจารณาอย่างรอบคอบเพื่อสร้างสมดุลระหว่าง “สิทธิของลูกจ้าง” กับ “ความชอบธรรมของนายจ้าง” อันจะนำไปสู่ความสัมพันธ์แรงงานที่มั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว (ธีระปกรณ์ ธีรภัทรปกรณ์ และ กิตติ ขยายกุล, 2565)

ดังนั้นหลักนิติธรรมเป็นรากฐานสำคัญของระบบกฎหมายที่มุ่งธำรงความยุติธรรมและคุ้มครองสิทธิของประชาชนในทุกระดับโดยเฉพาะสิทธิแรงงานซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจและสังคม หลักนิติธรรมกำหนดให้ทุกฝ่ายไม่ว่าจะเป็นนายจ้าง ลูกจ้าง หรือรัฐต้องอยู่ภายใต้กฎหมายเดียวกัน ไม่มีผู้ใดอยู่เหนือกฎหมายและการบังคับใช้กฎหมายต้องเป็นไปอย่างเสมอภาค โปร่งใส และเป็นธรรม ภายใต้ความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง หลักนิติธรรมมีบทบาทสำคัญในการรักษาดุลยภาพแห่งอำนาจ เพื่อให้การจ้างงานดำเนินไปอย่างเป็นธรรมและเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของทุกฝ่าย ผู้เขียนจึงขอเสนอเนื้อหาสำคัญ 5 ประการ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการทำความเข้าใจสิทธิและหน้าที่ตามหลักกฎหมายแรงงานอย่างถูกต้องและเป็นธรรม ดังนี้ 1) หลักนิติธรรมการบังคับใช้กฎหมายอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม 2) การคุ้มครองสิทธิแรงงานภายใต้หลักนิติธรรม 3) สิทธิแรงงานภายใต้พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 (แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2568) 4) สิทธิการรับค่าทดแทนภายใต้พระราชบัญญัติเงินทดแทน พ.ศ. 2537 5) การรับรองสิทธิแรงงานภายใต้พระราชบัญญัติแรงงานสัมพันธ์ พ.ศ. 2518 6) การคุ้มครองสิทธิแรงงานตามหลักความเป็นธรรมทางสังคม เพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงรากฐานของการคุ้มครองสิทธิแรงงานภายใต้หลักนิติธรรม จำเป็นต้องพิจารณาว่ากฎหมายแรงงานมิได้มีเป้าหมายเพียงการกำกับความสัมพันธ์ตามสัญญาระหว่างนายจ้างกับลูกจ้างเท่านั้น แต่ทำหน้าที่เป็นกลไกของรัฐในการถ่วงดุลอำนาจทางเศรษฐกิจ คุ้มครองศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของแรงงานและรับรองว่าการใช้เสรีภาพทางสัญญาจะไม่ละเมิดหลักความเป็นธรรม ความเสมอภาคและความยุติธรรมในสังคมอันเป็นหัวใจสำคัญของหลักนิติธรรมในรัฐสมัยใหม่อีกด้วย

หลักนิติธรรม (Rule of Law) การบังคับใช้กฎหมายอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม

หลักนิติธรรม (Rule of Law) เป็นรากฐานสำคัญของระบอบประชาธิปไตยภายใต้รัฐธรรมนูญ และเป็นหลักการพื้นฐานที่แยกแยะรัฐซึ่งปกครองด้วยกฎหมายออกจากรัฐที่ใช้อำนาจโดยพลการ หลักนิติธรรมสะท้อนแนวคิดว่าการใช้อำนาจรัฐต้องอยู่ภายใต้กฎหมาย ไม่ใช่ภายใต้อำเภอใจของบุคคลหรือผู้มีอำนาจทางการเมือง อีกทั้งยืนยันว่าทุกคนไม่ว่าจะเป็นพลเมืองหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐ ผู้ปกครองหรือผู้ถูกปกครองต้องอยู่ภายใต้กฎหมายเดียวกัน และได้รับการคุ้มครองสิทธิอย่างเสมอภาค หลักนิติธรรมจึงมิใช่เพียงหลักทางกระบวนการทางกฎหมายเท่านั้น แต่ยังเป็นอุดมคติทางศีลธรรมและการเมืองที่กำหนดความชอบธรรมของการปกครองในรัฐสมัยใหม่ด้วย หลักนิติธรรมสามารถอธิบายได้โดยทั่วไปว่า “กฎหมายเป็นใหญ่ มิใช่คนเป็นใหญ่ (The Principle That The Law Governs, Not Men)” หมายถึงการที่การกระทำของรัฐต้องมีฐานอำนาจตามกฎหมาย บุคคลทุกคนอยู่ภายใต้กฎหมายเดียวกัน และสิทธิของปัจเจกบุคคลต้องได้รับการคุ้มครองผ่านกระบวนการยุติธรรมที่เป็นอิสระและไม่ลำเอียง (Tamanaha, 2004) ในปัจจุบันแนวคิดเรื่องหลักนิติธรรมได้ขยายออกไปครอบคลุมถึงหลักความโปร่งใส (Transparency) ความรับผิดชอบ (Accountability) กระบวนการที่เป็นธรรม (Due Process) การเข้าถึงความยุติธรรม (Access to justice) และการคุ้มครองสิทธิมนุษยชน (Human Rights Protection) (Barnett, 2014) กล่าวได้ว่าหลักนิติธรรมสมัยใหม่ประกอบด้วยทั้งมิติทางรูปแบบ (Formal legality) และมิติทางเนื้อหา (Substantive justice) ซึ่งผสมผสานกันระหว่างความแน่นอนทางกฎหมายและความเป็นธรรมทางสังคม

1. หลักนิติธรรมกับความเสมอภาคตามกฎหมาย แนวคิดเรื่องหลักนิติธรรมมีรากฐานมาจากปรัชญาการเมืองและจริยศาสตร์โบราณ อริสโตเติล (Aristotle) เคยกล่าวว่า “กฎหมายควรเป็นผู้ปกครอง มิใช่มนุษย์” ซึ่งเป็นการยืนยันว่าการปกครองโดยกฎหมายดีกว่าการปกครองโดยอำเภอใจของบุคคล ต่อมาในยุคเรืองปัญญา (Enlightenment) นักคิดอย่าง มองเตสกีเออ (Montesquieu) และ จอห์น ล็อก (John Locke) ได้นำหลักนิติธรรมมาเชื่อมโยงกับแนวคิดเรื่อง “การแบ่งแยกอำนาจ” และ “สิทธิตามธรรมชาติของมนุษย์” หลังจากยุคสมบูรณาญาสิทธิราชย์และอาณานิคม หลักนิติธรรมได้กลายเป็นสัญลักษณ์ของ เสรีภาพ เหตุผล และ รัฐธรรมนูญนิยม (Constitutionalism) ต่อมาในคริสต์ศตวรรษที่ 20 หลักการนี้ได้ถูกบรรจุไว้ในเอกสารสิทธิมนุษยชนระหว่างประเทศ เช่น ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (ค.ศ. 1948) และสัญญาว่าด้วยสิทธิพลเมืองและสิทธิทางการเมือง (ค.ศ. 1966) ซึ่งต่างยืนยันว่าความยุติธรรมและสันติภาพในสังคมตั้งอยู่บนการบังคับใช้กฎหมายอย่างเสมอภาค (Tamanaha, 2006)

นักนิติศาสตร์ชาวอังกฤษ เอ. วี. ไดซี (A. V. Dicey) ได้เสนอองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการของหลักนิติธรรม ได้แก่ 1) ความเป็นใหญ่ของกฎหมาย (Supremacy of Law) กฎหมายต้องมีอำนาจสูงสุดเหนืออำนาจใด ๆ เพื่อป้องกันการใช้อำนาจโดยพลการ 2) ความเสมอภาคภายใต้กฎหมาย (Equality before the law) ทุกคนอยู่ภายใต้กฎหมายเดียวกัน และได้รับการพิจารณาคดีโดยศาลเดียวกัน 3) การคุ้มครองสิทธิของบุคคลผ่านกระบวนการทางกฎหมาย (Protection of Individual Rights) สิทธิของประชาชนต้องได้รับการรับรองและบังคับใช้ผ่านกระบวนการยุติธรรมปกติ (Kramer, 2007)

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 ได้กล่าวถึงหลักนิติธรรมไว้ใน มาตรา 3 วรรคสองไว้ว่า “รัฐสภา คณะรัฐมนตรี ศาล องค์กรอิสระ และหน่วยงานของรัฐ ต้องปฏิบัติหน้าที่ให้เป็นไปตามรัฐธรรมนูญ กฎหมาย และหลักนิติธรรม เพื่อประโยชน์ส่วนรวมของประเทศชาติและความผาสุกของประชาชนโดยรวม” จะเห็นได้ว่าในรัฐประชาธิปไตยหลักนิติธรรมทำหน้าที่เป็นทั้งกลไกจำกัดอำนาจรัฐและเครื่องมือความรับผิดชอบของผู้ปกครองโดยกำหนดให้การใช้อำนาจของฝ่ายนิติบัญญัติ บริหารและตุลาการต้องอยู่ภายใต้รัฐธรรมนูญทั้งยังเป็นหลักประกันว่าประชาชนจะไม่ถูกจับกุม ควบคุมหรือลิดรอนสิทธิในชีวิตและทรัพย์สินโดยไม่มี “กระบวนการทางกฎหมายอันชอบธรรม (due process of law)” เมื่อหลักนิติธรรมดำรงอยู่การออกกฎหมาย การบังคับใช้ และการพิจารณาคดีจะเป็นไปโดยเปิดเผย โปร่งใสและเป็นธรรม แต่หากหลักนิติธรรมอ่อนแอจะนำไปสู่การทุจริต ความไม่เสมอภาคและการใช้อำนาจโดยมิชอบซึ่งบั่นทอนความเชื่อมั่นของประชาชนต่อระบบยุติธรรมของรัฐ

ดังนั้นหลักนิติธรรมสะท้อนให้เห็นถึงแนวคิดพื้นฐานของระบบกฎหมายที่มุ่งคุ้มครองสิทธิเสรีภาพของประชาชนในทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็น สิทธิในชีวิตและร่างกาย สิทธิในความเป็นส่วนตัว เสรีภาพในการนับถือศาสนา เสรีภาพในการเดินทาง การแสดงความคิดเห็น การประกอบอาชีพ ตลอดจนเสรีภาพในการได้รับการศึกษา

2. ความยุติธรรมทางสังคม (Social Justice) ในสำนักของสังคมวิทยากฎหมาย (Sociology of Law) มองความสัมพันธ์ระหว่าง “กฎหมาย” กับ “สังคม” เป็นประเด็นสำคัญของการศึกษากฎหมายมหาชน กฎหมายมิได้ดำรงอยู่โดยแยกขาดจากสังคม หากแต่สะท้อนโครงสร้าง อำนาจและคุณค่าทางสังคมที่ก่อให้เกิดและดำรงอยู่ในตัวมันเอง หนึ่งในตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนที่สุดของความสัมพันธ์นี้ คือ กฎหมายแรงงานและ

การคุ้มครองสิทธิของแรงงาน (Labor Rights Protection) ซึ่งเป็นพื้นที่ที่กฎหมายปะทะและเชื่อมโยงโดยตรงกับความยุติธรรมทางเศรษฐกิจ ความเสมอภาคทางสังคม และศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ (Frezza, 2014)

รอสโค ปาวนด์ (Roscoe Pound) (1870-1964) ได้รับอิทธิพลแนวคิดจาก รูดอล์ฟ ฟอน เยียร์ริง หรือ รูดอล์ฟ ฟอน เจอริง (Rudolf von Jhering) ได้นำแนวคิดทางสังคมวิทยาของ Jhering มาใช้ในกฎหมายอย่างมาก รอสโค ปาวนด์ (Roscoe Pound) ได้พัฒนาแนวคิด “นิติศาสตร์สังคมวิทยา (Sociological approach to law)” กฎหมายจึงเป็นแนวทางสหวิทยาการ (Interdisciplinary approach) จากสังคมวิทยา เศรษฐศาสตร์ และสังคมศาสตร์อื่น ๆ เข้ากับการวิเคราะห์ทางกฎหมาย (Legal analysis) ด้วยการทำความเข้าใจบริบททางสังคมที่กว้างขึ้น นักวิชาการด้านกฎหมายและผู้ปฏิบัติงานสามารถสร้างระบบกฎหมายที่มีประสิทธิภาพและเท่าเทียมกันมากขึ้น รอสโค ปาวนด์ (Roscoe Pound) มองว่ากฎหมายในฐานะเครื่องมือสำหรับวิศวกรรมสังคม (Social engineering) สามารถนำมาใช้เพื่อกำหนดรูปแบบและชี้นำพฤติกรรมทางสังคม แก้ไขปัญหาสังคม และส่งเสริมสวัสดิการสังคมต้องตรากฎหมายให้ทันสมัย เช่น กฎหมายแรงงาน ได้แก่ พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 (แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2568) พระราชบัญญัติเงินทดแทน พ.ศ. 2537 พระราชบัญญัติแรงงานสัมพันธ์ พ.ศ. 2518 เป็นต้น

ดังนั้นกฎหมายแรงงานจึงมิได้เป็นเพียง “ระบบกฎเกณฑ์ทางกฎหมาย” เท่านั้น แต่ยังเป็น “สถาบันทางสังคม” ที่ทำหน้าที่ประสานดุลยภาพระหว่างแรงงานกับนายทุน ปกป้องผู้ที่อยู่ในสถานะอ่อนแอกว่า และควบคุมมิให้อำนาจทางเศรษฐกิจถูกใช้อย่างเกินขอบเขตของหลักนิติธรรม กล่าวอีกนัยหนึ่งกฎหมายแรงงานเป็นเครื่องมือทางกฎหมายที่ทำหน้าที่ ขับเคลื่อนความเป็นธรรมทางสังคมในโลกของการทำงานในมุมมองของสังคมวิทยา กฎหมายการคุ้มครองสิทธิแรงงานไม่อาจทำความเข้าใจได้จากตัวบทกฎหมายเพียงอย่างเดียว หากแต่ต้องพิจารณาในมิติของ “กฎหมายในทางปฏิบัติ (Law In Action)” การบังคับใช้กฎหมายอย่างเสมอภาคและเป็นธรรมจึงเป็นตัวชี้วัดที่แท้จริงของ “ความยุติธรรม” เพราะแม้ระบบกฎหมายจะประกาศว่าทุกคนเสมอภาคภายใต้กฎหมาย แต่หากในทางปฏิบัติการบังคับใช้กลับเลือกปฏิบัติ เอื้อประโยชน์แก่ผู้มีอำนาจ หรือกีดกันผู้ด้อยโอกาส ความยุติธรรมก็ย่อมไม่อาจเกิดขึ้นได้จริง

การคุ้มครองสิทธิแรงงานภายใต้หลักนิติธรรม

หลักนิติธรรมเป็นทั้งกรอบเชิงสถาบันและเชิงคุณค่า (Institutional and Normative Foundation) ที่ทำให้สิทธิแรงงานมีความมั่นคงและชัดเจน หลักการนี้กำหนดให้กฎหมายแรงงานต้องมีความชัดเจน เปิดเผยและสอดคล้องกัน (Clarity and Consistency) นายจ้างและลูกจ้างเป็นผู้มีสถานะเท่าเทียมกันภายใต้กฎหมายและหน่วยงานรัฐและตุลาการต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเป็นกลาง โปร่งใสและตรวจสอบได้ มาตรการนี้ช่วยป้องกันการเลือกจ้างโดยไม่เป็นธรรม การเลือกปฏิบัติและการเอาเปรียบในที่ทำงาน ในขณะเดียวกันยังส่งเสริม “**ความเชื่อมั่นและความมั่นคงทางแรงงาน**” ซึ่งเป็นรากฐานของสันติสุขในสังคม หลักนิติธรรมจึงมีบทบาทสำคัญในการแปลง “ความยุติธรรมทางสังคม” ให้กลายเป็น “**พันธกรณีทางกฎหมายที่บังคับใช้ได้จริง**”

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ลักษณะ 6 ในหมวดการจ้างแรงงาน ได้มีการบัญญัติไว้ใน มาตรา 575 ถึงมาตรา 586 เกี่ยวกับลักษณะของสัญญาจ้างแรงงาน สิทธิและหน้าที่ของนายจ้างลูกจ้างตามสัญญา รวมถึงวารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การสิ้นสุดของสัญญาจ้างแรงงานตามมาตรา 575 ได้บัญญัติว่า “อันว่าจ้างแรงงานนั้น คือสัญญาซึ่งบุคคลคนหนึ่ง เรียกว่าลูกจ้าง ตกลงจะทำงานให้แก่บุคคลอีกคนหนึ่ง เรียกว่านายจ้าง และนายจ้างตกลงจะให้สินจ้างตลอดเวลาที่ ทำงานให้” เป็นการกล่าวถึงสัญญาจ้างแรงงานเป็นข้อตกลงระหว่างบุคคลสองฝ่าย คือ ลูกจ้างและนายจ้าง โดยลูกจ้างตกลงที่จะทำงานให้กับนายจ้าง ในขณะที่นายจ้างตกลงที่จะจ่ายค่าจ้างให้กับลูกจ้างตลอดระยะเวลา ที่ลูกจ้างทำงานให้โดยลูกจ้างจะต้องทำงานตามคำสั่งหรือเงื่อนไขที่นายจ้างกำหนด ส่วนนายจ้างมีกระบวนการ ในการควบคุมและกำหนดเงื่อนไขการทำงานของลูกจ้าง โดยจะมีการตอบแทนเป็นค่าจ้างอาจจะเป็นเงินเดือนหรือ ค่าจ้างเป็นรายชั่วโมงขึ้นอยู่กับประเภทของงานและข้อตกลงที่ทำไว้ตามกรอบระยะเวลา ตามมาตรา 581 ได้บัญญัติว่า “ระยะเวลาที่ได้ตกลงว่าจ้างกันสุดสิ้นลงแล้วลูกจ้างยังคงทำงานอยู่ต่อไปอีก และนายจ้างรู้ดังนั้นก็ไม่ได้ ทักท้วงไฉ่ ท่านให้ทำสัญญาจ้างกันใหม่โดยความอย่างเดียวกันกับสัญญาเดิม” คือ ถ้าระยะเวลาที่ได้ตกลง ว่าจ้างกันนั้นสุดสิ้นลงแล้วลูกจ้างยังคงทำงานอยู่ต่อไปอีก และนายจ้างรู้ดังนั้นก็ไม่ได้ทักท้วงไฉ่ ท่านให้สันนิษฐานไว้ ก่อนว่าคู่สัญญาเป็นอันได้ทำสัญญาจ้างกันใหม่โดยความอย่างเดียวกันกับสัญญาเดิม แต่คู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง อาจจะเลิกสัญญาเสียได้ด้วยการบอกกล่าวตามความในมาตราต่อไปนี้

ขณะเดียวกันถ้าหากสัญญาจ้างไม่ได้กำหนดเวลาไว้ในการจ้างงานตามมาตรา 582 ได้บัญญัติว่า “ถ้าคู่สัญญาไม่ได้กำหนดลงไว้ในสัญญาว่าจะจ้างกัน ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจะเลิกสัญญาด้วยการบอกกล่าวล่วงหน้า ในเมื่อถึงหรือก่อนจะถึงกำหนดจ่ายสินจ้างคราวใดคราวหนึ่ง แต่ไม่จำเป็นต้องบอกกล่าวล่วงหน้ากว่าสามเดือน” นั้นหมายความว่าถ้าคู่สัญญา (ลูกจ้างและนายจ้าง) ไม่ได้กำหนดลงไว้ในสัญญาว่าจะจ้างกันนานเท่าไร ท่านว่าฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจะเลิกสัญญาด้วยการบอกกล่าวล่วงหน้าในเมื่อถึงหรือก่อนจะถึงกำหนดจ่ายสินจ้าง คราวใดคราวหนึ่ง เพื่อให้เป็นผลเลิกสัญญากันเมื่อถึงกำหนดจ่ายสินจ้างคราวถัดไปข้างหน้าก็อาจทำได้ แต่ไม่จำเป็นต้องบอกกล่าวล่วงหน้ากว่าสามเดือน อนึ่งในเมื่อบอกกล่าวตามมาตรา 582 นี้ นายจ้างจะจ่ายสินจ้าง แก่ลูกจ้างเสียให้ครบจำนวนที่จะต้องจ่ายจนถึงเวลาเลิกสัญญาตามกำหนดที่บอกกล่าวนั้นทีเดียว แล้วปล่อยลูกจ้าง จากงานเสียในทันทีก็อาจทำได้

จะเห็นได้ว่าประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ได้วางหลักเกณฑ์พื้นฐานเกี่ยวกับการจ้างแรงงาน ในฐานะ “โครงสร้างกฎหมายทั่วไป” ที่กำหนดความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง ทั้งในมิติของสิทธิ หน้าที่ และความรับผิดชอบของคู่สัญญา หลักการดังกล่าวจึงถือเป็นรากฐานสำคัญของระบบกฎหมายแรงงานไทย ซึ่งต่อมา ถูกพัฒนาและขยายผลผ่านการตรากฎหมายเฉพาะด้าน เพื่อเสริมสร้างมาตรการคุ้มครองแรงงานให้มีความชัดเจน และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น กฎหมายเฉพาะด้าน เช่น กฎหมายคุ้มครองแรงงาน ได้เข้ามาทำหน้าที่เติมเต็มและ ปรับปรุงหลักการในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ โดยมุ่งป้องกันมิให้นายจ้างใช้อำนาจทางเศรษฐกิจหรือ อำนาจต่อรองที่เหนือกว่าเอาเปรียบลูกจ้าง หรือเลือกปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรม ทั้งในขั้นตอนการจ้างงาน การปฏิบัติงานและการเลิกจ้าง ตลอดจนการกำหนดมาตรฐานขั้นต่ำในการคุ้มครองแรงงานมาตรการคุ้มครอง ดังกล่าวครอบคลุมสิทธิพื้นฐานของลูกจ้างหลายประการ เช่น สิทธิในการได้รับค่าจ้างไม่น้อยกว่าค่าจ้างขั้นต่ำ สิทธิในการได้รับวันหยุดและวันลา สิทธิในการได้รับค่าล่วงเวลา ค่าตอบแทนในวันหยุด และค่าชดเชยเมื่อถูก เลิกจ้าง รวมถึงสิทธิในการได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมในสถานประกอบการ

สิทธิแรงงานภายใต้พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 (แก้ไข พ.ศ. 2568)

พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 เป็นกฎหมายสำคัญที่มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนด มาตรฐานขั้นต่ำในการจ้างงานระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง โดยมีเจตนารมณ์ให้ความสัมพันธ์ทางแรงงานเป็นไปอย่างยุติธรรม สมดุลและเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของลูกจ้างเนื้อหาของกฎหมายครอบคลุมประเด็นสำคัญหลายด้าน เช่น การกำหนด เวลาทำงานปกติและเวลาทำงานล่วงเวลา วันหยุด วันลาและสิทธิในการพักผ่อนของลูกจ้าง การจ่าย ค่าจ้าง ค่าล่วงเวลา ค่าทำงานในวันหยุด และค่าชดเชย ตลอดจนการกำหนด หน้าที่และความรับผิดชอบของนายจ้างและลูกจ้างวัตถุประสงค์หลักของพระราชบัญญัตินี้ คือ การสร้างกรอบทางกฎหมายเพื่อคุ้มครองลูกจ้างไม่ให้ถูกเอารัดเอาเปรียบและเพื่อให้การจ้างงานดำเนินไปบนพื้นฐานของความเสมอภาคและความเป็นธรรม ซึ่งจะนำไปสู่ความมั่นคงในการประกอบอาชีพของลูกจ้างและความยั่งยืนของระบบเศรษฐกิจโดยรวม ดังนี้

1. สิทธิของลูกจ้างเป็นหลักการพื้นฐานที่เกิดขึ้นจากการยอมรับในศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของผู้ทำงาน เป็นกลไกสำคัญในการสร้างความเป็นธรรมในความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างกับลูกจ้าง สำหรับการจะก่อสิทธินั้น จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลนั้นก็คือสัญญาซึ่งตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 มาตรา 5 ได้กล่าวถึง สัญญาจ้าง หมายความว่า “สัญญาไม่ว่าเป็นหนังสือหรือด้วยวาจาระบุชัดเจน หรือเป็นที่เข้าใจโดยปริยายซึ่งบุคคลหนึ่งเรียกว่าลูกจ้างตกลงจะทำงานให้แก่บุคคลอีกบุคคลหนึ่งเรียกว่านายจ้างและนายจ้างตกลงจะให้ค่าจ้างตลอดเวลาที่ทำงานให้” สัญญาจ้างเป็นนิติกรรมสองฝ่ายที่เกิดจากความตกลงระหว่าง “ลูกจ้าง” และ “นายจ้าง” โดยมีสาระสำคัญอยู่ที่การให้แรงงานและการจ่ายค่าจ้าง กล่าวคือลูกจ้างให้แรงงานของตนแก่นายจ้างเพื่อประโยชน์ในการประกอบกิจการของนายจ้าง ขณะที่นายจ้างมีหน้าที่ตอบแทนด้วย “ค่าจ้าง” ตามที่ตกลงไว้

ขณะเดียวกันกฎหมายยังให้การคุ้มครองสิทธิของลูกจ้างทางด้าน “ค่าตอบแทนทางการเงิน” และเป็นกลไกทางกฎหมายเพื่อ บังคับให้นายจ้างปฏิบัติตามหน้าที่ทางการเงิน อย่างตรงเวลาและเป็นธรรมตามมาตรา 9 เป็นการสะท้อน “ความเป็นธรรมในการใช้แรงงาน (Fair Labor Practice)” และหลักความมั่นคงทางรายได้ของลูกจ้าง” เพราะลูกจ้างเป็นฝ่ายเสียเปรียบเชิงโครงสร้างในความสัมพันธ์ทางแรงงาน หากนายจ้างไม่จ่ายค่าจ้างหรือเงินชดเชยตรงเวลา ลูกจ้างจะเดือดร้อนทางเศรษฐกิจโดยตรง นอกจากนี้นายจ้างเรียก รับ หลักประกันในการทำงานกับลูกจ้างตาม

คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 5331/2550 ศาลฎีกาได้วินิจฉัยว่าตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 มาตรา 10 วรรคสอง ได้บัญญัติอย่างชัดเจนว่า นายจ้างต้องคืนเงินประกันการทำงานแก่ลูกจ้างภายใน 7 วัน นับแต่วันที่ลูกจ้างลาออก ซึ่งบทบัญญัตินี้เป็นกฎหมายที่เกี่ยวกับความสงบเรียบร้อยของประชาชน ดังนั้นประกาศหรือระเบียบของนายจ้างที่กำหนดให้คืนเงินประกันการทำงานเกินกว่า 7 วัน จึงถือว่าขัดต่อกฎหมายและไม่สามารถนำมาใช้บังคับได้ นายจ้างจึงมีหน้าที่ต้องคืนเงินประกันให้แก่ลูกจ้างภายใน 7 วันตามที่กฎหมายกำหนด อย่างไรก็ตามในส่วนของความรับผิดชอบใน “เงินเพิ่ม” ตามมาตรา 9 วรรคสอง (ร้อยละ 15 ของเงินที่ค้างจ่ายทุก 7 วัน) ศาลได้วินิจฉัยว่าการที่นายจ้างยังไม่คืนเงินประกันโดยอ้างระเบียบของตนเองซึ่งระเบียบนั้นขัดต่อกฎหมายและลูกจ้างได้ฟ้องคดีก่อนพ้นกำหนด 7 วันนับแต่วันที่ลาออก ยังไม่ถือว่าเป็นการ “จงใจไม่จ่ายเงินโดยปราศจาก

เหตุผลอันสมควร” นายจ้างจึงไม่ต้องรับผิดชอบเงินเพิ่มในอัตราร้อยละ 15 แต่ยังคงต้องรับผิดชอบในเงินประกัน และดอกเบี้ยผิดนัดในอัตราร้อยละ 15 ต่อปี

2. สิทธิของลูกจ้างทำงานวันหยุดและวันล่วงเวลา เพื่อคุ้มครองสุขภาพและคุณภาพชีวิตของลูกจ้าง หากมีความจำเป็นต้องทำงานนอกเวลาปกติ หรือมาทำงานในวันหยุด กฎหมายจึงกำหนดหลักเกณฑ์และสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมเพื่อตอบแทนการเสียสละเวลาส่วนตัวของลูกจ้าง และการทำงานของลูกจ้างต้องไม่เกิน 8 ชั่วโมงต่อวัน ตามมาตรา 23 ได้วางหลักว่า “กำหนดเวลาเริ่มต้นและสิ้นสุดในการทำงานในแต่ละวัน ลูกจ้างต้องทำงานได้วันละไม่เกินแปดชั่วโมง” นอกจากนี้ยังคุ้มครองสิทธิแรงงานเกี่ยวกับ “**การทำงานล่วงเวลา (Overtime : OT)**” ในวันทำงานปกติ โดยห้ามไม่ให้นายจ้างบังคับลูกจ้างทำงาน แต่ต้องได้รับความยินยอมด้วยความสมัครใจเท่านั้น หลักการคือ “ห้ามบังคับทำ” เว้นแต่ “ลูกจ้างยินยอม” แต่จะทำได้เฉพาะใน “กรณีจำเป็น” และ “เท่าที่จำเป็นเท่านั้นตามมาตรา 24 ได้วางหลักว่า “การทำงานล่วงเวลาในวันทำงาน โดยหลักอาจทำได้ เว้นแต่ได้รับความยินยอมจากลูกจ้างเป็นคราว ๆ ไป

ในกรณีที่ลักษณะหรือสภาพของงานต้องทำติดต่อกันไปถ้าหยุดจะเสียหายแก่งาน หรือเป็นงานฉุกเฉิน หรือเป็นงานอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง นายจ้างอาจให้ลูกจ้างทำงานล่วงเวลาได้เท่าที่จำเป็น นอกจากนี้ยังได้ให้การคุ้มครองการทำงานในวันหยุด (Work on Holidays) โดยห้ามนายจ้างให้ลูกจ้างทำงานในวันหยุดอย่างเด็ดขาด เพื่อรักษาสีทธิในการพักผ่อนแต่ได้กำหนด ข้อยกเว้นไว้ 3 กรณีหลักที่นายจ้างสามารถให้ลูกจ้างมาทำงานในวันหยุดได้ โดยต้องทำ “เท่าที่จำเป็น” เท่านั้นงานที่มีลักษณะหรือสภาพที่ต้องทำติดต่อกันไป ถ้าหยุดแล้วจะเสียหายแก่งานอย่างร้ายแรงหรืองานฉุกเฉินที่ไม่อาจคาดการณ์ได้

3. สิทธิของลูกจ้างได้รับค่าจ้างวันหยุด ค่าล่วงเวลา กฎหมายแรงงานกำหนดอัตราค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและสูงกว่าปกติ สำหรับการทำงานที่เกินกว่าเวลาทำงานปกติและวันหยุด เพื่อชดเชยเวลาพักผ่อนของลูกจ้างและต้องพิจารณาความแตกต่างระหว่าง “ค่าจ้างปกติ” กับ “เงินเพิ่มพิเศษ” คือค่าล่วงเวลาและค่าทำงานในวันหยุด และสถานะของลูกจ้างทั้งรายเดือนและรายวันตามมาตรา 56 ได้บัญญัติว่า “ให้นายจ้างจ่ายค่าจ้างให้แก่ลูกจ้างเท่ากับค่าจ้างในวันทำงานสำหรับวันหยุด”

สำหรับลูกจ้างทำงานเกินเวลา (Overtime) จากนายจ้างตามมาตรา 61 คือ ในวันทำงาน ลูกจ้างมีสิทธิได้รับค่าล่วงเวลาในอัตราพิเศษนายจ้างต้องจ่ายค่าล่วงเวลาไม่น้อยกว่า 1.5 เท่า (หนึ่งเท่าครึ่ง) ของอัตราค่าจ้างต่อชั่วโมงในวันทำงานปกติ เช่น ลูกจ้างได้รับค่าจ้างวันละ 400 บาท และทำงานวันละ 8 ชั่วโมง การคิดค่าจ้างต่อชั่วโมงปกติ 8 ชั่วโมง 400 บาท = 50 บาทต่อชั่วโมง คำนวณอัตราล่วงเวลา (OT) 1.5 เท่า 50 บาท $\times$ 1.5 = 75 บาทต่อชั่วโมง ดังนั้นทุกชั่วโมงที่ลูกจ้างทำงานล่วงเวลา ลูกจ้างจะได้รับเงินชั่วโมงละ 75 บาท (รวมค่าจ้างปกติ 50 บาท และเงินเพิ่มค่าล่วงเวลา 25 บาท) ซึ่งไว้บัญญัติไว้ในมาตรา 61

กรณีที่นายจ้างให้ลูกจ้างทำงานในวันหยุดประจำสัปดาห์วันหยุดตามประเพณีและวันหยุดพักผ่อนประจำปี ให้นายจ้างจ่ายค่าทำงานในวันหยุดถ้าลูกจ้างเป็นประเภทพนักงานรายเดือนให้จ่ายค่าจ้างในวันหยุดจ่ายเพิ่ม อีก 1 เท่าถ้าเป็นลูกจ้างที่พนักงานรายวันไม่มีสิทธิค่าจ้างในวันหยุดให้จ่ายจ่าย 2 เท่า ของค่าจ้างปกติ

ให้พิจารณาควบคู่กับมาตรา 56 ซึ่งได้บัญญัติไว้ในมาตรา 62 ในกรณีที่นายจ้างให้ลูกจ้างทำงานในวันหยุดตามมาตรา 28 มาตรา 29 หรือมาตรา 30 ให้นายจ้างจ่ายค่าทำงานในวันหยุดให้แก่ลูกจ้างในอัตรา ดังต่อไปนี้

(1) สำหรับลูกจ้างซึ่งมีสิทธิได้รับค่าจ้างในวันหยุด ให้จ่ายเพิ่มขึ้นจากค่าจ้างอีกไม่น้อยกว่าหนึ่งเท่าของอัตราค่าจ้างต่อชั่วโมงในวันทำงานตามจำนวนชั่วโมงที่ทำหรือไม่น้อยกว่าหนึ่งเท่าของอัตราค่าจ้างต่อหน่วยในวันทำงานตามจำนวนผลงานที่ได้สำหรับลูกจ้างซึ่งได้รับค่าจ้างตามผลงานโดยคำนวณเป็นหน่วย

(2) สำหรับลูกจ้างซึ่งไม่มีสิทธิได้รับค่าจ้างในวันหยุด ให้จ่ายไม่น้อยกว่าสองเท่าของอัตราค่าจ้างต่อชั่วโมงในวันทำงานตามจำนวนชั่วโมงที่ทำ หรือไม่น้อยกว่าสองเท่าของอัตราค่าจ้างต่อหน่วยในวันทำงานตามจำนวนผลงานที่ได้สำหรับลูกจ้างซึ่งได้รับค่าจ้างตามผลงานโดยคำนวณเป็นหน่วย

และกรณีค่าล่วงเวลาในวันหยุดลูกจ้างได้รับเป็นพิเศษเมื่อต้องทำงาน เกินกว่าเวลาทำงานปกติ ในวันซึ่งเป็นวันหยุด ไม่ว่าจะเป็นวันหยุดประจำสัปดาห์ วันหยุดตามประเพณี หรือวันหยุดพักผ่อนประจำปี นายจ้างต้องจ่ายค่าล่วงเวลาในวันหยุดให้แก่ลูกจ้างในอัตราไม่น้อยกว่า 3 เท่า (สามเท่า) ของอัตราค่าจ้างต่อชั่วโมงในวันทำงานปกติ ตามจำนวนชั่วโมงที่ทำงานล่วงเวลานั้น ๆ ตามมาตรา 63 เช่น ลูกจ้างไม่ว่ารายเดือนหรือรายวันจะได้รับค่าจ้างต่อชั่วโมงปกติ 50 บาท ทำงานในวันหยุดไปทั้งหมด 10 ชั่วโมง (เวลาปกติ 8 ชั่วโมง ล่วงเวลา 2 ชั่วโมง) ค่าทำงานในวันหยุด (8 ชั่วโมงแรก) จะได้รับ 2 เท่า (ตามมาตรา 62) คือ $50 \text{ บาท/ชั่วโมง} \times 2 \text{ เท่า} \times 8 \text{ ชั่วโมง} = 800 \text{ บาท}$ สำหรับค่าล่วงเวลาในวันหยุด (2 ชั่วโมงที่เกินมา) จะได้รับ 3 เท่า (ตามมาตรา 63) คือ $50 \text{ บาท/ชั่วโมง} \times 3 \text{ เท่า} \times 2 \text{ ชั่วโมง} = 300 \text{ บาท}$ รวมเงินที่ได้รับสำหรับการทำงานในวันหยุด 10 ชั่วโมง คือ $800 + 300 = 1,100 \text{ บาท}$ ทั้งนี้การทำงานล่วงเวลาในวันทำงาน การให้ลูกจ้างทำงานล่วงเวลาในวันหยุดจะต้องได้รับความยินยอมจากลูกจ้างก่อนเป็นคราว ๆ ไป เว้นแต่เป็นกรณีงานฉุกเฉิน หรือเป็นงานที่ต้องทำต่อเนื่องไม่ให้เกิดความเสียหายแก่งาน ซึ่งตามบัญญัติมาตรา 62 และ 63 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 เป็นบทบังคับเด็ดขาดที่มีวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองลูกจ้าง ดังนั้นนายจ้างไม่อาจหลีกเลี่ยงหรือตกลงอย่างอื่นได้ หากฝ่าฝืนย่อมตกเป็นโมฆะ

4. สิทธิของลูกจ้างได้รับค่าชดเชยจากนายจ้าง ค่าชดเชยจะเกิดขึ้นเมื่อ นายจ้าง “เลิกจ้าง” ลูกจ้าง โดยที่ลูกจ้างไม่ได้มีความผิดตามกฎหมายและมีระยะเวลาการทำงานครบตามที่กำหนดลูกจ้างมีสิทธิได้รับค่าชดเชย หากนายจ้างเลิกจ้างรวมถึงการเกษียณอายุที่ถือเป็นการเลิกจ้างตามกฎหมาย โดยที่ลูกจ้างทำงานติดต่อกันครบ 120 วันขึ้นไปและไม่ได้กระทำความผิดร้ายแรงตามที่กฎหมายยกเว้นไว้ ซึ่งการจ้างแรงงานจึงได้มีระยะเวลาทดลองงาน 4 เดือน หากมีการทดลองงาน 6 เดือนหากมีการเลิกจ้างต้องจ่ายค่าชดเชยตามกฎหมายได้วางหลักตามมาตรา 118 “ให้นายจ้างจ่ายค่าชดเชยให้แก่ลูกจ้างซึ่งเลิกจ้าง ดังต่อไปนี้

(1) ลูกจ้างซึ่งทำงานติดต่อกันครบหนึ่งร้อยสี่สิบวัน แต่ไม่ครบหนึ่งปี ให้จ่ายไม่น้อยกว่าค่าจ้างอัตราสุดท้ายสามสิบวัน

(2) ลูกจ้างซึ่งทำงานติดต่อกันครบหนึ่งปี แต่ไม่ครบสามปี ให้จ่ายไม่น้อยกว่าค่าจ้างอัตราสุดท้ายเก้าสิบวัน

(3) ลูกจ้างซึ่งทำงานติดต่อกันครบสามปี แต่ไม่ครบหกปี ให้จ่ายไม่น้อยกว่าค่าจ้างอัตราสุดท้ายหนึ่งร้อยแปดสิบวัน

(4) ลูกจ้างซึ่งทำงานติดต่อกันครบหกปี แต่ไม่ครบสิบปี ให้จ่ายไม่น้อยกว่าค่าจ้างอัตราสุดท้ายสองร้อยสี่สิบวัน

(5) ลูกจ้างซึ่งทำงานติดต่อกันครบสิบปี แต่ไม่ครบยี่สิบปี ให้จ่ายไม่น้อยกว่าค่าจ้างอัตราสุดท้ายสามร้อยวัน

(6) ลูกจ้างซึ่งทำงานติดต่อกันครบยี่สิบปีขึ้นไป ให้จ่ายไม่น้อยกว่าค่าจ้างอัตราสุดท้ายสี่ร้อยวัน

สำหรับข้อยกเว้นที่นายจ้างไม่ต้องจ่ายค่าชดเชย ให้แก่ลูกจ้างนั้นกำหนดไว้อย่างชัดเจนใน มาตรา 119 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 (แก้ไข พ.ศ. 2568) ได้แก่ พุทธศักราชที่ จงใจทำให้นายจ้างเสียหาย ประมาทเลินเล่อเป็นเหตุให้นายจ้าง ฝ่าฝืนข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงาน ระเบียบ หรือคำสั่งของนายจ้าง อันชอบด้วยกฎหมาย ละทิ้งหน้าที่เป็นเวลาสามวัน และได้รับโทษจำคุกตามคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก นายจ้างสามารถเลิกจ้างลูกจ้างได้ทันทีโดยไม่ต้องบอกกล่าวล่วงหน้าและไม่ต้องจ่ายค่าชดเชย

สิทธิการรับค่าทดแทนภายใต้พระราชบัญญัติเงินทดแทน พ.ศ. 2537 (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2561

พระราชบัญญัติเงินทดแทน พ.ศ. 2537 และพระราชบัญญัติเงินทดแทน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2561 ซึ่งกำหนดให้นายจ้างมีหน้าที่จ่ายเงินสมทบเข้ากองทุนฝ่ายเดียว กองทุนเงินทดแทนจะเรียกเก็บเงินสมทบจากนายจ้างเป็นรายปี (ปี ละ 1 ครั้ง) โดยในปีแรกนายจ้างจะต้องจ่ายเงินสมทบ ภายใน 30 วัน นับแต่วันที่มียู้งานตั้งแต่ 1 คน สำหรับปี ต่อ ๆ ไปจ่ายภายในเดือนมกราคมของทุกปี สิทธิประโยชน์ของกองทุนเงินทดแทนฯ ลูกจ้างประสบอันตรายหรือเจ็บป่วยเนื่องจากการทำงานจะได้รับเงินทดแทน ซึ่งประกอบด้วยค่ารักษาพยาบาล ค่าทดแทนรายเดือน ค่าทำศพและค่าฟื้นฟูสมรรถภาพในการทำงาน (กันตยา บุญชัย และ อุษณกร ทาวะรัมย์, 2568) ซึ่งได้นิยามไว้ตามมาตรา 5 ไว้ว่า

“ประสบอันตราย” หมายความว่า การที่ลูกจ้างได้รับอันตรายแก่กายหรือผลกระทบแก่จิตใจ หรือถึงแก่ความตายเนื่องจากการทำงานหรือป้องกันรักษาประโยชน์ให้แก่นายจ้างหรือตามคำสั่งของนายจ้าง

“เงินทดแทน” หมายความว่า เงินที่จ่ายเป็นค่าทดแทน ค่ารักษาพยาบาล ค่าฟื้นฟูสมรรถภาพในการทำงาน และค่าทำศพ

การคุ้มครองสิทธิลูกจ้างตามพระราชบัญญัติเงินทดแทน พ.ศ. 2537 นั้น สามารถจำแนกได้ดังนี้

1. **ค่ารักษาพยาบาลเป็นสิทธิประโยชน์ที่สำคัญภายใต้พระราชบัญญัติเงินทดแทน พ.ศ. 2537** โดยมีหลักการว่ากองทุนเงินทดแทนจะจ่ายค่ารักษาพยาบาลให้แก่ลูกจ้างที่ประสบอันตรายหรือเจ็บป่วย เนื่องจากการทำงาน แทนการรับผิดชอบของนายจ้างรายละเอียดเกี่ยวกับวงเงินค่ารักษาพยาบาล ตามมาตรา 13 แห่งพระราชบัญญัติเงินทดแทน พ.ศ. 2537

2. **ลูกจ้างประสบอันตราย เจ็บป่วย หรือสูญหาย** การที่ลูกจ้างได้รับอันตรายแก่กาย หรือ ได้รับผลกระทบแก่จิตใจ หรือถึงแก่ความตาย อันเนื่องมาจากการทำงานให้แก่นายจ้าง การป้องกันรักษาประโยชน์ให้แก่ นายจ้าง การทำตามคำสั่งของนายจ้างกฎหมายกำหนดให้นายจ้างจ่ายค่าทดแทนเป็นรายเดือนให้แก่ลูกจ้างหรือ

ผู้มีสิทธิตามมาตรา 20 ซึ่งได้บัญญัติไว้ในมาตรา 18 “เมื่อลูกจ้างประสบอันตราย เจ็บป่วย หรือสูญหาย ให้นายจ้างจ่ายค่าทดแทนเป็นรายเดือนให้แก่ลูกจ้างหรือผู้มีสิทธิตามมาตรา 20 แล้วแต่กรณี ดังต่อไปนี้

(1) ร้อยละเจ็ดสิบของค่าจ้างรายเดือน สำหรับกรณีที่ลูกจ้างไม่สามารถทำงานได้ ไม่ว่าลูกจ้างจะสูญเสียอวัยวะตาม (2) ด้วยหรือไม่ก็ตาม โดยจ่ายตั้งแต่วันที่ลูกจ้างไม่สามารถทำงานได้ไปจนตลอดระยะเวลาที่ไม่สามารถทำงานได้ แต่ต้องไม่เกินหนึ่งปี

(2) ร้อยละเจ็ดสิบของค่าจ้างรายเดือน สำหรับกรณีที่ลูกจ้างต้องสูญเสียสมรรถภาพในการทำงานของร่างกาย โดยจ่ายตามระยะเวลาที่ต้องจ่ายให้ตามที่กระทรวงแรงงานประกาศกำหนด แต่ต้องไม่เกินสิบปี

(3) ร้อยละเจ็ดสิบของค่าจ้างรายเดือน สำหรับกรณีที่ลูกจ้างทุพพลภาพโดยจ่ายตามประเภทของการทุพพลภาพและตามระยะเวลาที่กระทรวงแรงงานประกาศกำหนด แต่ต้องไม่น้อยกว่าสิบห้าปี

(4) ร้อยละเจ็ดสิบของค่าจ้างรายเดือน สำหรับกรณีที่ลูกจ้างถึงแก่ความตายหรือสูญหายมีกำหนดสิบปี”

3. ค่าทำศพ เป็นหนึ่งในสิทธิประโยชน์ที่ลูกจ้างหรือผู้จัดการศพจะได้รับจากกองทุนเงินทดแทน เมื่อลูกจ้างถึงแก่ความตายหรือสูญหายเนื่องจากการทำงานต้องจ่ายค่าทำศพได้มีการปรับปรุงเพิ่มขึ้นเพื่อให้เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจและสังคมตาม ตามมาตรา 16 แห่งพระราชบัญญัติเงินทดแทน พ.ศ. 2537

ความสำคัญของมาตรา 16 เป็นการรับรองสิทธิของลูกจ้างและผู้จัดการศพในการได้รับเงินช่วยเหลือค่าจัดการศพ เมื่อความตายหรือการสูญหายนั้นมีสาเหตุมาจากการทำงาน การกำหนดอัตราค่าทำศพในกฎกระทรวงทำให้สามารถปรับเปลี่ยนตัวเลขให้เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจและค่าครองชีพได้ (ปัจจุบันอัตราค่าทำศพอยู่ที่ 50,000 บาท ตามกฎกระทรวง พ.ศ. 2564) เงินค่าทำศพจะจ่ายให้แก่ผู้จัดการศพโดยตรงซึ่งอาจไม่ใช่ทายาทตามกฎหมายเสมอไปแต่เป็นผู้ที่รับผิดชอบในการจัดงานศพนั้นจริง ๆ เพื่อให้แน่ใจว่าเงินถูกนำไปใช้ตามวัตถุประสงค์ทันที โดยผู้มีสิทธิได้รับเงินชดเชยตามมาตรา 20 นายจ้างต้องจ่ายให้บิดา มารดา สามีหรือภรรยา บุตรอายุต่ำกว่า 18 ปี ได้รับค่าชดเชยจนสำเร็จการศึกษาปริญญาตรี และบุตรทุพพลภาพ หรือ มีจิตฟั่นเฟือนได้รับค่าชดเชยแทน

4. ข้อยกเว้นที่ไม่ต้องนายจ้างไม่ต้องจ่ายเงินทดแทนให้แก่ลูกจ้างหรือผู้มีสิทธิตามกฎหมายหากการประสบอันตรายหรือเจ็บป่วยของลูกจ้างนั้นเกิดขึ้นเพราะเหตุอย่างใดอย่างหนึ่ง คือ จงใจทำให้เกิดอันตรายต่อตนเองหรือผู้อื่น หรือ ประพฤติผิดอย่างร้ายแรงต่อระเบียบหรือคำสั่ง และประสบอันตรายขณะไม่ได้รับความยินยอม ซึ่งได้วางหลักไว้ตามมาตรา 22 “นายจ้างไม่ต้องจ่ายเงินทดแทนในการประสบอันตรายหรือเจ็บป่วยของลูกจ้างเพราะเหตุอย่างหนึ่งอย่างใด ดังต่อไปนี้

(1) ลูกจ้างเสพของมึนเมาหรือสิ่งเสพติดอื่นจนไม่สามารถครองสติได้

(2) ลูกจ้างจงใจให้ตนเองประสบอันตรายหรือยอมให้ผู้อื่นทำให้ตนประสบอันตราย”

การรับรองสิทธิแรงงานภายใต้พระราชบัญญัติแรงงานสัมพันธ์ พ.ศ. 2518 (แก้ไข พ.ศ. 2560)

ปัจจุบันประเทศไทยมีการบัญญัติกฎหมายที่รับรองสิทธิของลูกจ้างในการจัดตั้งหรือเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหภาพแรงงานไว้ ได้แก่ พระราชบัญญัติแรงงานสัมพันธ์ พ.ศ. 2518 และพระราชบัญญัติแรงงานรัฐวิสาหกิจสัมพันธ์ พ.ศ. 2543 ซึ่งเป็นกฎหมายที่รับรองสิทธิของลูกจ้างในการรวมตัวกันเป็นสหภาพแรงงาน แต่ในกฎหมายทั้งสองฉบับดังกล่าวยังมีเงื่อนไขในการใช้สิทธิจัดตั้งสหภาพแรงงานของลูกจ้าง (วิสิทธิ์ เขาทอง และ กิติพงศ์ หังสพฤกษ์, 2560) ถือเป็นกฎหมายที่มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนายจ้างกับลูกจ้างและส่งเสริมให้มีการเจรจาต่อรองร่วมกันเพื่อกำหนดสภาพการจ้างที่เป็นธรรม กฎหมายฉบับนี้จึงให้การรับรองสิทธิแรงงานในมิติของการรวมกลุ่มและอำนาจในการต่อรองของแรงงาน

พระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวบัญญัติให้ลูกจ้างมีสิทธิในการยื่นข้อเรียกร้องหรือเจรจาต่อรองกับนายจ้าง ซึ่งเป็นสิทธิตามรัฐธรรมนูญและหลักสิทธิมนุษยชนแรงงาน (Labour Rights) ที่ได้รับการรับรองในอนุสัญญาองค์การแรงงานระหว่างประเทศ (ILO Conventions) ทั้งนี้ เพื่อเปิดโอกาสให้ทั้งสองฝ่ายได้เจรจาต่อรองเกี่ยวกับการกำหนด เปลี่ยนแปลง หรือแก้ไข “สภาพการจ้าง” เช่น ค่าจ้าง ชั่วโมงการทำงาน สวัสดิการ การลาพัก การเลื่อนตำแหน่ง หรือหลักเกณฑ์การทำงานอื่น ๆ โดยผลการเจรจาจะถูกจัดทำเป็น “ข้อตกลงเป็นลายลักษณ์อักษร” ซึ่งมีผลผูกพันระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง เช่น ข้อตกลงระหว่างสหภาพแรงงานกับนายจ้าง หรือ “ข้อตกลงร่วม” ที่ลงนามภายหลังการเจรจาซึ่งได้วางหลักในมาตรา 13 แห่งพระราชบัญญัติแรงงานสัมพันธ์ พ.ศ. 2518

มาตราดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงสิทธิลูกจ้างและนายจ้างมีส่วนร่วมโดยตรงในกระบวนการแรงงานสัมพันธ์ซึ่งเป็นหัวใจของประชาธิปไตยในสถานประกอบการ (Workplace Democracy) โดยยึดหลักความชอบธรรมและสร้างความสมดุลระหว่างลูกจ้างกับนายจ้าง เพื่อป้องกันการใช้อำนาจฝ่ายเดียวและเพื่อเปิดโอกาสให้การแก้ไขข้อขัดแย้งเป็นไปด้วยการเจรจา ไม่ใช่การเผชิญหน้า จึงเป็น “ประตูแห่งการเจรจา” ที่รับรองสิทธิของลูกจ้างในการรวมกลุ่มและเสนอข้อเรียกร้องโดยชอบธรรมและเป็นหลักประกันว่า “ความสัมพันธ์แรงงานจะพัฒนาไปด้วยสันติวิธีภายใต้หลักนิติธรรม (Rule of Law in Industrial Relations)” เว้นแต่ลูกจ้างกระทำผิดต่อหน้าที่ หรือ ก่อให้เกิดความเสียหายต่อนายจ้าง กฎหมายจะไม่คุ้มครองการกระทำของลูกจ้างไว้ในมาตรา 31 เมื่อได้มีการแจ้งข้อเรียกร้องนั้นยังอยู่ในระหว่างการเจรจา การกล่เกลี่ย หรือการชี้ขาดข้อพิพาทแรงงาน ห้ามมิให้นายจ้างเลิกจ้างหรือโยกย้ายหน้าที่การงานลูกจ้าง ผู้แทนลูกจ้าง กรรมการ อนุกรรมการ หรือสมาชิกสหภาพแรงงาน หรือกรรมการหรืออนุกรรมการสหพันธ์แรงงาน ซึ่งเกี่ยวข้องกับข้อเรียกร้องนั้น

การคุ้มครองสิทธิแรงงานตามหลักความเป็นธรรมทางสังคม

การคุ้มครองสิทธิแรงงานตามหลักความเป็นธรรมทางสังคม (Social Justice) เป็นรากฐานสำคัญของกฎหมายแรงงานโดยมีเป้าหมายหลักคือการสร้างสมดุลอำนาจระหว่างนายจ้างกับลูกจ้าง เพื่อให้ลูกจ้างซึ่งเป็นฝ่ายที่มีสถานะต่ำกว่าได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมและมีศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ความเป็นธรรมทางสังคมนั้นไม่เพียงคำนึงถึงการจ่ายค่าจ้างเท่านั้น แต่รวมถึงการคุ้มครองสิทธิพื้นฐานต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของแรงงานทั้งด้านเศรษฐกิจ ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ การมีส่วนร่วมต่อการเรียกร้องสิทธิของแรงงาน ขณะเดียวกันยัง

เปิดโอกาสให้แรงงานเรียกร้องขอความเป็นธรรมผ่านกลไกผู้ตรวจแรงงานหรือฟ้องต่อศาลแรงงานได้ เพื่อเป็นการทำความเข้าใจกับผู้อ่านผู้เขียนขอจำแนกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การฟ้องร้องคดีค่าชดเชยและเงินเดือนค้างจ่าย ลูกจ้างยื่นคำร้องต่อพนักงานตรวจแรงงานในพื้นที่สำนักงานสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานจังหวัด เพื่อให้ตรวจสอบและไต่สวนข้อพิพาทเกี่ยวกับการจ่ายค่าชดเชยหรือค่าจ้างค้างจ่าย หากพนักงานตรวจแรงงานเห็นว่า นายจ้างฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามมาตรา 70 คือ ไม่จ่ายตอบแทน ได้แก่ ค่าล่วงเวลา ค่าทำงานในวันหยุด ค่าล่วงเวลาในวันหยุด หรือ ไม่จ่ายค่าชดเชยการเลิกจ้างแห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงานคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 (แก้ไข พ.ศ. 2568) พนักงานตรวจแรงงานมีอำนาจออกคำสั่งให้นายจ้างจ่ายเงินภายในระยะเวลาที่กำหนดตามมาตรา 123

ขั้นตอนที่ 2 กรณีนายจ้างไม่ปฏิบัติตามคำสั่งพนักงานตรวจแรงงานภายใน 30 วัน ลูกจ้างสามารถยื่นฟ้องต่อศาลแรงงานภายใน 30 วัน นับแต่วันครบกำหนดตามมาตรา 125 เมื่อพนักงานตรวจแรงงานได้มีคำสั่งให้นายจ้าง ลูกจ้าง หรือทายาทโดยธรรมของลูกจ้างซึ่งถึงแก่ความตายไม่พอใจคำสั่งนั้น ให้นำคดีไปสู่ศาลได้ภายในสามสิบวันนับแต่วันทราบคำสั่ง ขณะเดียวกันหากไม่มีคำสั่งจากพนักงานตรวจแรงงาน หรือไม่ต้องการรอผล ลูกจ้างสามารถยื่นฟ้องต่อศาลแรงงานโดยตรงได้ ภายใน 90 วันนับแต่วันที่ถูกลูกจ้างตามมาตรา 49 แห่งพระราชบัญญัติจัดตั้งศาลแรงงานและวิธีพิจารณาคดีแรงงาน พ.ศ. 2522 โดยมีเอกสารที่จะต้องใช้ประกอบการยื่นฟ้องศาลแรงงาน ได้แก่ สำเนาบัตรประชาชน สัญญาจ้าง สลิปเงินเดือน หนังสือเลิกจ้าง หลักฐานการไม่จ่ายค่าจ้างหรือค่าชดเชย เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 3 การไต่สวนและพิจารณาคดีศาลแรงงานมีอำนาจไต่สวนโดยรวดเร็ว ยืดหยุ่น และสามารถใช้วิธีไต่สวนไต่สวนก่อนพิพากษา ศาลจะพิจารณา “ความเป็นธรรม” และ “ข้อเท็จจริงแห่งการจ้างงาน” เป็นสำคัญหากพิสูจน์ได้ว่าการเลิกจ้างโดยไม่จ่ายค่าชดเชย ศาลจะสั่งให้นายจ้างชำระ ค่าชดเชย (มาตรา 118) ค่าจ้างค้างจ่าย (มาตรา 70) ดอกเบี้ยร้อยละ 15 ต่อปี (มาตรา 9 พ.ร.บ.คุ้มครองแรงงานฯ) และอาจรวมถึงค่าจ้างแทนการบอกกล่าวล่วงหน้า (มาตรา 17) หากลูกจ้างมีสิทธิดังกล่าว

บทสรุป

วิวัฒนาการแนวคิดและกลไกทางกฎหมายที่มุ่งคุ้มครองสิทธิของแรงงานในระบอบประชาธิปไตย โดยเริ่มจากผลสืบเนื่องของการปฏิวัติอุตสาหกรรมในคริสต์ศตวรรษที่ 18-19 ซึ่งนำไปสู่การตรากฎหมายโรงงาน การเกิดสภาพแรงงาน และการยกระดับสิทธิแรงงานสู่หลักสิทธิมนุษยชนสากลตามปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน ค.ศ. 1948 และ “วาระการทำงานที่มีคุณค่า” (Decent Work Agenda) ขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (ILO) แนวคิดสำคัญของบทความอยู่ที่การเชื่อมโยง หลักนิติธรรม (Rule of Law) กับ หลักความยุติธรรมทางสังคม (Social Justice) โดยมองว่ากฎหมายแรงงานเป็นเครื่องมือทางสังคม (Social engineering) เพื่อรักษาดุลยภาพแห่งอำนาจระหว่างนายจ้างกับลูกจ้าง กฎหมายแรงงานจึงมิใช่เพียงเครื่องมือควบคุม แต่เป็นสถาบันทางสังคมที่คุ้มครองศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของผู้ใช้แรงงาน และส่งเสริมให้เกิดความเท่าเทียมในโอกาสทางเศรษฐกิจ ในส่วนของพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 (แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2568) เป็นกฎหมายหลักที่กำหนดมาตรฐานขั้นต่ำของการจ้างงาน เช่น เวลาทำงาน วันหยุด ค่าล่วงเวลา การบอกเลิก

สัญญา ค่าชดเชย และการจ่ายเงินทดแทนที่เป็นธรรม เพื่อป้องกันการเอารัดเอาเปรียบลูกจ้างและสร้างความมั่นคงทางอาชีพ ขณะเดียวกันพระราชบัญญัติเงินทดแทน พ.ศ. 2537 เป็นกลไกสำคัญในการคุ้มครองลูกจ้างที่ประสบอันตราย เจ็บป่วย พิกัด หรือเสียชีวิตจากการทำงาน โดยกำหนดให้นายจ้างต้องจ่ายเงินทดแทนผ่านกองทุนเงินทดแทน เพื่อสร้างหลักประกันทางสังคมและลดภาระความเดือดร้อนของครอบครัวแรงงาน ทั้งนี้ถือเป็นการขยายความรับผิดชอบทางศีลธรรมของนายจ้างตามหลักนิติธรรม ส่วน พระราชบัญญัติแรงงานสัมพันธ์ พ.ศ. 2518 เป็นกลไกที่คุ้มครองเสรีภาพในการรวมกลุ่ม การเจรจาต่อรอง และการจัดตั้งสหภาพแรงงาน ซึ่งสะท้อนถึงสิทธิตามรัฐธรรมนูญและหลักสิทธิมนุษยชนแรงงาน อันเป็นเงื่อนไขสำคัญของประชาธิปไตยทางเศรษฐกิจ จะเห็นได้ว่าการคุ้มครองสิทธิแรงงานต้องอาศัยการบูรณาการ หลักนิติธรรมที่ยึดความเสมอภาคเข้ากับหลักความเป็นธรรมที่เน้นศักดิ์ศรีและความเป็นธรรมทางเศรษฐกิจ เพื่อให้แรงงานไทยได้รับความคุ้มครองอย่างรอบด้านทั้งในมิติทางกฎหมาย เศรษฐกิจและศีลธรรมของสังคมซึ่งจะนำไปสู่สังคมแรงงานที่มั่นคงและยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- กันตยา บุญชัย และ อุษณากร ทาวะรัมย์. (2568). การรับรู้สิทธิประโยชน์กองทุนเงินทดแทนของผู้ประกันตน : กรณีศึกษาผู้ประกันตนที่มาติดต่อที่สำนักงานประกันสังคม จังหวัดชลบุรี. *วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย*, 17(1), 363-381.
- ทงศักดิ์ แก้วทนต์ และ อรัชมน พิเชฐวรกุล. (2568). มาตรการทางกฎหมายเพื่อคุ้มครองแรงงานที่ถูกเลิกจ้าง เนื่องจากปัญหาทางเศรษฐกิจของนายจ้าง. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 15(2), 259-276.
- ธีระปกรณ์ ธีระทปรกรณ์ และ กิตติ ชยางคกุล. (2565). ความยุติธรรมด้านแรงงานในประเทศไทยศึกษากรณีความยุติธรรมตามสัญญาจ้างแรงงาน. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 16(49), 20-40.
- บุษิตา สังข์แก้ว. (2564). หลักนิติธรรมกับการคุ้มครองสิทธิประชาชนผู้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐ. *วารสารผู้ตรวจการแผ่นดิน*, 14(1), 87-123.
- วิสิษฐ เขาทอง กิตติพงศ์ หังสพฤกษ์. (2560). สิทธิเสรีภาพในการรวมตัวกันเป็นสหภาพแรงงานของประเทศในกลุ่มสมาคมอาเซียน. *วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 30(2), 217-235.
- Barnett, R. E. (2014). *The structure of liberty: Justice and the rule of law*. Oxford University Press.
- Frezzo, M. (2014). *The sociology of human rights*. John Wiley & Sons.
- Kramer, M. (2007). *Objectivity and the Rule of Law*. Cambridge University Press.
- Seidman, G. W. (2007). *Beyond the boycott: Labor rights, human rights, and transnational activism*. Russell Sage Foundation.
- Tamanaha, B. Z. (2004). *On the rule of law: History, politics, theory*. Cambridge University Press.
- Tamanaha, B. Z. (2006). *Law as a Means to an End: Threat to the Rule of Law*. Cambridge University Press.

การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนักศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต
ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2565 - 2566 จำแนกตามรอบการรับเข้าด้วยระบบ TCAS
A Comparison of Academic Achievement Among First-Year Bachelor of
Nursing Science Students in the Academic Years 2022 - 2023, Classified by
Admission Rounds Under the TCAS System

ฐิริสิริ ฮวดศรี^{1*} และ ณัฏฐา ชาวกงจักร²

Thirasiri Haudsri^{1*} and Nattha Chaokongjak²

^{1,2}คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

^{1,2}Faculty of Nursing, Mahidol University

*Corresponding author's email address: nuttana.hau@mahidol.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

30 กันยายน 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

9 ธันวาคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

4 กุมภาพันธ์ 2569

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนักศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต ชั้นปีที่ 1 (รหัส 65) ปีการศึกษา 2565 และชั้นปีที่ 1 (รหัส 66) ปีการศึกษา 2566 ที่ผ่านการคัดเลือกจากระบบคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา (TCAS) จำแนกตามรอบการรับเข้าและเกณฑ์การรับสมัคร กลุ่มประชากรประกอบด้วยนักศึกษาชั้นปีที่ 1 รหัส 65 จำนวน 304 คน และรหัส 66 จำนวน 311 คน รวม 615 คน โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยการคำนวณจากโปรแกรม G*Power รวมทั้งสิ้น 360 คน (ปีการศึกษาละ 180 คน) เครื่องมือวิจัยเป็นแบบบันทึกข้อมูลทุติยภูมิที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เก็บข้อมูลจากระบบทะเบียนนักศึกษา ประกอบด้วยข้อมูลรอบการรับเข้า เกรดเฉลี่ยระดับ ม.ปลาย คะแนน A-Level คะแนน TGAT และผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย (GPAX ภาคปลายชั้นปีที่ 1 จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา เพื่อแสดงภาพรวมผลสัมฤทธิ์ รวมทั้งใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และสถิติ One-Way ANOVA พร้อมการทดสอบเปรียบเทียบเชิงซ้อน (LSD) ผลการวิจัยพบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2565 และ 2566 ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และภาพรวมผลสัมฤทธิ์อยู่ในระดับ “ดี” (Mean = 2.85, S.D. = 0.57) และเมื่อพิจารณาตามรอบการรับเข้า พบว่ารอบ TCAS 3 (Admission) มีค่าเฉลี่ย GPAX สูงที่สุดรองลงมาเป็น TCAS 4 (Direct Admission) และ TCAS 1 (Portfolio) ส่วน TCAS 2 (Quota) มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ผลการวิเคราะห์ ANOVA และการเปรียบเทียบรายคู่ ชี้ให้เห็นว่าผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญระหว่างรอบการรับเข้า โดยเฉพาะคะแนนสอบ A-Level และ TGAT ที่สะท้อนว่านักศึกษารอบ TCAS 3 (Admission) และ TCAS 4 (Direct Admission) มีผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาดีกว่ารอบ TCAS 2 (Quota) อย่างมีนัยสำคัญ

วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่ารอบการคัดเลือกมีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา ซึ่งผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ในการวางแผนการรับนักศึกษาในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านการกำหนดคุณสมบัติของผู้สมัครและจำนวนการรับเข้าในแต่ละรอบ

คำสำคัญ: ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา, การคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษา, ระบบ TCAS

ABSTRACT

This study aimed to compare the academic achievement of first-year students enrolled in the Bachelor of Nursing Science program in the academic years 2022 (Cohort 65) and 2023 (Cohort 66), categorized by admission rounds and selection criteria under the Thai University Central Admission System (TCAS). The population consisted of 304 students from Cohort 65 and 311 students from Cohort 66, for a total of 615 students. A sample of 360 students (180 per academic year) was determined using sample size estimation with the G*Power program. The research instrument was a secondary data record form developed by the researcher to collect data from the university registration system, including admission round, high school GPA, A-Level scores, TGAT scores, and university academic achievement (GPAX at the end of the first academic year). Data were analyzed using descriptive statistics to present overall academic performance, followed by one-Way ANOVA and LSD multiple comparison tests to examine statistical differences. The findings revealed that the academic achievement of first-year students in the academic years 2022 and 2023 did not differ significantly, with overall performance at a “good” level (mean = 2.85, SD = 0.57). When classified by admission round, students admitted through TCAS Round 3 (Admission) had the highest mean GPAX, followed by TCAS Round 4 (Direct Admission) and TCAS Round 1 (Portfolio), whereas those admitted through TCAS Round 2 (Quota) had the lowest mean GPAX. Results from ANOVA and pairwise comparisons indicated significant differences in academic achievement across admission rounds, particularly in A-Level and TGAT scores, showing that students admitted through TCAS Rounds 3 and 4 performed significantly better than those admitted through TCAS Round 2. These findings highlight the influence of admission rounds on academic achievement and provide useful implications for future admission planning, including the establishment of applicant qualifications and the determination intake numbers for each admission round.

Keywords: Educational Achievement, Admission System, TCAS

บทนำ

การขยายโอกาสทางการศึกษาในประเทศไทยทำให้กระบวนการคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษามีความสำคัญมากขึ้น ระบบ Thai University Central Admission System (TCAS) จึงทำหน้าที่เป็นกลไกกลางในการคัดเลือกผู้เรียนให้เหมาะสมกับคุณลักษณะและความต้องการของแต่ละหลักสูตร โดยใช้เกณฑ์สำคัญ ได้แก่ คะแนน GPAX ระดับ ม.ปลาย คะแนนสอบ A-Level TGAT และ TPAT ซึ่งแต่ละสถาบันสามารถกำหนดเกณฑ์ขั้นต่ำในแต่ละรอบได้ตามความเหมาะสม ทั้งนี้ เกณฑ์การคัดเลือกแตกต่างกันในแต่ละรอบ เช่น TCAS 1 (Portfolio) ให้ความสำคัญกับ GPAX และผลงานของผู้สมัคร ขณะที่ TCAS 2 (Quota) และ TCAS 3 (Admission) ประเมินร่วมกับคะแนนสอบกลาง A-Level TGAT และ TPAT

ผลการศึกษาวรรณกรรมชี้ว่าระบบและรอบการรับเข้าศึกษามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญต่อผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาในระดับอุดมศึกษา งานวิจัยจำนวนมากพบแนวโน้มสอดคล้องกันว่า ผู้ผ่านรอบ TCAS แตกต่างกันไปก็มีศักยภาพทางวิชาการแตกต่างกัน เช่น งานของ ธิชาพร พูลสวัสดิ์ (2566) พบว่านักศึกษาที่ผ่าน TCAS 3 (Admission) มีผลสัมฤทธิ์การศึกษาเฉลี่ยสูงสุด ขณะที่งานของอังศุมลีย์ สุทธภักดี และเอกภพ บุญเพ็ง (2563) ระบุว่าผู้ผ่าน TCAS 1 (Portfolio) และ TCAS 3 (Admission) มีผลสัมฤทธิ์การศึกษาสูงที่สุดตามลำดับ ผลที่ใกล้เคียงกันยังพบในงานของกอบนาถ จริตวงษ์ (2564); อรรวรรณ ชัยทวิชานันท์ (2566) ที่ยืนยันความแตกต่างของผลสัมฤทธิ์ตามรอบรับเข้า นอกจากนี้ กฤตยกร คุ่มเคี่ยม (2567) ที่พบว่าการรับเข้าในแต่ละรอบของระบบ TCAS มีความสัมพันธ์ทั้งกับเกรดเฉลี่ย ระดับ ม.ปลาย และผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 เช่นเดียวกับงานของปานจิต บุรณสมภพ และคณะ (2562) ที่ยืนยันความแตกต่างของผลสัมฤทธิ์ตามประเภทการรับเข้าศึกษา ข้อสรุปเหล่านี้ทำให้เห็นความสำคัญของระบบและเกณฑ์การคัดเลือกผู้เรียนว่ามีส่วนกำหนดศักยภาพของนักศึกษาที่จะเข้าสู่ระดับอุดมศึกษา

สำหรับหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ได้ใช้ระบบ TCAS ในการรับสมัครตั้งแต่ปีการศึกษา 2561 โดยแต่ละรอบกำหนดคุณสมบัติผู้สมัครแตกต่างกัน จากข้อมูลของคณะพบว่า นักศึกษาชั้นปีที่ 1 บางส่วนมีผลการเรียนในรายวิชาพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ต่ำ บางรายต้องลงทะเบียนเรียนซ้ำ ส่งผลต่อการจัดการเรียนการสอนในระดับชั้นปีที่สูงขึ้น ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่เรียนกลุ่มวิชาชีพทางคลินิก หลายกรณีพบว่านักศึกษาต้องแบ่งเวลาจากการฝึกปฏิบัติเพื่อไปสอบรายวิชากลางที่เป็นรายวิชาทางวิทยาศาสตร์ที่ยังสอบไม่ผ่านในชั้นปีที่ 1 และ 2 ทำให้เวลาในการฝึกปฏิบัติทางคลินิกทำได้ไม่เต็มที่

จากประเด็นดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความแตกต่างของผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาระหว่างนักศึกษา ที่ผ่านการคัดเลือกในแต่ละรอบของระบบ TCAS เพื่อให้เกิดข้อมูลเชิงประจักษ์สำหรับการวางแผนการรับนักศึกษาในอนาคต ทั้งด้านคุณสมบัติผู้สมัคร จำนวนการรับในแต่ละรอบ ซึ่งอาจเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยให้นักศึกษาสามารถผ่านชั้นปีที่ 1 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีแนวโน้มสำเร็จการศึกษาภายในเวลาที่กำหนด

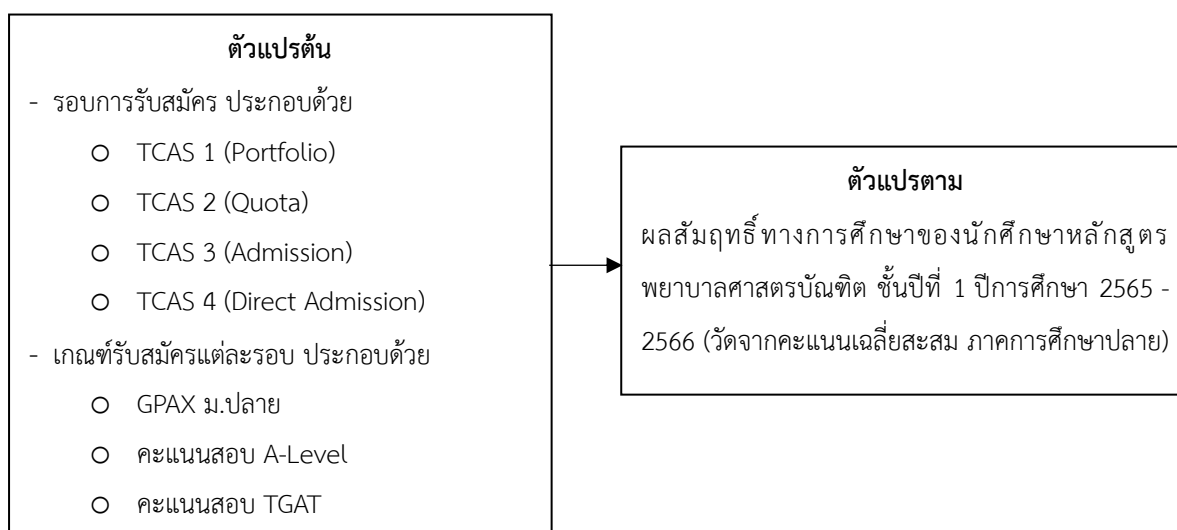
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนักศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต ชั้นปีที่ 1 (รหัส 65) ปีการศึกษา 2565 และชั้นปีที่ 1 (รหัส 66) ปีการศึกษา 2566
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนักศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต ชั้นปีที่ 1 (รหัส 65) ปีการศึกษา 2565 และชั้นปีที่ 1 (รหัส 66) ปีการศึกษา 2566 ที่ผ่านการคัดเลือกจากระบบคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา (TCAS) จำแนกตามรอบการรับเข้าและเกณฑ์การรับสมัคร

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนักศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2565 - 2566 แบ่งตามรอบการรับเข้าด้วยระบบ TCAS ผู้วิจัยได้ศึกษาตามกรอบแนวคิดดังนี้

1. ตัวแปรต้น คือ ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา ได้แก่ รอบการรับสมัครและเกณฑ์การสมัคร ประกอบด้วย GPAX ม.ปลาย, คะแนนสอบ A Level และคะแนนสอบ TGAT
2. ตัวแปรตาม คือ ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนักศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2565 – 2566 (วัดจากคะแนนเฉลี่ยสะสม ภาคการศึกษาปลาย)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต ชั้นปีที่ 1 (รหัส 65) ปีการศึกษา 2565 จำนวน 304 คน และชั้นปีที่ 1 (รหัส 66) ปีการศึกษา 2566 จำนวน 311 คน

กลุ่มตัวอย่างจะคำนวณด้วยโปรแกรม G*Power ตามสถิติที่ใช้คือ One Way ANOVA เป็น Effect size ขนาดกลาง $F = 0.25$ จำนวนกลุ่ม 4 กลุ่ม Power = 0.8 Error = 0.05 จะได้กลุ่มตัวอย่างปีการศึกษาละ 180 คน ข้อมูลดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลประชากรจำแนกตามรอบการรับเข้าด้วยระบบ TCAS ปีการศึกษา 2565 – 2566

รอบการรับสมัคร	ปีการศึกษา 2565		ปีการศึกษา 2566	
	จำนวนนักศึกษา	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	จำนวนนักศึกษา	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
TCAS 1 (Portfolio)	155	92	194	113
TCAS 2 (Quota)	14	8	94	54
TCAS 3 (Admission)	135	80	14	8
TCAS 4 (Direct Admission)	-	-	9	5
รวม (Total)	304	180	311	180

2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิจากระบบทะเบียนนักศึกษา และได้ดำเนินการสร้างแบบบันทึกข้อมูลเพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับนักศึกษา ประกอบด้วย รหัสประจำตัวที่ผู้วิจัยกำหนด ปีการศึกษาที่เข้าศึกษา รอบการรับเข้าศึกษา GPAX ม.ปลาย คะแนนสอบ A-Level คะแนนสอบ T-GAT และคะแนนเฉลี่ยสะสม (GPAX) (ภาคการศึกษาปลาย) จากนั้นดำเนินการบันทึกข้อมูลและประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ ผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป PASW Statistics ซึ่งเป็นเครื่องมือสำหรับการวิเคราะห์งานวิจัยในครั้งนี้

เพื่อให้ผลวิจัยสามารถเชื่อถือได้ ผู้วิจัยจึงได้ทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยพิจารณาจากการดำเนินการตามขั้นตอนของการวิจัย ตั้งแต่การศึกษาแนวคิดหรือทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา ผู้วิจัยได้สร้างแบบบันทึกข้อมูลเพื่อรวบรวมข้อมูลนักศึกษา โดยอ้างอิงจากแบบบันทึกข้อมูลงานวิจัยของชาติ จิตรีผ่อง (2562); กอบนาค จริตวงศ์ (2564) และได้ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการศึกษาและการวิจัย จำนวน 3 ท่านเรียบร้อยแล้ว

3. วิธีรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ทำการวิจัยเป็นข้อมูลจากฐานข้อมูลระบบทะเบียนนักศึกษา เมื่อได้รับอนุญาตให้เก็บข้อมูล ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้รับมาดำเนินการต่อไป โดยข้อมูลที่ได้รับจะถูกตัดรายชื่อและรหัสนักศึกษาออก เพื่อให้ไม่สามารถระบุตัวตนของผู้เข้าร่วมวิจัยได้

การดำเนินการจัดเก็บข้อมูล ดังนี้

1. ดำเนินการจัดทำข้อมูลประวัตินักศึกษา โดยนำข้อมูลนักศึกษาจากฐานข้อมูลนักศึกษามบันทึกลงในแบบบันทึกข้อมูล

2. นำข้อมูลคะแนนเฉลี่ยสะสม (GPAX) ภาคการศึกษาปลาย ของนักศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต ชั้นปีที่ 1 (รหัส 65) ปีการศึกษา 2565 และชั้นปีที่ 1 (รหัส 66) ปีการศึกษา 2566 บันทึกลงในแบบบันทึกข้อมูล

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมแล้วนำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป PASW Statistics สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่อนำมาหาค่าสถิติพื้นฐาน ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอออกมาในรูปแบบของตาราง พร้อมคำอธิบายประกอบ

2. ใช้สถิติ One-Way ANOVA เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนักศึกษาที่รับเข้าศึกษาด้วยระบบ TCAS รอบที่ 1 - 4 ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอออกมาในรูปแบบของตาราง พร้อมคำอธิบายประกอบ

3. เปรียบเทียบ GPAX ระดับม.ปลาย และ GPAX ชั้นปีที่ 1 โดยใช้สถิติ Paired T-test ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอออกมาในรูปแบบของตาราง พร้อมคำอธิบายประกอบ

เกณฑ์การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา ได้กำหนดเกณฑ์โดยอ้างอิงจากงานวิจัยของชาติ จิตรีผ่อง (2562); กอบนาค จริตวงศ์ (2564) ดังนี้

ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม (GPAX)	ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา
3.21 – 4.00	หมายถึง ดีมาก
2.41 – 3.20	หมายถึง ดี
1.61 – 2.40	หมายถึง ปานกลาง
0.81 – 1.60	หมายถึง น้อย
0.00 – 0.80	หมายถึง น้อยที่สุด

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนักศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2565 - 2566 จำแนกตามรอบการรับเข้าด้วยระบบ TCAS สามารถสรุปผลวิจัยได้ดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าสถิติพื้นฐานของนักศึกษาที่รับเข้าศึกษาผ่านระบบ TCAS ตามรอบการรับเข้า

รอบการรับเข้าด้วยระบบ TCAS	กลุ่มตัวอย่าง	ค่าร้อยละ (%)
TCAS 1 (Portfolio)	205	56.9
TCAS 2 (Quota)	62	17.2
TCAS 3 (Admission)	88	24.4
TACAS 4 (Direct Admission)	5	1.5
รวม (Total)	360	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่านักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่เข้าศึกษาผ่านการคัดเลือกด้วยระบบ TCAS ปีการศึกษา 2565 – 2566 จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 360 คน เป็นนักศึกษารอบ TCAS 1 (Portfolio) มากที่สุด จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 56.9 รองลงมาเป็นนักศึกษารอบ TCAS 3 (Admission) จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 24.4 นักศึกษารอบ TCAS 2 (Quota) จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2 และรอบ TCAS 4 (Direct Admission) จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนักศึกษาคณะพยาบาลศาสตร์ ชั้นปีที่ 1 ที่เข้าศึกษาผ่านคัดเลือกด้วยระบบ TCAS ปีการศึกษา 2565 – 2566 จำแนกตามรอบการรับเข้าของระบบ TCAS

รอบการรับเข้าด้วยระบบ TCAS	จำนวน	Mean	S.D.	ระดับผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา
TCAS 1 (Portfolio)	205	2.79	0.55	ดี
TCAS 2 (Quota)	62	2.64	0.58	ดี
TCAS 3 (Admission)	88	3.04	0.53	ดี
TCAS 4 (Direct Admission)	5	2.88	1.01	ดี
รวม	360	2.83	0.57	ดี

จากตารางที่ 3 พบว่านักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่เข้าศึกษาผ่านการคัดเลือกด้วยระบบ TCAS ปีการศึกษา 2565 – 2566 โดยภาพรวมมีผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาอยู่ในระดับ “ดี” (Mean = 2.83, S.D. = 0.57) เมื่อพิจารณาจำแนกตามรอบการรับเข้าพบว่า นักศึกษาที่เข้าศึกษาผ่าน รอบ TCAS 3 (Admission) มีผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 3.04, S.D. = 0.53) อยู่ในระดับ “ดี” รองลงมาคือ รอบ TCAS 4 (Direct Admission) (Mean = 2.88, S.D. = 1.01) และ รอบ TCAS 1 (Portfolio) (Mean = 2.79, S.D. = 0.55) ขณะที่นักศึกษาที่เข้าศึกษาผ่าน รอบ TCAS 2 (Quota) มีผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาเฉลี่ยต่ำที่สุด (Mean = 2.64, S.D. = 0.58) แต่ยังคงอยู่ในระดับ “ดี”

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่รับเข้าศึกษาผ่านระบบ TCAS ปีการศึกษา 2565 – 2566 จำแนกตามช่วงคะแนนเฉลี่ยสะสม (GPAX) ภาคการศึกษาที่ 1 และรอบการรับเข้า

ช่วงคะแนนเฉลี่ยสะสม	ระดับผลสัมฤทธิ์	TCAS 1		TCAS 2		TCAS 3		TCAS 4		รวม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
0.81 – 1.60	น้อย	3	1.5	-	-	-	-	1	20.0	4	1.1
1.61 – 2.40	ปานกลาง	50	24.4	18	29.0	13	14.8	1	20.0	82	22.8
2.41 – 3.20	ดี	107	52.2	31	50.0	35	39.8	1	20.0	174	48.5
3.21 – 4.00	ดีมาก	45	22.0	13	21.0	40	45.5	2	40.0	100	27.9
รวม		205	100	62	100	88	100	5	100	360	100

จากตารางที่ 4 พบว่านักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่เข้าศึกษาผ่านการคัดเลือกด้วยระบบ TCAS ปีการศึกษา 2565 – 2566 จำแนกตามช่วงคะแนนเฉลี่ยสะสม (GPAX) ภาคการศึกษาที่ 1 และรอบการรับเข้า ในภาพรวมมีคะแนนเฉลี่ยสะสม (GPAX) มากที่สุดอยู่ในช่วง 2.41–3.20 ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาอยู่ในระดับดี จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมาคือช่วง 3.21–4.00 ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาอยู่ในระดับ ดีมาก จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 27.9 ช่วง 1.61–2.40 อยู่ในระดับ ปานกลาง จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 และช่วง 0.81–1.60 อยู่ในระดับ น้อย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่เข้าศึกษาผ่านการคัดเลือกด้วยระบบ TCAS ปีการศึกษา 2565 - 2566 จำแนกตามรอบการรับเข้า และคะแนนเฉลี่ยสะสม (GPAX) (ภาคการศึกษาปลาย)

รอบการรับเข้าของระบบ TCAS	จำนวน	Mean	S.D.	F – Test	Sig.
TCAS 1 (Portfolio)	205	2.79	0.55	5.072*	0.002
TCAS 2 (Quota)	62	2.74	0.58		
TCAS 3 (Admission)	88	3.04	0.53		
TCAS 4 (Direct Admission)	5	2.88	1.01		
รวม	360	2.85	0.57		

หมายเหตุ : * มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่านักศึกษาชั้นปีที่ 1 (รหัส 65) ปีการศึกษา 2565 และชั้นปีที่ 1 (รหัส 66) ปีการศึกษา 2566 ที่เข้าศึกษาผ่านการคัดเลือกด้วยระบบ TCAS มีผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา (GPAX) แตกต่างกันตามรอบการรับเข้าของระบบ TCAS เมื่อนำมาวิเคราะห์ด้วย One-Way ANOVA พบว่า $F = 5.072$, $Sig. = .002$ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ระหว่างรอบการรับเข้าของระบบ TCAS

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่เข้าศึกษาผ่านการคัดเลือกด้วยระบบ TCAS ปีการศึกษา 2565 - 2566 จำแนกตามปีเข้าศึกษา รอบการรับเข้า และคะแนนเฉลี่ยสะสม (GPAX) (ภาคการศึกษาปลาย) ของชั้นปีที่ 1

ปีเข้าศึกษา	จำนวน	Mean	S.D.	T – Test	Sig.
2565	180	3.71	0.22	0.441*	0.660
2566	180	3.70	0.25		

หมายเหตุ : * มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 พบว่านักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่เข้าศึกษาผ่านการคัดเลือกด้วยระบบ TCAS ปีการศึกษา 2565 และ 2566 มีผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา (GPAX) แตกต่างกันตามปีเข้าศึกษา เมื่อนำมาทดสอบด้วยวารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

T-Test พบว่า $T = 0.441$, $Sig. = 0.660$ ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนักศึกษาปีเข้าศึกษา 2565 และ 2566 ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่าง GPAX ระดับม.ปลาย และ GPAX ชั้นปีที่ 1 ที่เข้าศึกษาผ่านการคัดเลือกด้วยระบบ TCAS ปีการศึกษา 2565 - 2566

คะแนน (GPAX)	จำนวน	Mean	S.D.	T – Test	Sig.
GPAX ม.ปลาย	360	3.71	0.24	31.96	0.001
GPAX ปี 1	360	2.85	0.57		

หมายเหตุ : * มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 7 พบว่าการวิเคราะห์ GPAX ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่เข้าศึกษาผ่านระบบ TCAS ปีการศึกษา 2565 – 2566 พบว่า GPAX ม.ปลาย (Mean = 3.71, SD = 0.24) GPAX ปี 1 (Mean = 2.85, S.D. = 0.57) ค่า GPAX ปี 1 ต่ำกว่า GPAX ม.ปลาย เมื่อนำมาทดสอบด้วย T-Test พบว่า $T = 31.96$, $Sig. = 0.001$ แสดงให้เห็นว่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ย GPAX ระหว่างสองช่วงระดับการศึกษานี้มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 8 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่เข้าศึกษาผ่านการคัดเลือกด้วยระบบ TCAS ปีการศึกษา 2565 – 2566 จำแนกคะแนน A-Level

รอบการรับเข้าของระบบ TCAS	จำนวน	Mean	S.D.	F – Test	Sig.
TCAS 2 (Quota)	49	32.56	5.56	24.154*	0.000
TCAS 3 (Admission)	88	38.33	4.39		
TCAS 4 (Direct Admission)	5	39.94	1.89		
รวม	142	36.40	5.51		

หมายเหตุ : * มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 8 พบว่าการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา จำแนกด้วยคะแนน A Level ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่เข้าศึกษาผ่านระบบ TCAS ปีการศึกษา 2565–2566 ตามรอบการรับเข้าพบว่า รอบ TCAS 2 (Quota) มีนักศึกษา 49 คน (Mean = 32.56, S.D. = 5.56) รอบ TCAS 3 (Admission) มีนักศึกษา 88 คน (Mean = 38.33, S.D. = 4.39) รอบ TCAS 4 (Direct Admission) มีนักศึกษา 5 คน (Mean = 39.94, S.D. = 1.89) รวมทั้งสิ้น 142 คน (Mean = 36.40, S.D. = 5.51) เมื่อนำมาวิเคราะห์ด้วย One-Way ANOVA พบว่า $F = 24.154$, $Sig. = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา จำแนกด้วยคะแนนสอบ A-Level แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างรอบการรับเข้าของระบบ TCAS

ตารางที่ 9 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่เข้าศึกษาผ่านการคัดเลือกด้วยระบบ TCAS ปีการศึกษา 2565 - 2566 จำแนกตามรอบการรับเข้า และคะแนน A-Level โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ใช้วิธีเปรียบเทียบเชิงซ้อน

รอบการรับเข้าของระบบ TCAS	Mean	TCAS 2	TCAS 3	TCAS 4
TCAS 1 (Portfolio)	-	-	-	-
TCAS 2 (Quota)	32.59	-	-5.74*	-7.35*
TCAS 3 (Admission)	38.33	-	-	-1.61
TCAS 4 (Direct Admission)	39.94	-	-	-

หมายเหตุ : * มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 9 เป็นการทดสอบความแตกต่างของ ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา จำแนกด้วยคะแนน A-Level ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่เข้าศึกษาผ่านระบบ TCAS ปีการศึกษา 2565 –2566 แบบเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ผลการทดสอบพบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ใน 2 คู่ ดังนี้

TCAS 2 vs TCAS 3 มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของ TCAS 3 สูงกว่า TCAS 2 (ค่าความแตกต่าง -5.74*)

TCAS 2 vs TCAS 4: มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของ TCAS 4 สูงกว่า TCAS 2 (ค่าความแตกต่าง -7.35*)

TCAS 3 vs TCAS 4 ไม่ได้ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (ค่าความแตกต่าง -1.61)

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 แตกต่างกันตามรอบการรับเข้าของระบบ TCAS โดยนักศึกษาที่ผ่านการคัดเลือกรอบ TCAS 3 (Admission) และรอบ TCAS 4 (Direct Admission) มีคะแนน A-Level สูงกว่านักศึกษาที่ผ่านรอบ TCAS 2 (Quota) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในการเปรียบเทียบรายคู่

ตารางที่ 10 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่เข้าศึกษาผ่านการคัดเลือกด้วยระบบ TCAS ปีการศึกษา 2565 – 2566 จำแนกคะแนน TGAT

รอบการรับเข้าของระบบ TCAS	จำนวน	Mean	S.D.	F – Test	Sig.
TCAS 2 (Quota)	49	46.82	9.67	26.55	0.000
TCAS 3 (Admission)	88	56.92	6.99		
TCAS 4 (Direct Admission)	5	59.75	7.02		
รวม	142	53.53	9.36		

หมายเหตุ : * มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 10 เป็นการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา จำแนกด้วยคะแนน TGAT ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่เข้าศึกษาผ่านระบบ TCAS ปีการศึกษา 2565 – 2566 ตามรอบการรับเข้า

รอบ TCAS 2 มีนักศึกษา 49 คน ค่าเฉลี่ย 46.82 (S.D. = 9.67)

รอบ TCAS 3 มีนักศึกษา 88 คน ค่าเฉลี่ย 56.92 (S.D. = 6.99)

รอบ TCAS 4 มีนักศึกษา 5 คน ค่าเฉลี่ย 59.75 (S.D. = 7.02)

รวมทั้งสิ้น 142 คน ค่าเฉลี่ยรวม 53.53 (S.D. = 9.36)

เมื่อนำมาวิเคราะห์ด้วย One-Way ANOVA พบว่า $F = 26.55$, $Sig. = .000$ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา จำแนกด้วยคะแนน TGAT แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างรอบการรับเข้าของระบบ TCAS

ตารางที่ 11 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่เข้าศึกษาผ่านการคัดเลือกด้วยระบบ TCAS ปีการศึกษา 2565 - 2566 จำแนกตามรอบการรับเข้า และคะแนน TGAT โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ใช้วิธีเปรียบเทียบเชิงซ้อน

รอบการรับเข้าของระบบ TCAS	Mean	TCAS 1	TCAS 2	TCAS 3	TCAS 4
TCAS 2 (Quota)	46.82	-	-	-10.10*	-12.93*
TCAS 3 (Admission)	56.92	-	-	-	-2.83
TCAS 4 (Direct Admission)	59.75	-	-	-	-

หมายเหตุ : * มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 11 เป็นการทดสอบความแตกต่างของผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา จำแนกด้วยคะแนน TGAT ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่เข้าศึกษาผ่านระบบ TCAS ปีการศึกษา 2565 – 2566 แบบเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ผลการทดสอบพบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ใน 2 คู่ ดังนี้

TCAS 2 vs TCAS 3 มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของ TCAS 3 สูงกว่า TCAS 2 (ค่าความแตกต่าง -10.10*)

TCAS 2 vs TCAS 4 มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของ TCAS 4 สูงกว่า TCAS 2 (ค่าความแตกต่าง -12.93*)

TCAS 3 vs TCAS 4 ไม่ได้ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (ค่าความแตกต่าง -2.83)

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 แตกต่างกันตามรอบการรับเข้าของระบบ TCAS โดยเฉพาะรอบ TCAS 3 (Admission) และ TCAS 4 (Direct Admission) มีค่าเฉลี่ยสูงกว่ารอบ TCAS 2 (Quota) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในการเปรียบเทียบรายคู่

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้:

1) ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนักศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต ชั้นปีที่ 1 (รหัส 65) ปีการศึกษา 2565 และชั้นปีที่ 1 (รหัส 66) ปีการศึกษา 2566 พบว่าภาพรวมผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนักศึกษา ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2) การศึกษาเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนักศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2565 - 2566 ที่ผ่านการคัดเลือกจากระบบ TCAS จำแนกตามรอบการรับเข้าและเกณฑ์การรับสมัคร พบว่า

- ในภาพรวมนักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาอยู่ในระดับ “ดี” (Mean = 2.83, S.D. = 0.57) เมื่อพิจารณาจำแนกตามรอบการรับเข้าพบว่า นักศึกษาที่เข้าศึกษาผ่าน รอบ TCAS 3 (Admission) มีผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 3.04, S.D. = 0.53) อยู่ในระดับ “ดี” รองลงมาคือ รอบ TCAS 4 (Direct Admission) (Mean = 2.88, S.D. = 1.01) และ รอบ TCAS 1 (Portfolio) (Mean = 2.79, S.D. = 0.55) ขณะที่นักศึกษาที่เข้าศึกษาผ่านรอบ TCAS 2 (Quota) มีผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาเฉลี่ยต่ำที่สุด (Mean = 2.64, S.D. = 0.58) แต่ยังคงอยู่ในระดับ “ดี”

- นักศึกษาชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2565 และปีการศึกษา 2566 ที่เข้าศึกษาผ่านการคัดเลือกด้วยระบบ TCAS มีผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา (GPAX) แตกต่างกันตามรอบการรับเข้าของระบบ TCAS เมื่อนำมาวิเคราะห์ด้วย One-Way ANOVA พบว่า $F = 5.072$, $Sig. = .002$ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ระหว่างรอบการรับเข้าของระบบ TCAS

- ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 จำแนกด้วยคะแนน A-Level และคะแนน TGAT แตกต่างกันตามรอบการรับเข้าของระบบ TCAS โดยเฉพาะรอบ TCAS 3 (Admission) และ TCAS 4 (Direct Admission) มีค่าเฉลี่ยสูงกว่ารอบ TCAS 2 (Quota) ในการเปรียบเทียบรายคู่

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนักศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต ชั้นปีที่ 1 (รหัส 65) ปีการศึกษา 2565 และชั้นปีที่ 1 (รหัส 66) ปีการศึกษา 2566 พบว่าในภาพรวมผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะปีการศึกษา 2565 และ 2566 มีเกณฑ์การรับที่คล้ายคลึงกันและใช้หลักสูตรในการเรียนการสอนหลักสูตรเดียวกัน คือ หลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต ปรับปรุง พ.ศ. 2565 อาจารย์ผู้สอนในแต่ละรายวิชาจะมีรูปแบบการเรียนการสอนและมีการวัดประเมินผลสัมฤทธิ์ที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของรัฐ กันภัย (2566) ที่พบว่าปัจจัยด้านอาจารย์

ผู้สอน ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะอาจารย์ผู้สอนเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการดำเนินการเรียนการสอนนั่นเอง

จากผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนักศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต ชั้นปีที่ 1 (รหัส 65) ปีการศึกษา 2565 และชั้นปีที่ 1 (รหัส 66) ปีการศึกษา 2566 ที่ผ่านการคัดเลือกจากระบบคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา (TCAS) จำแนกตามรอบการรับเข้าและเกณฑ์การรับสมัคร พบว่า รอบการรับเข้ามีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา นักศึกษาที่ผ่านรอบ TCAS 3 (Admission) มีความพร้อมด้านคะแนนสอบและศักยภาพทางวิชาการสูง จึงมีผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาเฉลี่ยดีกว่ารอบอื่น นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังแสดงให้เห็นว่านักศึกษาในรอบ TCAS 1 (Portfolio) และ TCAS 2 (Quota) มีค่าเฉลี่ยผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาใกล้เคียงกัน แต่ต่ำกว่ารอบ TCAS 3 (Admission) ซึ่งรอบ TCAS 1 (Portfolio) มักเน้น GPAX ระดับ ม.ปลาย และผลงาน/กิจกรรม ในขณะที่รอบ TCAS 2 (Quota) อาจมีเกณฑ์เฉพาะกลุ่ม เป็นไปได้ว่าเกณฑ์การคัดเลือกที่เน้นคะแนนสอบกลาง (A-Level, TGAT) ในรอบ TCAS 3 (Admission) อาจคัดกรองนักศึกษาที่มีพื้นฐานวิชาการที่แข็งแกร่งและเหมาะสมกับหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิตได้ดีกว่า ทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดที่ว่ารอบการรับเข้ามีผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาโดยมีงานวิจัยสนับสนุน เช่น งานวิจัยของ ปานจิต บุรณสมภพ และคณะ (2562) ที่พบว่า นักศึกษาที่ผ่านการคัดเลือกจากประเภทและรอบการรับที่ต่างกันมีผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ รวมถึงงานวิจัยของ ชาลี จิตร์ผ่อง (2562) ที่ผลวิจัยพบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนักศึกษาที่เข้าศึกษาด้วยระบบ TCAS 1 (Portfolio) ระบบ TCAS 2 (Quota) และระบบ TCAS 3 (Admission) ภาพรวมมีผลสัมฤทธิ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยนักศึกษาที่เข้าศึกษาด้วยระบบ TCAS 3 (Admission) จะมีผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาสูงกว่ารอบอื่น และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พุทธิราภรณ์ หังสวนัส และรัตนภรณ์ คงคา (2565) ที่พบว่านักศึกษาที่ผ่านการรับเข้ารอบต่าง ๆ ของ TCAS มีผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของชั้นปีที่ 1 แตกต่างกัน

อย่างไรก็ตาม ปัจจัยด้านผู้เรียนและสภาพแวดล้อมภายในมหาวิทยาลัยก็ยังเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาเช่นกัน และการที่ค่าเฉลี่ย GPAX ระดับมหาวิทยาลัยต่ำกว่าระดับ ม.ปลาย แสดงให้เห็นถึงความท้าทายของนักศึกษาในการปรับตัวต่อเนื้อหาและรูปแบบการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของอรทัย เจริญสิทธิ์ และคณะ (2565) ที่พบว่าค่าเฉลี่ยของผลการเรียนสะสมระดับมหาวิทยาลัยชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีค่าต่ำกว่าค่าเฉลี่ย GPAX ระดับ ม.ปลาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น ระบบการคัดเลือกจึงเป็นเพียงปัจจัยแรกเท่านั้น ความสำเร็จในภายหลังจึงขึ้นอยู่กับกระบวนการเรียนรู้และการปรับตัวของนักศึกษาแต่ละบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของปิยะพร บัวระพา และคณะ (2563) ที่พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนักศึกษาสาขาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี คือ ปัจจัยด้านผู้เรียนและด้านสภาพแวดล้อมภายในมหาวิทยาลัย

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยและการอภิปรายผล ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

สำหรับการกำหนดเกณฑ์การรับนักศึกษา เนื่องจากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่านักศึกษาที่เข้าศึกษาในรอบ TCAS 3 (Admission) มีผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาสูงสุด จึงควรพิจารณาให้ความสำคัญกับการกำหนดสัดส่วนการรับนักศึกษาในรอบ TCAS 3 (Admission) โดยอาจทบทวนเกณฑ์การคัดเลือกและน้ำหนักคะแนน A-Level และ TGAT ให้สอดคล้องกับการคัดเลือกนักศึกษาที่มีศักยภาพที่เหมาะสม

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนักศึกษา เช่น แรงจูงใจในการเรียน การปรับตัวในมหาวิทยาลัย เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กฤตยกร คุ่มเคี่ยม. (2567). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรกเข้าของนักศึกษาเข้าศึกษาภายใต้ระบบ TCAS กับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. *Mahidol R2R e-Journal*, 11(2), 130–144. <https://doi.org/10.14456/jmu.2024.23>
- กอบนาค จริตวงศ์. (2564). การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ระดับปริญญาตรี ที่เข้าศึกษาโดยผ่านการคัดเลือกด้วยระบบ TCAS ระหว่างปีการศึกษา 2561–2563 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (รายงานวิจัย). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ชาลี จิตรีผ่อง. (2562). การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่เข้าศึกษาด้วยระบบ TCAS และระบบรับตรง (รายงานวิจัย). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ธิชาพร พูลสวัสดิ์. (2566). การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนิสิตที่รับเข้าทั้ง 4 แบบจากระบบ TCAS คณะสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา. *Mahidol R2R e-Journal*, 10(3), 144–158. <https://doi.org/10.14456/jmu.2023.33>
- ปานจิต บุรณสมภพ, รัชฎาภรณ์ ขอเจริญ, อรุณี พันธุ์รักษ์, ทศนีย์ วรรณสาธพ, และ นวียา เลหาะจินดา. (2562). ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนิสิตระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่ผ่านการคัดเลือกจากระบบการคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา (TCAS) ปีการศึกษา 2561 (รายงานวิจัย). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ปิยะพร บัวระพา, ปาริชาติ ชัยพันธ์, วิสสุดา อินทรเพ็ชร, และ ขวัญพิชชา บุญอ่ำ. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาสาขาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี (เอกสารรายงานชั้นเรียน). มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.

- พุทธิธารณ์ หังสนัส และ รัตนารณ์ คงคา. (2565). การศึกษาเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต ชั้นปีที่ 1 คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่เข้าศึกษาด้วยระบบ TCAS ระหว่างปีการศึกษา 2561–2562. *วารสารการวัดผลการศึกษา*, 39(106), 163–175.
- รัฐ กันภัย. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี. *Journal of Humanities and Social Sciences Review*, 25(1), 7–16.
- อรทัย เจริญสิทธิ์, อลงกรณ์ อยู่สำราญ, และ ศรีวรรณ ยอดนิล. (2022). การพัฒนาสมการพยากรณ์เกรดเฉลี่ยสะสมระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 ด้วยเกรดเฉลี่ยสะสมตลอดหลักสูตรมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีรูปแบบการคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัยด้วยวิธีที่ต่างกัน. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์*, 6(1), 14–30.
- อรรวรรณ ชัยทวีชานันท์. (2566). ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสะสมของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่ผ่านการคัดเลือกจากระบบ TCAS ปีการศึกษา 2561. *วารสารวิชาการ ปชมท*, 12(2), 123–133.
- อังศุมาลิ สุทธภักดี และ เอกภพ บุญเพ็ง. (2563). การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการเรียนและการพัฒนาของนิสิตระดับปริญญาตรี ของสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาการสารสนเทศ (รายงานวิจัย). มหาวิทยาลัยบูรพา.

รูปแบบภาวะผู้นำที่ส่งผลต่อการสร้างความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานในยุคของ
การเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัลเทคโนโลยี กรณีศึกษา อุตสาหกรรมฟอกและการตกแต่งเครื่องหนัง
ในด้านการฟอกและการตกแต่งเครื่องหนังนิคมนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
Impact of Leadership Modalities on Fostering Employee Creativity Amidst
Digital Technological Disruption: A Case Analysis within a Leather Tanning
and Finishing Firm, Nakorn Luang Industrial Estate, Phra Nakhon Si Ayutthaya

พิชชาภา บุรณะ^{1*} และ รักเกียรติ โรจน์กัญญาพร²

Pitchaya Boorana^{1*} and Rakkiat Rojkunyaporn²

^{1,2}คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลราชภัฏสุพรรณภูมิ

^{1,2}Faculty of Business Administration and Information Technology,

Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

*Corresponding author's email address: pitchapa3551@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

29 กันยายน 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

12 ธันวาคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

4 กุมภาพันธ์ 2569

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบภาวะผู้นำที่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานในอุตสาหกรรมฟอกและตกแต่งเครื่องหนัง โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 187 คน ผลการวิจัยพบว่า พนักงานรับรู้ว่ารูปแบบภาวะผู้นำที่มีความสำคัญต่อบุคลากร การสนับสนุนการทำงานร่วมกัน และความสัมพันธ์ในทีมเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยส่งเสริมบรรยากาศการทำงานเชิงสร้างสรรค์ นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณยังชี้ว่ารูปแบบภาวะผู้นำที่ส่งเสริมการทำงานเป็นทีมมีนัยสำคัญสูงสุดต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน ($p = 0.001$) รองลงมาคือรูปแบบภาวะผู้นำที่มุ่งบุคลากร ($p = 0.007$) และรูปแบบภาวะผู้นำที่มุ่งเน้นงาน ($p = 0.002$) ซึ่งสะท้อนว่าผู้นำที่สามารถสร้างความร่วมมือ เปิดโอกาสให้พนักงานแสดงออกทางความคิด และประสานการทำงานอย่างเป็นระบบ จะช่วยกระตุ้นการพัฒนาแนวคิดใหม่และเพิ่มความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลวิจัยนี้จึงชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนารูปแบบภาวะผู้นำที่เน้นทีมเวิร์กและการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีในองค์กร เพื่อสนับสนุนการเติบโตด้านนวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำ, ความคิดสร้างสรรค์, ดิจิทัลเทคโนโลยี

ABSTRACT

This study aimed to examine the leadership styles that influence employees' creativity by investigating leadership patterns implemented in the leather tanning and finishing industry, using a sample of 187 employees. The findings revealed that employees perceived leadership styles that emphasize people's orientation, teamwork support, and interpersonal relationships as essential factors that foster a creative working environment. Moreover, the results of the multiple regression analysis indicated that the leadership style promoting teamwork had the strongest significant effect on employees' creativity ($p = 0.001$), followed by the people-oriented leadership style ($p = 0.007$) and the task-oriented leadership style ($p = 0.002$). These results suggest that leaders who can cultivate collaboration encourage employees to express new ideas, and coordinate work effectively play a crucial role in stimulating innovative thinking and enhancing employees' creative capabilities. Overall, the study highlights the importance of developing leadership styles that reinforce teamwork and positive interpersonal interactions as a strategic approach to support sustainable innovation within the organization Statistically significant at the 0.05 level.

Keywords: Leadership, Creativity, Digital Technology

บทนำ

การศึกษาภาวะผู้นำที่ส่งผลต่อการสร้างความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานในยุคดิจิทัลมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากบริบทการทำงานในปัจจุบันเต็มไปด้วยความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง องค์กรที่ต้องการอยู่รอดและเติบโตจำเป็นต้องสร้างบรรยากาศแห่งนวัตกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมการฟอกและการตกแต่งเครื่องหนังซึ่งต้องเผชิญทั้งการแข่งขันระดับโลกและแรงกดดันทางเศรษฐกิจ การพัฒนาภาวะผู้นำที่เหมาะสมจึงเป็นกุญแจสำคัญในการกระตุ้นให้พนักงานเกิดความคิดสร้างสรรค์ สามารถปรับตัว และพร้อมสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง

ในหลายงานวิจัยที่ผ่านมา มีการเน้นย้ำว่าทักษะทางดิจิทัลของบุคลากรและความรู้ด้านเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์โดยตรงกับความสามารถในการสร้างนวัตกรรม Ahmad et al. (2020) ชี้ให้เห็นว่าความรู้ด้านการใช้ข้อมูลและทักษะสารสนเทศในสถานที่ทำงานมีผลโดยตรงต่อศักยภาพด้านนวัตกรรมขององค์กร พนักงานที่สามารถเข้าถึง วิเคราะห์ และใช้ข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพจะมีแนวโน้มที่จะสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ ๆ ที่สามารถนำไปสู่การพัฒนาเชิงนวัตกรรมได้มากกว่า นั่นหมายความว่าผู้นำที่เข้าใจและให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะสารสนเทศของพนักงานจะช่วยขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความก้าวหน้าได้

ในขณะเดียวกัน Lam et al. (2021) ได้กล่าวถึงบทบาทของวัฒนธรรมองค์การและการจัดการความรู้ที่มีผลต่อความสามารถด้านนวัตกรรม โดยองค์กรที่มีวัฒนธรรมส่งเสริมการแบ่งปันความรู้และเปิดโอกาสให้พนักงานได้เรียนรู้ร่วมกันจะสามารถสร้างความคิดสร้างสรรค์และพัฒนานวัตกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ งานวิจัยดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าภาวะผู้นำต้องมีความสามารถในการสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้ เปิดกว้างสำหรับความคิดใหม่ ๆ และไม่มองความล้มเหลวเป็นอุปสรรค แต่เป็นโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนา อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในบริบทของประเทศไทย ชูติกร ปรงเกียรติ (2566) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยทางจิตวิทยาองค์การเชิงบวกที่ส่งผลต่อการพัฒนาบุคลากรสู่องค์กรแห่งความเป็นเลิศ โดยพบว่าปัจจัยทางด้านความผูกพัน ความหมายในงาน และความภาคภูมิใจในตนเอง เป็นสิ่งที่ช่วยส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพบุคลากรได้อย่างยั่งยืน สิ่งนี้สะท้อนให้เห็นว่าภาวะผู้นำในยุคดิจิทัลไม่เพียงแต่ต้องเข้าใจเทคโนโลยีเท่านั้น แต่ยังต้องสามารถบริหารจัดการด้านจิตวิทยาองค์การเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจและแรงบันดาลใจให้กับพนักงาน การบูรณาการระหว่างมิติทางเทคโนโลยีและมิติทางจิตวิทยาจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ยังไม่ถูกศึกษาอย่างครอบคลุม ในหลายงานวิจัยที่ผ่านมา

ในด้านการจัดการองค์กร วรรณวิชนี ถนอมชาติ และ กฤษฎา เขียววัฒนสุข (2565) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบภาวะผู้นำที่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานในอุตสาหกรรมการผลิต พบว่าผู้นำที่มีทักษะการสื่อสารที่ดี สามารถสร้างแรงบันดาลใจ และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของพนักงาน จะช่วยให้พนักงานกล้าที่จะนำเสนอความคิดเห็นและพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ได้ดียิ่งขึ้น

ในอีกแง่มุมหนึ่ง ปรียาภัทร พรหมศิริ และจันทนา แสนสุข (2566) ได้เน้นถึงความสำคัญของการบริหารความหลากหลายโดยเฉพาะในแง่ของความแตกต่างระหว่างเจเนอเรชันของบุคลากร งานวิจัยพบว่าผู้บริหารที่เข้าใจและสามารถปรับตัวเข้ากับ ความแตกต่างทางเจเนอเรชันได้จะสามารถสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดีขึ้น และนำไปสู่ความร่วมมือและความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรได้ ขณะเดียวกัน งานศึกษาของ Cichosz et al. (2020) ได้กล่าวถึงอุปสรรคและปัจจัยแห่งความสำเร็จในการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ โดยพบว่าความท้าทายที่สำคัญคือการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงของพนักงานและการขาดความเข้าใจในเทคโนโลยีใหม่

ในขณะเดียวกัน Lam et al. (2021) ได้กล่าวถึงบทบาทของวัฒนธรรมองค์การและการจัดการความรู้ว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญที่มีผลต่อความสามารถด้านนวัตกรรม โดยองค์กรที่ส่งเสริมการแบ่งปันความรู้ เปิดโอกาสให้พนักงานได้เรียนรู้ร่วมกัน และยอมรับความล้มเหลวในฐานะบทเรียนสำหรับการพัฒนา จะสามารถสร้างความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างยั่งยืน งานวิจัยดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นของภาวะผู้นำที่สามารถสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่เปิดกว้างและสนับสนุนการคิดใหม่ทำใหม่ เพื่อให้พนักงานเกิดแรงจูงใจในการพัฒนาแนวคิดและวิธีการทำงานที่ดียิ่งขึ้น ขณะที่ในบริบทของประเทศไทย ชูติกร ปรงเกียรติ (2566) ได้ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยทางจิตวิทยาองค์การเชิงบวก เช่น ความผูกพัน ความหมายในงาน และความภาคภูมิใจ

ในตนเอง มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาศักยภาพบุคลากร ซึ่งสะท้อนว่าภาวะผู้นำยุคใหม่ต้องผสมผสานทั้งความเข้าใจด้านเทคโนโลยีและด้านพฤติกรรมมนุษย์เพื่อขับเคลื่อนศักยภาพของพนักงานได้อย่างสมดุล

ในด้านการจัดการองค์กร วรณวิชนี ถนอมชาติ และ กฤษดา เขียววัฒนสุข (2565) พบว่าผู้นำที่มีทักษะการสื่อสาร สร้างแรงบันดาลใจ และเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วม จะช่วยส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในกระบวนการทำงาน ขณะที่งานของ ปรียาภัทร พรหมศิริ และ จันทนา แสนสุข (2566) เน้นถึงการจัดการความหลากหลายของบุคลากร โดยเฉพาะในมิติของความแตกต่างระหว่างเจเนอเรชัน ซึ่งมีผลต่อการสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดีและเอื้อต่อการร่วมมือกันเพื่อสร้างแนวคิดใหม่ นอกจากนี้ Cichosz et al. (2020) ยังระบุถึงความท้าทายด้านดิจิทัลในอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ โดยชี้ให้เห็นว่าการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงและการขาดความรู้ด้านเทคโนโลยีเป็นอุปสรรคสำคัญของการเปลี่ยนผ่าน ดังนั้น ผู้นำจำเป็นต้องมีทักษะทั้งด้านเทคโนโลยี การจัดการการเรียนรู้ และความสามารถในการสร้างแรงจูงใจ เพื่อรับมือกับความเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ

เมื่อสังเคราะห์งานศึกษาทั้งหมดนี้ จะเห็นได้ว่างานวิจัยในอดีตมีการศึกษาในหลากหลายมิติ ทั้งทักษะดิจิทัล วัฒนธรรมการเรียนรู้ การจัดการความรู้ การสร้างแรงบันดาลใจ และความหลากหลายของบุคลากร อย่างไรก็ตาม ยังพบ “ช่องว่างสำคัญ” คือ การบูรณาการองค์ความรู้เหล่านี้เข้ากับบริบทเฉพาะของอุตสาหกรรมฟอกและตกแต่งเครื่องหนัง ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องเผชิญแรงกดดันสูงทั้งด้านมาตรฐานสิ่งแวดล้อม การแข่งขันระหว่างประเทศ และการปรับตัวต่อเทคโนโลยีใหม่ งานวิจัยนี้จึงมีบทบาทสำคัญในการเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการดังกล่าว ด้วยการศึกษารูปแบบภาวะผู้นำที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานในอุตสาหกรรมฟอกหนัง ซึ่งยังไม่เคยได้รับการศึกษาอย่างเฉพาะเจาะจงมาก่อน ผลการวิจัยที่ได้จึงไม่เพียงช่วยให้เข้าใจลักษณะภาวะผู้นำที่สามารถกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ยังสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางพัฒนาองค์กร ส่งเสริมบรรยากาศแห่งนวัตกรรม และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมฟอกหนังทั้งในระดับประเทศและระดับสากล ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว โดยศึกษาว่ารูปแบบภาวะผู้นำที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานในอุตสาหกรรมฟอกหนังอย่างไร เพื่อเสนอแนวทางที่ชัดเจนในการเสริมสร้างบรรยากาศการทำงานที่เอื้อต่อการคิดริเริ่มและการสร้างสรรค์ ซึ่งจะช่วยให้องค์กรในอุตสาหกรรมนี้สามารถพัฒนาและแข่งขันได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบภาวะผู้นำที่ใช้ในอุตสาหกรรมฟอกและการตกแต่งเครื่องหนัง ในนิคมนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- 2) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานในอุตสาหกรรมฟอกและการตกแต่งเครื่องหนัง ในนิคมนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3) เพื่อศึกษารูปแบบภาวะผู้นำที่ส่งผลต่อการสร้างความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานในอุตสาหกรรมฟอกและการตกแต่งเครื่องหนัง ในนิคมนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

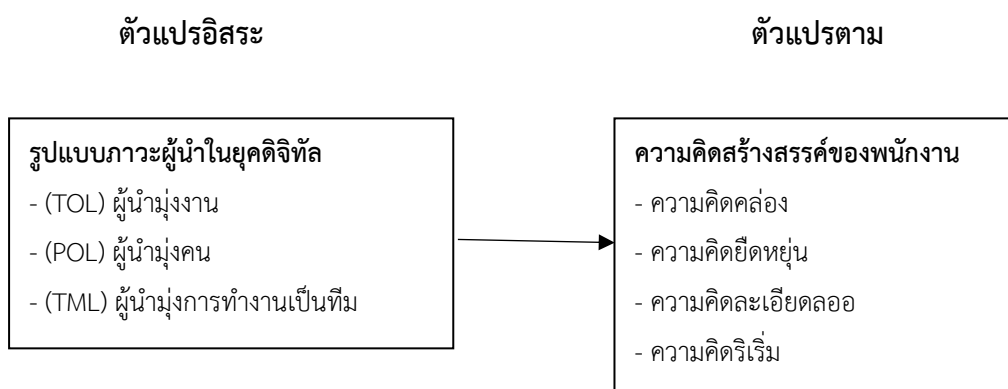
สมมุติฐานการวิจัย

H1 ภาวะผู้นำมุ่งงาน (TOL) มีผลเชิงบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานในอุตสาหกรรมฟอกและการตกแต่งเครื่องหนัง

H2 ภาวะผู้นำมุ่งคน (POL) มีผลเชิงบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานในอุตสาหกรรมฟอกและการตกแต่งเครื่องหนัง

H3 ภาวะผู้นำมุ่งการทำงานเป็นทีม (TML) มีผลเชิงบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานในอุตสาหกรรมฟอกและการตกแต่งเครื่องหนัง

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้นำ (Behavioral Theories)

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้นำ (Behavioral Theories) มุ่งศึกษาพฤติกรรมและการกระทำของผู้นำที่ส่งผลต่อผู้ตามและบรรยากาศในการทำงาน โดย Lewin et al. (1939) และ Blake and Mouton (1964) ได้จำแนกรูปแบบผู้นำออกเป็นหลายลักษณะ เช่น ผู้นำแบบอัตตา ประชาธิปไตย เสรีนิยม รวมถึงผู้นำที่ใช้อำนาจ ผู้นำแบบเมตตา ผู้นำแบบปรึกษาหารือ และผู้นำแบบมีส่วนร่วม ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีช่วยสนับสนุนการสื่อสารและการทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในการศึกษาภาวะผู้นำในยุคดิจิทัล งานวิจัยนี้ได้สังเคราะห์องค์ประกอบภาวะผู้นำออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ผู้นำมุ่งงาน (Task-Oriented Leadership: TOL) ที่เน้นการกำหนดเป้าหมายและผลลัพธ์ของงาน

ผู้นำมุ่งคน (People-Oriented Leadership: POL) ที่ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์และแรงจูงใจของผู้ตาม และผู้นำมุ่งการทำงานเป็นทีม (Teamwork-Oriented Leadership: TML) ซึ่งพัฒนาจากแนวคิด Managerial Grid ของ Blake and Mouton (1964) ที่เน้นความสมดุลระหว่างคนและงาน โดยผู้นำสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารและการทำงานร่วมกันของทีม

ดังนั้น การนำองค์ประกอบ TOL, POL และ TML มาใช้ในการวิจัยจึงเป็นการเชื่อมโยงทฤษฎีภาวะผู้นำดั้งเดิมกับบริบทการทำงานในยุคดิจิทัล เพื่ออธิบายรูปแบบภาวะผู้นำที่เหมาะสมต่อการพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานและความพึงพอใจของบุคลากร

รูปแบบการสนับสนุนการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์

การสนับสนุนการพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีขององค์กรเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มศักยภาพการทำงานของพนักงาน และส่งเสริมการสร้างความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม โดยการพัฒนาทักษะดิจิทัลไม่เพียงช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน แต่ยังกระตุ้นให้เกิดการคิดนอกกรอบและการริเริ่มแนวคิดใหม่ ๆ (วิจิตา จันทรวารีเลขา, 2563; Volberda et al., 2021) ขณะเดียวกัน การสนับสนุนเชิงโครงสร้าง เช่น ระบบการเรียนรู้ผ่านเทคโนโลยีและการจัดการความรู้ภายในองค์กร ยังช่วยให้บุคลากรสามารถพัฒนาองค์ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างต่อเนื่อง (กาญจนา จินดานิล และคณะ, 2565)

ความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานที่ได้รับการสนับสนุนจากเทคโนโลยีสามารถพัฒนาได้ใน 4 มิติ ได้แก่ ความคิดคล่อง (Fluency) ซึ่งเป็นความสามารถในการสร้างแนวคิดจำนวนมาก (ชัยมงคล ปิ่นสา และคณะ, 2565) ความคิดยืดหยุ่น (Flexibility) ที่เกิดจากการเปิดโอกาสให้ใช้วิธีแก้ปัญหาที่หลากหลายและใช้เครื่องมือดิจิทัลช่วยในการทำงาน (Lam et al., 2021) ความคิดละเอียดลออ (Elaboration) ซึ่งเป็นการขยายและพัฒนาแนวคิดให้มีรายละเอียดมากขึ้นผ่านการใช้เทคโนโลยีและข้อมูลวิเคราะห์ (Cichosz et al., 2020) และความคิดริเริ่ม (Originality) ที่มุ่งสร้างแนวคิดใหม่ที่แตกต่าง โดยได้รับการสนับสนุนจากทรัพยากร เทคโนโลยี และวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดกว้าง (วรรณวิชนี ถนอมชาติ และ กฤษดา เขียววัฒนสุข, 2565)

ดังนั้น ภาวะผู้นำในยุคดิจิทัลที่สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีและการพัฒนาทักษะของพนักงาน จะมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ทั้งสี่ด้าน โดยผู้นำทำหน้าที่เชื่อมโยงระหว่างนโยบายองค์กรกับการปฏิบัติของพนักงาน เพื่อสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการสร้างนวัตกรรมทั้งในระดับบุคคลและทีมงาน (ชุดิกร ประเสริฐ, 2566; Ahmad et al., 2020) ทั้งนี้ แนวคิดดังกล่าวสามารถนำมาใช้เป็นกรอบในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสนับสนุนด้านเทคโนโลยี ภาวะผู้นำ และระดับความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานในงานวิจัย (ปริยาภรณ์ พรหมศิริ และ จันทนา แสนสุข, 2566)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ อุตสาหกรรมฟอกและการตกแต่งเครื่องหนัง ในนิคมนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวนประชากรทั้งหมด จำนวน 348 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 187 คน คำนวณตามสูตรจากสูตรของ ทาโร่ยา มาเน่ (Yamane, 1970) วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) กรรมการบริหาร 5 คน ผู้จัดการ 15 คน หัวหน้างาน 20 คน และพนักงานระดับปฏิบัติการ 147 คน โดยที่กลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้แบ่งตามสัดส่วนจากประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล การดำเนินงานวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative Research) กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยรูปแบบภาวะผู้นำ

ส่วนที่ 3 ความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน

ส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ของแบบสอบถามเป็นคำถามประเภทอัตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยใช้การแบ่งช่วงแบบอันตรภาคชั้น (Class Interval) ที่ช่วงละ 0.80 ครอบคลุมระดับความคิดเห็นตั้งแต่ระดับ 5 ถึงระดับ 1 สำหรับผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือโดยผู้เชี่ยวชาญ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) พบว่ามีค่าเท่ากับ 0.96 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ 0.50 ตามแนวทางของ Rovinelli & Hambleton (1977) แสดงว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาที่อยู่ในระดับดีมาก นอกจากนี้ ได้ทำการตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) พบว่ามีค่าเท่ากับ 0.978 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 0.70 ตามเกณฑ์ของ Nunnally & Bernstein (1994) บ่งชี้ว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่นที่สูงและสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วิธีรวบรวมข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม อุตสาหกรรมฟอกและการตกแต่งเครื่องหนัง ในนิคมนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากการทบทวนเอกสารทางวิชาการ หนังสือ บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งวิทยานิพนธ์และเว็บไซต์ เพื่อนำมาใช้กำหนดกรอบแนวคิดการศึกษา สนับสนุนการวิเคราะห์ และอ้างอิงในการเขียนรายงานผลการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณแบบ Enter Method โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ทั้งนี้ได้ทำการตรวจสอบเงื่อนไขเบื้องต้นก่อนการวิเคราะห์ เพื่อให้มั่นใจว่าแบบจำลองมีความเหมาะสม ได้แก่ การตรวจสอบปัญหาความแปรปรวนร่วม

เชิงพหุ (Multicollinearity) ด้วยค่า Tolerance และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ซึ่งผลปรากฏว่ามีค่าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างรุนแรงจนส่งผลกระทบต่อแบบจำลอง นอกจากนี้ยังตรวจสอบความเป็นอิสระของค่าส่งกลับ (Residuals) ด้วยสถิติ Durbin-Watson พบว่าค่าอยู่ในช่วงที่เหมาะสม สะท้อนว่าแบบจำลองไม่มีปัญหา Autocorrelation และสามารถนำไปใช้ทำนายได้

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยนี้มุ่งศึกษารูปแบบภาวะผู้นำและความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานในอุตสาหกรรมฟอกและตกแต่งเครื่องหนัง โดยวิเคราะห์ทั้งข้อมูลส่วนบุคคล ระดับความคิดเห็นต่อรูปแบบภาวะผู้นำและความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนปัจจัยภาวะผู้นำที่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ผ่านการทดสอบสมมติฐานเชิงสถิติ ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการสำรวจข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 187 คน พบว่า เพศชายมีจำนวน 97 คน ร้อยละ 51.87 และเพศหญิง 90 คน ร้อยละ 48.13 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31–40 ปี ร้อยละ 34.22 และ 41–50 ปี ร้อยละ 32.62 ในด้านตำแหน่งงาน พบว่าพนักงานระดับปฏิบัติการเป็นกลุ่มใหญ่ที่สุด 147 คน ร้อยละ 78.61 รองลงมาคือหัวหน้างาน/หัวหน้าฝ่าย 20 คน ร้อยละ 10.70 ส่วนผู้จัดการ/ผู้อำนวยการฝ่าย 15 คน ร้อยละ 8.02 และกรรมการบริหาร/CEO 5 คน ร้อยละ 2.67 สำหรับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่ากลุ่ม 20,001–30,000 บาท มีสัดส่วนสูงสุด 67 คน ร้อยละ 35.83 ส่วนรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทมี 38 คน ร้อยละ 20.32 และมากกว่า 50,001 บาท มีเพียง 4 คน ร้อยละ 2.14 ด้านประสบการณ์การทำงาน พบว่าพนักงานส่วนใหญ่มีประสบการณ์ 11–15 ปี จำนวน 55 คน ร้อยละ 29.41 รองลงมาคือ 6–10 ปี จำนวน 52 คน ร้อยละ 27.81 และกลุ่มที่มีประสบการณ์ไม่เกิน 1 ปี 31 คน ร้อยละ 16.58

2) สรุประดับความคิดเห็นของปัจจัยรูปแบบภาวะผู้นำ

เพื่อประเมินความคิดเห็นของพนักงานต่อปัจจัยรูปแบบภาวะผู้นำ ผู้วิจัยได้สำรวจระดับความคิดเห็นในมิติที่เกี่ยวข้องกับผู้นำมุ่งงาน ผู้นำมุ่งคน และผู้นำมุ่งทีม

ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นของปัจจัยรูปแบบภาวะผู้นำ

ที่	ปัจจัยรูปแบบภาวะผู้นำ	Mean	S.D.	แปลผล	ลำดับ
1	ผู้นำมุ่งงาน	4.25	0.03	ระดับความเห็นมากที่สุด	2
2	ผู้นำมุ่งคน	4.47	0.50	ระดับความเห็นมากที่สุด	1
3	ผู้นำมุ่งการทำงานเป็นทีม	4.12	0.82	ระดับความเห็นมาก	3
	ภาพรวมปัจจัยรูปแบบภาวะผู้นำ	4.28	0.25	ระดับความเห็นมากที่สุด	

ผลการวิเคราะห์พบว่าพนักงานให้ระดับความคิดเห็นสูงสุดต่อปัจจัยผู้นำมุงคน (Mean = 4.47, S.D. = 0.50) รองลงมาคือปัจจัยผู้นำมุงงาน (Mean = 4.25, S.D. = 0.03) และปัจจัยผู้นำมุงการทำงานเป็นทีม (Mean = 4.12, S.D. = 0.82) ตามลำดับ ภาพรวมของปัจจัยรูปแบบภาวะผู้นำอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.28, S.D. = 0.25) แสดงให้เห็นว่าพนักงานรับรู้ถึงบทบาทภาวะผู้นำในทุกด้าน โดยให้ความสำคัญกับภาวะผู้นำที่เน้นการดูแลบุคลากรเป็นอันดับแรก รองลงมาคือการมุ่งเน้นงาน และการเสริมสร้างการทำงานร่วมกันภายในทีม ซึ่งสะท้อนถึงความสมดุลของสไตล์ภาวะผู้นำในองค์กรมากพอที่จะส่งผลดีต่อบรรยากาศการทำงาน

3) สรุประดับความคิดเห็นของปัจจัยความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน

เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อปัจจัยความคิดสร้างสรรค์ ผู้วิจัยได้สำรวจมิติที่เกี่ยวข้องกับความคิดคล่อง ความคิดยืดหยุ่น ความคิดละเอียดลออ และความคิดริเริ่ม

ตารางที่ 3 ระดับความคิดเห็นของความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน

ที่	ปัจจัยความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน	Mean	S.D.	แปลผล	ลำดับ
1	ความคิดคล่อง	3.73	0.99	ระดับความเห็นมาก	4
2	ความคิดยืดหยุ่น	3.99	0.83	ระดับความเห็นมาก	3
3	ความคิดละเอียดลออ	4.01	0.81	ระดับความเห็นมาก	2
4	ความคิดริเริ่ม	4.02	0.83	ระดับความเห็นมาก	1
	ภาพรวมปัจจัยความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน	3.94	0.25	ระดับความเห็นมาก	

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานพบว่า ความคิดริเริ่ม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 4.02, S.D. = 0.83) สะท้อนถึงความสามารถในการสร้างแนวคิดใหม่ รองลงมาคือความคิดละเอียดลออ (Mean = 4.01, S.D. = 0.81) แสดงถึงความรอบคอบและใส่ใจในรายละเอียด ขณะที่ความคิดยืดหยุ่น (Mean = 3.99, S.D. = 0.83) บ่งชี้ถึงความสามารถในการปรับตัว ส่วนความคิดคล่อง มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด (Mean = 3.73, S.D. = 0.99) แต่ยังคงอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยภาพรวมความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.94, S.D. = 0.25) สะท้อนการรับรู้เชิงบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ในหลายมิติ

4) สรุปรูปแบบภาวะผู้นำที่ส่งผลต่อการสร้างความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน

การวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณระบุว่า ปัจจัยรูปแบบภาวะผู้นำทั้งสามมิติ ได้แก่ ผู้นำมุงงาน ผู้นำมุงคน และผู้นำมุงการทำงานเป็นทีม มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณของรูปแบบภาวะผู้นำที่มีต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน

ตัวแปร	ความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน			t	p	Collinearity	
	B	SE	β			Tolerance	VIF
ค่าคงที่ ^(a)	1.386	0.415	-	3.342	0.001**		
ปัจจัยรูปแบบภาวะผู้นำ							
ผู้นำมุ่งงาน	0.184	0.059	0.215	3.134	0.002**	0.068	0.300
ผู้นำมุ่งคน	0.196	0.071	0.187	2.745	0.007**	0.055	0.336
ผู้นำมุ่งการทำงานเป็นทีม	0.256	0.077	0.231	3.336	0.001**	0.104	0.407
Adjusted R ² ; 0.152; R ² ; 0.166; R .407 ^a ; Durbin-Watson = 0.663							
Std. Error of the Estimate (S.E) 0.666; F = 12.127							

นัยสำคัญที่ระดับ 0.00***, 0.01**, 0.05*

การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแสดงปัจจัยรูปแบบภาวะผู้นำทั้งสามมิติ พบว่า มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า $R^2 = 0.166$ ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (Field, 2013) ค่า $F = 12.127$ มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าโมเดลรวมตัวแปรสามารถทำนายความคิดสร้างสรรค์ได้ และค่า Durbin-Watson = 0.663 แสดงว่าความเป็นอิสระของ residuals ไม่กระทบต่อผลลัพธ์ ค่า Standard Error (S.E.) = 0.666 อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (Hair et al., 2010; Field, 2013)

ในส่วนของการตรวจสอบปัญหาความแปรปรวนร่วมเชิงพหุ (Multicollinearity) พบว่าค่า Tolerance และ VIF ของตัวแปรอิสระทั้งหมดอยู่ในช่วงที่ยอมรับได้ โดยค่า Tolerance ของตัวแปรผู้นำมุ่งงาน มุ่งคน และมุ่งการทำงานเป็นทีมอยู่ระหว่าง 0.055–0.104 ซึ่งหมายความว่าสัดส่วนความแปรปรวนที่ไม่ได้อธิบายร่วมกับตัวแปรอื่นยังมีมากเพียงพอ ขณะที่ค่า VIF อยู่ระหว่าง 0.300–0.407 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์วิกฤตที่มักกำหนดไม่เกิน 5 หรือ 10 ตามข้อเสนอของ Hair et al. (2010) แสดงว่าไม่มีปัญหา Multicollinearity ภายในโมเดล สามารถวิเคราะห์ผลถดถอยได้

ผลการวิเคราะห์พบว่ามิติผู้นำมุ่งการทำงานเป็นทีม ($\beta = 0.231$, $p = 0.001^{**}$) มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานมากที่สุด รองลงมาคือมิติผู้นำมุ่งงาน ($\beta = 0.215$, $p = 0.002^{**}$) และมิติผู้นำมุ่งคน ($\beta = 0.187$, $p = 0.007^{**}$) ตามลำดับ โดยค่า β เป็นค่าคะแนนมาตรฐานที่ใช้เปรียบเทียบความสำคัญเชิงสัมพัทธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัวในแบบจำลอง ส่วนค่า B เป็นค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยคะแนนดิบที่ใช้สร้างสมการทำนาย ซึ่งทั้งสองค่านี้จะไม่จำเป็นต้องเป็นค่าเดียวกันเนื่องจากการคำนวณจากสเกลที่แตกต่างกัน ทั้งนี้แบบจำลองถดถอยที่ได้มีนัยสำคัญทางสถิติและสามารถนำไปใช้ทำนายความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานได้ โดยสมการถดถอยพหุคูณมีรูปแบบดังนี้

$$\hat{y} = 1.386_{Constant} + 0.184_{x_1} + 0.196_{x_2} + 0.256_{x_3} + e$$

ผลการทดสอบสมมุติฐาน

จากการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่า ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสรุปผลวิจัยดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5 สรุปผลการทดสอบสมมุติฐาน

สมมุติฐาน	ตัวแปรทดสอบ	p-value	ผลทดสอบสมมุติฐาน
H1	ผู้นำม่งงาน (TOL)	0.002 **	ยอมรับสมมุติฐาน
H2	ผู้นำม่งคน (POL)	0.007 **	ยอมรับสมมุติฐาน
H3	ผู้นำม่งการทำงานเป็นทีม (TML)	0.001 **	ยอมรับสมมุติฐาน

สมมุติฐาน H1 พบว่า ผู้นำม่งงานมีผลเชิงบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน ($p = 0.002^{**}$) หมายความว่าหากผู้นำม่งงานเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ระดับความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานจะเพิ่มขึ้น 0.184 หน่วย สมมุติฐาน H1 จึงได้รับการสนับสนุน

สมมุติฐาน H2 พบว่า ผู้นำม่งคนมีผลเชิงบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน ($p = 0.007^{**}$) หมายความว่าทำให้ความสำคัญกับความเป็นอยู่และความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานช่วยเพิ่มระดับความคิดสร้างสรรค์ สมมุติฐาน H2 จึงได้รับการสนับสนุน

สมมุติฐาน H3 พบว่า ผู้นำม่งการทำงานเป็นทีมมีผลต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน ($p = 0.001^{**}$) หมายความว่าหากผู้นำม่งการทำงานเป็นทีมเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานจะเพิ่มขึ้น 0.256 หน่วย สมมุติฐาน H3 จึงได้รับการสนับสนุน

อภิปรายผลการวิจัย

จากการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 187 คน พบว่าผู้ตอบส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 51.87 อยู่ในช่วงอายุ 31–40 ปี ซึ่งเป็นวัยทำงานหลักและมีประสบการณ์สะสมในระดับหนึ่ง และส่วนใหญ่ปฏิบัติงานในตำแหน่งพนักงานระดับปฏิบัติการจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.61 สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นแรงงานที่ปฏิบัติงานใกล้ชิดกับกระบวนการผลิตและมีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนงานในอุตสาหกรรมฟอกหนัง ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของแรงงานในภาคอุตสาหกรรมผลิตที่มักประกอบด้วยแรงงานทักษะระดับปานกลาง ลักษณะข้อมูลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นบุคลากรที่อยู่ในวัยทำงานหลักและมีประสบการณ์ระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะประชากรแรงงานในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตที่มักประกอบด้วยแรงงานวัยทำงานที่มีทักษะและประสบการณ์ในระดับหนึ่ง (กาญจนา จินดานิล และคณะ, 2565; ชูติกร ประเสริฐ, 2566)

สำหรับปัจจัยด้านรูปแบบภาวะผู้นำ ผลการวิจัยพบว่าพนักงานให้ความคิดเห็นสูงสุดต่อ “ผู้นำม่งคน” สะท้อนว่าบุคลากรในอุตสาหกรรมฟอกหนังให้ความสำคัญกับผู้นำที่ดูแล สนับสนุน และรับฟัง

ความคิดเห็น เนื่องจากงานในสายการผลิตต้องพึ่งพาคนทำงานจำนวนมาก และการสื่อสารที่ราบรื่นช่วยลดความผิดพลาดและเพิ่มประสิทธิภาพ ขณะเดียวกัน “ผู้นำม่งงาน” อยู่ในอันดับถัดมา แสดงว่าพนักงานยังคงให้ความสำคัญกับความชัดเจนของงานและเป้าหมาย ส่วน “ผู้นำม่งการทำงานเป็นทีม” อยู่ในลำดับรองลงมา โดยทั้งสามรูปแบบสะท้อนความจำเป็นของการบริหารทั้งด้านมนุษยสัมพันธ์และด้านงานอย่างสมดุล ผลดังกล่าวสอดคล้องกับทฤษฎีภาวะผู้นำของ Likert (1967) ที่ชี้ว่าผู้นำที่เน้นความสัมพันธ์และการสนับสนุนบุคลากรจะกระตุ้นแรงจูงใจและความผูกพันต่อองค์กร รวมทั้งสอดคล้องกับแนวคิดตารางกริดของ Blake and Mouton (1964) ที่เสนอว่าผู้นำที่มีประสิทธิภาพสูงต้องผสมผสานการมุ่งผลสำเร็จของงานและการดูแลคนให้สมดุล ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะภาวะผู้นำในอุตสาหกรรมนี้อย่างชัดเจน แสดงว่าพนักงานให้ความสำคัญทั้งการดูแลบุคลากรและมุ่งผลสำเร็จ แสดงว่าพนักงานให้ความสำคัญทั้งการดูแลบุคลากรและการมุ่งผลสำเร็จของงาน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีภาวะผู้นำของ Likert (1967) ที่ชี้ว่าผู้นำที่เน้นความสัมพันธ์และมีการสนับสนุนบุคลากรจะส่งผลให้เกิดแรงจูงใจและประสิทธิภาพที่สูงขึ้น ขณะเดียวกันก็สอดคล้องกับแนวคิดตารางพฤติกรรมผู้นำของ Blake and Mouton (1964) ที่ระบุว่าภาวะผู้นำที่มีประสิทธิภาพสูงควรผสมผสานทั้งการมุ่งงานและการมุ่งคนอย่างสมดุล ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ารูปแบบภาวะผู้นำในองค์กรนี้ตอบสนองทั้งความต้องการของงานและความต้องการของบุคลากรอย่างเหมาะสม

ด้านความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน พบว่ามีมิติที่ได้รับการประเมินสูงที่สุดคือ “ความคิดริเริ่ม” ซึ่งสะท้อนความสามารถของพนักงานในการคิดไอเดียใหม่ การเสนอแนวทางใหม่ และการกล้าปรับกระบวนการทำงาน สิ่งนี้สอดคล้องกับธรรมชาติของอุตสาหกรรมพอกหนังที่ต้องปรับปรุงเทคนิค กระบวนการผลิตและการจัดการคุณภาพอย่างต่อเนื่อง รองลงมาคือ “ความคิดละเอียดลออ” ซึ่งเป็นทักษะสำคัญของงานพอกหนังที่ต้องอาศัยความรอบคอบและความแม่นยำในการทำงานเพื่อรักษาคุณภาพของผลผลิต ผลดังกล่าวสอดคล้องกับงานของ วรณวิชนี ฅนอมชาติ และ กฤษดา เขียววัฒนสุข (2565) ที่ระบุว่าความคิดริเริ่มและความละเอียดลออเป็นองค์ประกอบสำคัญของความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรที่ต้องอาศัยทั้งความคิดใหม่และมาตรฐานงานที่แม่นยำ ซึ่งตรงกับลักษณะงานในอุตสาหกรรมนี้อย่างยิ่ง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ วรณวิชนี ฅนอมชาติ และกฤษดา เขียววัฒนสุข (2565) ที่ระบุว่าความคิดสร้างสรรค์ที่มีคุณภาพเกิดจากการคิดริเริ่มเพื่อสร้างสิ่งใหม่ และการคิดอย่างละเอียดลออเพื่อให้ผลงานมีความสมบูรณ์และนำไปใช้ได้จริง ผลลัพธ์ดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าพนักงานไม่ได้เพียงแคมีความสามารถคิดใหม่ทำใหม่เท่านั้น แต่ยังสามารถพัฒนาแนวคิดให้มีความแม่นยำและเหมาะสมต่อการนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัย พบว่า มิติผู้นำม่งการทำงานเป็นทีม ($\beta = 0.231, p = 0.001^{**}$) รองลงมาคือผู้นำม่งงาน ($\beta = 0.215, p = 0.002^{**}$) และผู้นำม่งคน ($\beta = 0.187, p = 0.007^{**}$) ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยรูปแบบภาวะผู้นำทั้งสามรูปแบบ ได้แก่ ผู้นำม่งการทำงานเป็นทีม ผู้นำม่งงาน และผู้นำม่งคน ส่งผลต่อการสร้างความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญในยุคที่องค์กรต้องเผชิญการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีดิจิทัล โดย “ผู้นำม่งการทำงานเป็นทีม” เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงที่สุด อาจเนื่องจากงาน

ในอุตสาหกรรมฟอกหนังเป็นลักษณะการทำงานเป็นสายการผลิตที่ต้องพึ่งพาความร่วมมือ ความสัมพันธ์ในทีม และการประสานงานที่สอดคล้องกัน การมีผู้นำที่สนับสนุนการแลกเปลี่ยนความรู้ เปิดโอกาสให้แสดงความเห็น และส่งเสริมความไว้วางใจภายในทีม จึงช่วยให้พนักงานกล้าคิดริเริ่ม ทดลองแนวทางใหม่ และผสมผสานความแตกต่างของสมาชิกในทีมจนเกิดความคิดสร้างสรรค์ที่มีคุณค่า ผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Lewin et al. (1939) ที่ระบุว่าภาวะผู้นำแบบสนับสนุนและเปิดให้มีส่วนร่วมของสมาชิกจะช่วยให้เกิดปฏิสัมพันธ์เชิงบวกภายในกลุ่ม ซึ่งนำไปสู่การแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระและความคิดใหม่ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานของ Volberda et al. (2021) ที่ชี้ว่าภาวะผู้นำซึ่งส่งเสริมการร่วมมือ การแลกเปลี่ยนข้อมูล และการประสานงานระหว่างบุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้องค์กรเกิดนวัตกรรมและสร้างความคิดสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง

ผลวิจัยยังเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานของ ปริญญาพร พรหมศิริ และจันทนา แสนสุข (2566) ที่พบว่าภาวะผู้นำที่ส่งเสริมการทำงานร่วมกันมีผลโดยตรงต่อความสามารถด้านนวัตกรรมของพนักงาน และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์ (2566) ที่ชี้ให้เห็นว่าผู้นำที่สนับสนุนความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรสามารถสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อความคิดสร้างสรรค์ ยังสอดคล้องกับงานของ วิจิตา จันทรวารีเลขา (2563) ที่ชี้ให้เห็นว่าการทำงานเป็นทีมอย่างมีประสิทธิภาพเป็นพื้นฐานสำคัญของกระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรมในองค์กร กล่าวโดยสรุป ภาวะผู้นำที่เน้นความร่วมมือและการทำงานเป็นทีมเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ผลักดันให้พนักงานเกิดความคิดริเริ่มและสร้างสรรค์แนวทางใหม่ ต่อยอดถึงความจำเป็นของการพัฒนาผู้นำที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมและความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อยกระดับความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมขององค์กรในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

1.1 พัฒนาผู้นำมุ่งทีม แนะนำให้พัฒนาผู้นำที่เน้นความร่วมมือในทีม เพื่อกำหนดการทำงานร่วมกันและสร้างแนวคิดใหม่ ๆ โดยการฝึกอบรมทักษะการสื่อสารและการสร้างแรงจูงใจจะช่วยเพิ่มศักยภาพความคิดสร้างสรรค์

1.2 ส่งเสริมการทำงานเป็นทีม การสร้างวัฒนธรรมการทำงานร่วมกันในทีมช่วยให้พนักงานมีส่วนร่วมในกระบวนการสร้างสรรค์และได้รับแรงบันดาลใจจากการร่วมมือ

1.3 ฝึกอบรมด้านเทคโนโลยีดิจิทัล การให้ผู้นำและพนักงานสามารถใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ จะช่วยให้ปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงและสร้างสรรค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ศึกษาข้ามอุตสาหกรรม ควรขยายการวิจัยไปยังอุตสาหกรรมอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบผลกระทบของภาวะผู้นำต่อความคิดสร้างสรรค์

2.2 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทีมและนวัตกรรม สำนักรว่าการทำงานเป็นทีมมีผลต่อการสร้างนวัตกรรมอย่างไร และภาวะผู้นำแบบต่าง ๆ ส่งเสริมกระบวนการนี้ได้อย่างไร

2.3 ศึกษาผลกระทบระยะยาวของการพัฒนาผู้นำ พิจารณาผลกระทบของการพัฒนาผู้นำต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานในระยะยาว เพื่อเข้าใจว่าการพัฒนาผู้นำสามารถสร้างแรงบันดาลใจและส่งเสริมการคิดสร้างสรรค์ได้อย่างต่อเนื่อง

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา จินดานิล, สิริพร พงศ์หิรัญสกุล และ พชรี ฉลาดธัญกิจ. (2565). การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีในยุคดิจิทัลที่มีผลกระทบต่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. *วารสารวิจัย วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 6(3), 187-199.
- ชัยมงคล ปินะสา, รณิชัย สวัสดิ์ และ กฤษยากาญจน์ โตพิทักษ์. (2565). การสร้างความสามารถทางการประเมิน : แนวคิดและการประยุกต์ใช้. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 20(1), 76-94.
- ชุตินกร ประยูรเกียรติ. (2566). ปัจจัยทางจิตวิทยาองค์การเชิงบวกที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาบุคลากรสู่องค์กรแห่งความเป็นเลิศ: กรณีศึกษาบริษัทในเขตนิคมอุตสาหกรรมไฮเทค ออยุธยา. *วารสารวิชาการเทคโนโลยีการจัดการ*, 4(2), 224-238. <https://doi.org/10.14456/ajmt.2023.16>.
- เทพศักดิ์ บุญยรัตน์พันธุ์. (2566). การวางแผนเพื่อปรับเปลี่ยนไปสู่องค์กรดิจิทัลกับความท้าทายขององค์กรในยุคดิจิทัล. *วารสารด้านการบริหารรัฐกิจและการเมือง*, 12(1), 84-104.
- ปรียาภัทร พรหมศิริ และ จันทนา แสนสุข. (2566). ปัจจัยที่เป็นเหตุและผลของความสามารถในการบริหารความหลากหลายในบริบทของการรับรู้ความแตกต่างระหว่างบุคคลด้านเจเนอเรชันของผู้บริหารงานบุคคลในอุตสาหกรรมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารศิลปศาสตรราชชมงคลสุวรรณภูมิ*, 5(2), 304-316. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/art/article/view/267706/179550>.
- วรรณวิชนี ถนอมชาติ และ กฤษดา เขียววัฒนสุข. (2565). รูปแบบภาวะผู้นำที่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน: กรณีศึกษาอุตสาหกรรมฟอกและการตกแต่งเครื่องหนัง ในอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้า. *วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร*, 5(2), 43-53. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/ISSC/article/view/246100>.
- วิฑิตา จันทรวารีเลขา. (2563). แนวทางในการสนับสนุนการพัฒนาทักษะบุคลากรในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Sawy) ตามแผนงาน Digital Competency: กรณีศึกษา การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.). [วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์] จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Ahmad, F., Widén, G., and Huvila, I. (2020). The impact of workplace information literacy on organizational innovation: An empirical study. *International Journal of Information Management*, 51, 102041.

- Akdere, M., and Egan, T. (2020). Transformational leadership and human resource development: Linking employee learning, job satisfaction, and organizational performance. *Human Resource Development Quarterly*, 31(4), 393-421.
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.102041>
- Blake, R. R., and Mouton, J. S. (1964). *The managerial grid: The key to leadership excellence*. Gulf Publishing Company.
- Cichosz, M., Wallenburg, C. M., and Knemeyer, A. M. (2020). Digital transformation at logistics service providers: barriers, success factors and leading practices. *The International Journal of Logistics Management*, 31(2), 209-238.
- Field, A. (2013). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics: And Sex and Drugs and Rock "N" Roll* (4th ed.). Sage.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. and Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson.
- Lam, L., Nguyen, P., Le, N., and Tran, K. (2021). The relation among organizational culture, knowledge management, and innovation capability: Its implication for open innovation. *Journal of Open Innovation. Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 393-421
- Lewin, K., Lippitt, R., and White, R. K. (1939). Patterns of aggressive behaviour in experimentally created social climates. *Journal of Social Psychology*, 10, 271-301.
<https://doi.org/10.1080/00224545.1939.9713366>.
- Likert, R. (1967). *The human organization: Its management and value*. McGraw-Hill.
<https://psycnet.apa.org/record/1967-35036-000>.
- Nunnally, J. C., and Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.
<https://www.scirp.org/reference/ReferencesPapers?ReferenceID=1017362>.
- Rovinelli, R. J., and Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Tijdschrift voor Onderwijsresearch*, 2(2), 49–60.
<https://psycnet.apa.org/record/1979-12368-001>.
- Volberda, H. W., Khanagha, S., Baden-Fuller, C., Mihalache, O. R., and Birkinshaw, J. (2021). Strategizing in a digital world: Overcoming cognitive barriers, reconfiguring routines and introducing new organizational forms. *Long Range Planning*, 54(5), 102110.
<https://doi.org/10.1016/j.lrp.2021.102110>.

แนวทางการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษา ในยุคดิจิทัล

Guidelines for Applying Artificial Intelligence to Promote Self-Directed Learning Among Students in the Digital Age

สิตา ทับมงคล^{1*} และ อรณิชา ทศตา²

Sita Tubmongkhon^{1*} and Onnitcha Thossata²

¹คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ วิทยาลัยนครราชสีมา

²คณะศึกษาศาสตร์ วิทยาลัยนครราชสีมา

¹Faculty of Business Administration and Information Technology, Nakhonratchasima College

²Faculty of Education, Nakhonratchasima College

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

วันที่รับบทความ (Received)

12 ธันวาคม 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

31 มกราคม 2569

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

13 มีนาคม 2569

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์การวิจัยครั้งนี้เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการใช้เทคโนโลยี AI ในการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษา 2) ศึกษาผลกระทบของการใช้เทคโนโลยี AI ต่อสมรรถนะด้านการเรียนรู้ด้วยตนเอง 3) ศึกษาแนวทางการประยุกต์ใช้ AI เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษาให้เหมาะสมกับบริบทในยุคดิจิทัล กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาระดับอุดมศึกษา จำนวน 420 คน ได้มาโดยการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) และอาจารย์ผู้สอนที่มีประสบการณ์ใช้ AI ประกอบการจัดการเรียนรู้ จำนวน 15 คน สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 1) แบบสอบถามการใช้เทคโนโลยี AI และการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษา 2) แบบสัมภาษณ์เชิงลึกจากอาจารย์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า 1) นักศึกษาส่วนใหญ่มีประสบการณ์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยนิยมใช้แชทบอทอัจฉริยะมากที่สุด แม้ความถี่ในการใช้งานยังอยู่ในระดับต่ำ นักศึกษาใช้ AI เพื่ออธิบายแนวคิดซับซ้อน ทำการบ้าน และฝึกทักษะภาษา โดยมักขอให้ AI สร้างแบบฝึกหัดแก้ไขงานเขียน และตอบคำถาม พร้อมใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อให้ได้คำตอบที่มีคุณภาพ เช่น ขอคำอธิบายแบบมีตัวอย่างหรือแบบเป็นขั้นตอน 2) AI ส่งผลเชิงบวกในระดับมากต่อสมรรถนะการเรียนรู้ด้วยตนเอง ทั้งด้านผลสัมฤทธิ์ แรงจูงใจ การวางแผน และกระบวนการคิด โดยเฉพาะการประยุกต์ใช้ความรู้ การกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน และการเรียนรู้ตามวิธีของตนเอง 3) แนวทางการประยุกต์ใช้ AI เช่น การเรียนรู้แบบรายบุคคล การส่งเสริมการคิดวิเคราะห์ การพัฒนาทักษะเรียนรู้ตลอดชีวิต การสร้างสื่อความรู้ การบูรณาการ AI เข้ากับ

การจัดการเรียนรู้ การอบรมความรู้เท่าทัน AI การประเมินจากกระบวนการเรียนรู้ และการสร้างสภาพแวดล้อมดิจิทัลที่ส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง

คำสำคัญ: การใช้ปัญญาประดิษฐ์, การส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง, นักศึกษาในยุคดิจิทัล

ABSTRACT

The objectives of this study were: (1) to examine the current state of artificial intelligence (AI) usage in students' self-directed learning, (2) to investigate the effects of AI use on students' self-directed learning competencies, and (3) to explore appropriate approaches for applying AI to enhance students' self-directed learning competencies in the digital era. The sample consisted of 420 undergraduate students selected through multi-stage sampling, as well as 15 instructors with experience integrating AI into their teaching, who participated in in-depth interviews. The research instruments included (1) a questionnaire on students' AI use and self-directed learning and (2) an in-depth interview guide for instructors. Quantitative data were analyzed using descriptive statistics, while qualitative data were analyzed through content analysis. Research findings: (1) Most students had experience using artificial intelligence (AI) technologies for self-directed learning, with intelligent chatbots being the most commonly used tools. However, the frequency of AI use remained relatively low. Students primarily used AI to explain complex concepts, complete assignments, and practice language skills. Common interactions included requesting the generation of practice exercises, editing written work, and answering content-related questions. Additionally, students employed various strategies to enhance the quality of AI responses, such as asking for step-by-step explanations or requesting illustrative examples. (2) The use of AI had a significantly positive impact on students' self-directed learning competencies, especially in academic achievement, motivation and attitudes, learning planning, and cognitive processes. Notably, students improved their ability to apply knowledge, set clear learning goals, and learn according to their individual pace and preferences. (3) The study recommends several AI application strategies, including personalized learning, promoting critical thinking and AI literacy, fostering lifelong learning skills, knowledge creation, purposeful integration of AI into learning activities, ethical and technical AI literacy training, process-based learning assessments, and the development of digital learning environments that support self-directed learning.

Keywords: Artificial Intelligence Use, Promoting Self-Directed Learning, Students in the digital age

บทนำ

ในศตวรรษที่ 21 การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัลเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ได้เข้ามามีบทบาทต่อการศึกษามาก มีการพัฒนาเทคโนโลยีเกี่ยวกับการศึกษาเพื่อสนับสนุนให้ผู้เรียนได้เกิดการเรียนรู้อย่างเข้าใจ ชัดเจนและรวดเร็ว เพื่อให้ศักยภาพที่มีอยู่ในตัวตนของผู้เรียนได้รับการพัฒนาอย่างเต็มที่ การจัดการเรียนการสอนที่มีคุณภาพและเทคโนโลยี จึงถือเป็นส่วนที่มีความจำเป็นอย่างยิ่ง การเรียนรู้ในยุคเทคโนโลยีสารสนเทศจะไม่จำกัดอยู่เฉพาะในห้องเรียน นักเรียนและครูผู้สอนสามารถศึกษาค้นคว้าข้อมูลได้จากแหล่งเรียนรู้โดยไม่มีข้อจำกัดของสถานที่ และไม่มีข้อจำกัดเวลาในการเรียนรู้ (ปัญญาพัฒน์ ชันทอง และ ราตรี สุภาเอื้อง, 2566)

เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) เช่น ChatGPT, Microsoft Copilot และเครื่องมืออัจฉริยะอื่น ๆ ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในระบบการศึกษา ทั้งในด้านการค้นคว้าข้อมูล การคิดวิเคราะห์ การสร้างเนื้อหา รวมถึงการออกแบบบทเรียนและสื่อการเรียนการสอนอัตโนมัติ (Chiu et al., 2023) อย่างไรก็ตาม แม้ AI จะมีศักยภาพสูงในการส่งเสริมการเรียนรู้ แต่พบว่านักศึกษาจำนวนไม่น้อยยังขาดทักษะในการใช้เทคโนโลยีเหล่านี้อย่างมีวิจารณญาณ (critical use of AI) โดยเฉพาะในด้านการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูล การตั้งคำถามเชิงสร้างสรรค์ และการกลั่นกรองข้อเสนอแนะจาก AI อย่างมีเหตุผล ในขณะเดียวกัน การเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self-Directed Learning: SDL) ได้รับการยอมรับว่าเป็นทักษะสำคัญของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 ซึ่งเกี่ยวข้องกับความสามารถในการกำหนดเป้าหมายการเรียนรู้ วางแผน ควบคุม และประเมินผลการเรียนรู้ของตนเอง (Knowles, 1975; Gureckis and Markant, 2012) ทว่าในบริบทของการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษา ยังพบว่าการส่งเสริม SDL ด้วยการใช้ AI ยังไม่เป็นระบบและขาดแนวทางที่ชัดเจน ส่งผลให้นักศึกษาไม่สามารถใช้เทคโนโลยี AI เพื่อพัฒนาการเรียนรู้เชิงลึกของตนเองได้อย่างเต็มศักยภาพ (Lee and Lin, 2022)

นับตั้งแต่การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 รูปแบบการเรียนรู้ได้เปลี่ยนแปลงไปสู่การเรียนรู้แบบออนไลน์และใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้น AI จึงมีบทบาทมากยิ่งขึ้นในการเป็น “ผู้ช่วย” ด้านการเรียนรู้ ทั้งในด้านการสร้างบทเรียนส่วนบุคคล การให้คำแนะนำที่สอดคล้องกับความสามารถของผู้เรียน และการช่วยเสริมทักษะเฉพาะด้าน เช่น การวิเคราะห์ข้อมูล การคิดเชิงระบบ และการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ (Zawacki-Richter et al., 2019; Huang et al., 2023) อย่างไรก็ตาม คำถามที่ยังต้องการคำตอบเชิงวิจัยคือ AI สามารถส่งเสริมสมรรถนะการเรียนรู้ด้วยตนเอง ได้จริงหรือไม่ และควรมีแนวทางหรือรูปแบบใดในการประยุกต์ใช้ AI ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการพัฒนา SDL ของนักศึกษา

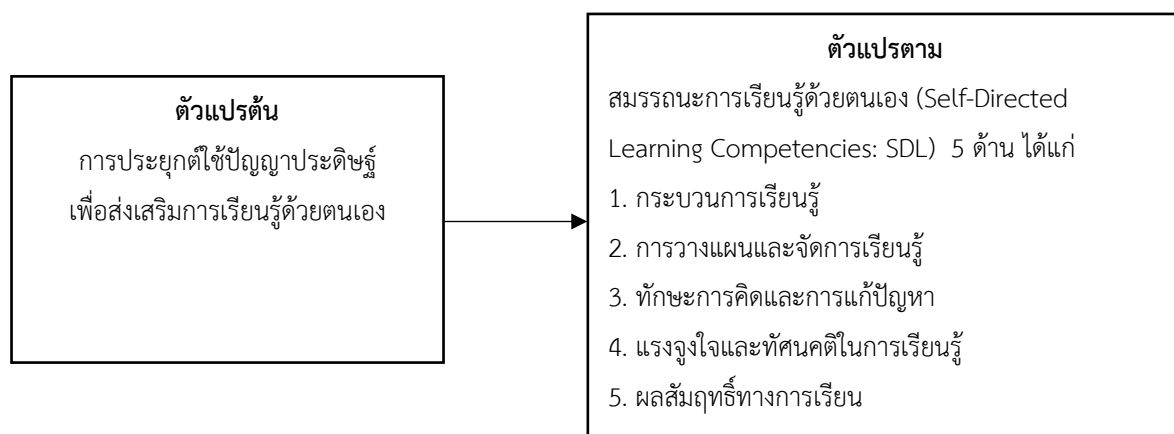
การศึกษาประเด็นนี้จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อวางรากฐานเชิงวิชาการและแนวทางการปฏิบัติสำหรับการบูรณาการ AI เข้ากับการเรียนการสอนอย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่ไปกับการพัฒนาทักษะ SDL ที่เหมาะสมกับบริบทของโลกดิจิทัล โดยเฉพาะในระดับอุดมศึกษา ซึ่งผู้เรียนต้องเผชิญกับข้อมูลจำนวนมาก และมีความจำเป็นในการบริหารจัดการการเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการใช้เทคโนโลยี AI ในการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษา
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของการใช้เทคโนโลยี AI ต่อสมรรถนะด้านการเรียนรู้ด้วยตนเอง
3. เพื่อศึกษาแนวทางการประยุกต์ใช้ AI เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษาให้เหมาะสมกับบริบทในยุคดิจิทัล

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) กับสมรรถนะการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษาในยุคดิจิทัล โดยอาศัยทฤษฎีการเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self-Directed Learning Competencies: SDL) ของ Knowles (1975) ที่เน้นความสามารถของผู้เรียนในการวางแผน ควบคุม และประเมินการเรียนรู้ของตนเอง ร่วมกับแนวคิดปัญญาประดิษฐ์เพื่อการศึกษา (Artificial Intelligence in Education) ที่เสนอว่า AI สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการเข้าถึงข้อมูล การทำความเข้าใจเนื้อหาที่ซับซ้อน การปรับเส้นทางการเรียนรู้เฉพาะบุคคล และการให้ข้อเสนอแนะอย่างทันท่วงที (Luckin et al., 2016; Zawacki-Richter et al., 2019; Chiu et al., 2023) ดังนั้นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี AI จึงถูกกำหนดเป็นตัวแปรต้น ส่วนตัวแปรตาม คือ สมรรถนะการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษา ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ (1) กระบวนการเรียนรู้ (2) การวางแผนและจัดการเรียนรู้ (3) ทักษะการคิดและการแก้ปัญหา (4) แรงจูงใจและทัศนคติ และ (5) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ซึ่งได้รับการยืนยันว่ามีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จของผู้เรียนในยุคดิจิทัล (Garrison, 1997; Gureckis and Markant, 2012) ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยภาครัฐ และเอกชนในจังหวัดนครราชสีมา ปีการศึกษา 2567 รวมทั้งสิ้น 32,408 คน

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

2.1 นักศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 420 คน ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) ตามวิธีการดำเนินการดังนี้ 1) กำหนดขนาดตัวอย่างของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ตามสูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่าง 395 คน และเพื่อป้องกันการสูญหายของข้อมูล จึงเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็น 420 คน ให้สอดคล้องกับงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Standard) 2) ดำเนินการสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) โดยแบ่งเป็นมหาวิทยาลัยภาครัฐ 2 แห่ง และมหาวิทยาลัยภาคเอกชน 2 แห่ง 3) ดำเนินการสุ่มแบบแบ่งชั้นตามสัดส่วน (Proportionate Stratified Sampling) แต่ละมหาวิทยาลัยที่จำแนกตามสัดส่วนของประชากร

2.2 อาจารย์ผู้สอนที่มีประสบการณ์ในการใช้ AI ประกอบการจัดการเรียนรู้ จำนวน 15 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับแนวทางการประยุกต์ใช้ AI เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง

ระยะเวลา ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2567- มีนาคม พ.ศ. 2568

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

1. แบบสอบถามการวิจัยเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี AI และการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษา จำแนกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 มีข้อคำถามประกอบด้วย 1) ประสบการณ์ในการใช้ AI 2) ประสิทธิภาพของเทคโนโลยี AI ที่ใช้งาน 3) ความถี่ของการใช้เทคโนโลยี AI 4) วัตถุประสงค์ในการใช้เทคโนโลยี AI 5) วิธีการใช้เทคโนโลยี AI 6) กลยุทธ์ที่ใช้เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ ส่วนที่ 2 ผลกระทบของการใช้เทคโนโลยี AI ต่อสมรรถนะด้านการเรียนรู้ด้วยตนเอง ครอบคลุม 1) กระบวนการเรียนรู้ 2) การวางแผนและจัดการการเรียนรู้ 3) ทักษะการคิดและการแก้ปัญหา 4) แรงจูงใจและทัศนคติในการเรียนรู้ 5) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี AI เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยแบบสอบถามผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ในการพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย และนิยมเชิงปฏิบัติการของตัวแปรมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 และมีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ที่ 0.87

2. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) เพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึก เกี่ยวกับ 1) การใช้เทคโนโลยี AI ในการศึกษาในระดับอุดมศึกษาในปัจจุบัน 2) การใช้เทคโนโลยี AI เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ของนักศึกษาในยุคดิจิทัล และ 3) แนวทางการประยุกต์ใช้ AI เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการเรียนรู้ด้วยตนเอง ซึ่งแบบสัมภาษณ์ได้รับการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เช่นเดียวกับ

แบบสอบถาม และมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67–1.00 หลังจากปรับปรุงตามข้อเสนอแนะแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ไปทดลองใช้ และตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.92

วิธีรวบรวมข้อมูล

1. ศึกษาสภาพการใช้เทคโนโลยี AI ในการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษา และศึกษาผลกระทบของการใช้เทคโนโลยี AI ต่อสมรรถนะด้านการเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยเก็บข้อมูลจากนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง 420 คน ผ่านแบบสำรวจออนไลน์

2. ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกและพัฒนาแนวทางการประยุกต์ใช้ AI เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษาให้เหมาะสมกับบริบทในยุคดิจิทัล โดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและอาจารย์ 15 คน ร่วมกับการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจด้วยแบบสอบถาม เพื่อพัฒนาแนวทางการใช้ AI สำหรับส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง

3. ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์

สรุปผลการวิจัย

1. สภาพการใช้เทคโนโลยี AI ในการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษา

ผลการศึกษาแนวโน้มและพฤติกรรมของนักศึกษาในการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) สำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากนักศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 420 คน ซึ่งสะท้อนให้เห็นภาพรวมของการประยุกต์ใช้ AI ในบริบทการศึกษาระดับอุดมศึกษา ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับสภาพการใช้เทคโนโลยี AI ในการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษา

รายการประเมิน	ความถี่	ร้อยละ
1. ประสบการณ์ในการใช้เทคโนโลยี AI เพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง		
1.1 เคยใช้เทคโนโลยี AI	275	65.48
1.2 ไม่เคยใช้	145	34.52
2. ประเภทของเทคโนโลยี AI ที่เคยใช้งาน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)		
2.1 แชทบอทอัจฉริยะ เช่น ChatGPT, Claude, Bard	215	78.18
2.2 เครื่องมือเขียนและตรวจแก้ไข เช่น Grammarly, Notion AI	170	61.82
2.3 เครื่องมือสรุปเนื้อหา/บทความ เช่น Scholarcy, Elicit	130	47.27
2.4 ระบบแนะนำการเรียนรู้ (Learning recommendation systems)	89	32.36
2.5 เครื่องมือช่วยโค้ดดิ้ง เช่น GitHub Copilot, Tabnine	68	24.73
2.6 ผู้ช่วยเสียงอัจฉริยะ เช่น Siri, Google Assistant	54	19.64
2.7 เครื่องมือสร้างภาพ AI และซอฟต์แวร์แปลภาษา AI	101	36.73

ตารางที่ 1 (ต่อ)

รายการประเมิน	ความถี่	ร้อยละ
3. ความถี่ของการใช้เทคโนโลยี AI		
3.1 ใช้ 4–6 วันต่อสัปดาห์	34	12.36
3.2 ใช้ 1–3 วันต่อสัปดาห์	52	18.91
3.3 ใช้ เพียง 1–3 ครั้งต่อเดือน หรือ น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	189	68.73
4. วัตถุประสงค์ในการใช้เทคโนโลยี AI เพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง		
4.1 ค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมนอกเหนือจากเนื้อหาในชั้นเรียน	140	50.91
4.2 ช่วยอธิบายแนวคิดที่ซับซ้อนให้เข้าใจง่ายขึ้น	189	68.73
4.3 ช่วยวางแผนการเรียนรู้	78	28.36
4.4 ช่วยในการทำงานหรือการบ้านที่ได้รับมอบหมาย	180	65.45
4.5 ช่วยสรุปเนื้อหาหรือบทความทางวิชาการ	155	56.36
4.6 ช่วยเตรียมตัวสอบหรือทบทวนบทเรียน	83	30.18
4.7 ช่วยฝึกทักษะภาษาต่างประเทศ	160	58.18
4.8 ช่วยพัฒนาทักษะการเขียน	79	28.73
4.9 ช่วยพัฒนาทักษะการโค้ดดิ้งหรือการเขียนโปรแกรม	75	27.27
4.10 ช่วยสร้างสื่อหรือเนื้อหาที่ใช้ในการนำเสนอ	69	25.09
5. วิธีการใช้เทคโนโลยี AI ในการเรียนรู้ด้วยตนเอง		
5.1 ถามคำถามทั่วไปเกี่ยวกับเนื้อหาที่เรียน	153	55.64
5.2 ขอให้อธิบายแนวคิดหรือทฤษฎีที่ซับซ้อน	137	49.82
5.3 ขอคำแนะนำในการค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม	133	48.36
5.4 ขอให้ช่วยตรวจสอบและแก้ไขงานเขียน	165	60.00
5.5 ขอให้ช่วยวิเคราะห์หรือสรุปเนื้อหา	153	55.64
5.6 ขอให้ช่วยแปลงข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบที่เข้าใจง่าย	144	52.36
5.7 ขอให้สร้างแบบฝึกหัดหรือแบบทดสอบ	173	62.91
5.8 ขอให้ช่วยระดมความคิดหรือสร้างไอเดีย	120	43.64
5.9 ขอให้ช่วยแก้ไขปัญหาหรือโจทย์	147	53.45
6. กลยุทธ์ที่ใช้เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพจากเทคโนโลยี AI		
6.1 ตั้งคำถามที่เฉพาะเจาะจงและชัดเจน	143	52.00
6.2 ให้บริบทหรือข้อมูลเพิ่มเติมประกอบคำถาม	155	56.36
6.3 แบ่งคำถามซับซ้อนเป็นคำถามย่อย ๆ	133	48.36
6.4 ระบุระดับความยากหรือความละเอียดที่ต้องการ	157	57.09
6.5 ขอให้อธิบายแบบเป็นขั้นเป็นตอน	160	58.18
6.6 ขอให้แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบาย	163	59.27
6.7 ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับจากแหล่งอื่น	140	50.91
6.8 ใช้การสนทนาต่อเนื่องเพื่อขยายความหรือลงรายละเอียด	135	49.09

จากตารางที่ 1 พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการใช้เทคโนโลยี AI เพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยจากการสำรวจพบว่า นักศึกษาร้อยละ 65.48 เคยใช้เทคโนโลยี AI ขณะที่อีกร้อยละ 34.52 ไม่เคยใช้ ในส่วนของนักศึกษาที่เคยใช้เทคโนโลยี AI พบว่า มีการใช้งานในหลากหลายรูปแบบ โดยประเภทของเทคโนโลยี AI ที่นักศึกษารู้จักหรือเคยใช้งานมากที่สุด ได้แก่ แอปพลิเคชันอัจฉริยะ เช่น ChatGPT, Claude, Bard ร้อยละ 78.18 เครื่องมือเขียนและตรวจแก้ไข เช่น Grammarly, Notion AI ร้อยละ 61.82 เครื่องมือสรุปเนื้อหา/บทความ เช่น Scholarcy, Elicit ร้อยละ 47.27 ระบบแนะนำการเรียนรู้ (Learning recommendation systems) ร้อยละ 32.36 เครื่องมือช่วยโค้ดดิ้ง เช่น GitHub Copilot, Tabnine ร้อยละ 24.73 ผู้ช่วยเสียงอัจฉริยะ เช่น Siri, Google Assistant ร้อยละ 19.64 และเครื่องมือสร้างภาพ AI และซอฟต์แวร์แปลภาษา AI ร้อยละ 36.73 นอกจากนี้ ด้านความถี่ของการใช้เทคโนโลยี AI พบว่า นักศึกษาส่วนหนึ่ง ร้อยละ 68.73 ใช้ เพียง 1–3 ครั้งต่อเดือน หรือ น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน รองลงมา ร้อยละ 18.91 ได้ใช้ 1–3 วันต่อสัปดาห์ และ ใช้ 4–6 วันต่อสัปดาห์ ร้อยละ 12.36

จากผลการศึกษาวัตถุประสงค์ในการใช้เทคโนโลยี AI เพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษา พบว่า นักศึกษามุ่งเน้นการใช้ AI เพื่อสนับสนุนกระบวนการเรียนรู้ โดยเฉพาะในการทำความเข้าใจเนื้อหาที่ซับซ้อน และการค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมนอกเหนือจากที่เรียนในชั้นเรียน โดยข้อที่นักศึกษาเลือกใช้มากที่สุด คือ การใช้งาน AI เพื่อ “ช่วยอธิบายแนวคิดที่ซับซ้อนให้เข้าใจง่ายขึ้น” คิดเป็นร้อยละ 68.73 รองลงมาคือ การใช้เพื่อ “ช่วยในการทำงานหรือการบ้านที่ได้รับมอบหมาย” (ร้อยละ 65.45), “ช่วยวางแผนการเรียนรู้” (ร้อยละ 64.09), และ “ค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมจากเนื้อหาในชั้นเรียน” (ร้อยละ 50.91) ในทางกลับกัน ข้อที่ได้รับการใช้งานน้อยที่สุด ได้แก่ “ช่วยสร้างสื่อหรือเนื้อหาที่ใช้ในการนำเสนอ” (ร้อยละ 25.09) และ “ช่วยพัฒนาทักษะการเขียนโปรแกรม” (ร้อยละ 27.27)

ในส่วนของวิธีการใช้เทคโนโลยี AI นักศึกษานิยมใช้ในรูปแบบของการโต้ตอบเพื่อขอคำอธิบายหรือสรุปเนื้อหา โดยเฉพาะการ “ขอให้ช่วยแปลงข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบที่เข้าใจง่าย” ซึ่งได้รับความนิยมสูงสุด (ร้อยละ 62.27) รองลงมาคือ “ขอให้อธิบายแนวคิดหรือทฤษฎีที่ซับซ้อน” (ร้อยละ 60.00) และ “ถามคำถามทั่วไปเกี่ยวกับเนื้อหาที่เรียน” (ร้อยละ 55.64) อย่างไรก็ตาม วิธีที่ได้รับความนิยมน้อยที่สุด คือ “ขอให้สร้างแบบทดสอบหรือโจทย์” (ร้อยละ 38.18) ซึ่งอาจสะท้อนถึงการใช้งานในเชิงรับมากกว่าการประเมินผลตนเอง

สำหรับกลยุทธ์ที่ใช้ในการโต้ตอบกับ AI เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ พบว่า นักศึกษามีความพยายามในการตั้งคำถามอย่างมีระบบ โดยกลยุทธ์ที่ใช้มากที่สุด คือ “การให้บริบทหรือข้อมูลเพิ่มเติมประกอบคำถาม” (ร้อยละ 58.64) ตามด้วย “การตั้งคำถามที่ชัดเจนและเฉพาะเจาะจง” (ร้อยละ 52.00) และ “การใช้การสนทนาต่อเนื่องเพื่อขยายความหรือลงรายละเอียด” (ร้อยละ 51.09) อย่างไรก็ตาม กลยุทธ์ “การตรวจสอบความถูกต้องของคำตอบจากแหล่งอื่น” มีการใช้ในระดับค่อนข้างน้อย (ร้อยละ 50.91) ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการส่งเสริมทักษะด้านความรู้เท่าทัน AI (AI literacy) และการคิดเชิงวิพากษ์ให้มากยิ่งขึ้น

โดยสรุป ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า นักศึกษามีแนวโน้มใช้เทคโนโลยี AI เป็นเครื่องมือสำคัญในการเสริมสร้างการเรียนรู้ด้วยตนเองในหลากหลายด้าน ทั้งการทำความเข้าใจเนื้อหา การสืบค้นข้อมูล การสรุปและเขียนเนื้อหา การแปลภาษา ตลอดจนการวางแผนการเรียนรู้ โดยมุ่งหวังให้การเรียนรู้เป็นไปอย่างรวดเร็ว เข้าถึงง่าย และตรงกับความต้องการของผู้เรียนในยุคดิจิทัล อย่างไรก็ตาม ยังพบว่ามีข้อจำกัดในการส่งเสริมการใช้ AI อย่างมีวิจารณญาณ โดยเฉพาะด้านการผลิตเนื้อหาด้วยตนเองและการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล เพื่อพัฒนาสมรรถนะการเรียนรู้ที่ยั่งยืนและเท่าทันเทคโนโลยีในระยะยาว

2. ผลกระทบของการใช้เทคโนโลยี AI ต่อสมรรถนะด้านการเรียนรู้ด้วยตนเอง

การวิเคราะห์ผลของการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่ส่งเสริมสมรรถนะการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในด้านต่าง ๆ โดยใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูลดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสมรรถนะการเรียนรู้ด้วยตนเองจากการใช้เทคโนโลยี AI

การใช้เทคโนโลยี AI ต่อสมรรถนะการเรียนรู้ด้วยตนเอง	ระดับผลกระทบ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านกระบวนการเรียนรู้	3.69	1.26	มาก
1.1 ช่วยให้เข้าใจเนื้อหาที่ซับซ้อนได้ง่ายขึ้น	3.64	1.34	มาก
1.2 ช่วยกระตุ้นความอยากรู้อยากเห็นและความสนใจในการเรียนรู้ของท่าน	3.71	1.31	มาก
1.3 ช่วยให้ค้นพบแหล่งข้อมูลการเรียนรู้ใหม่ๆ	3.68	1.28	มาก
1.4 ช่วยให้สามารถเรียนรู้ได้ตามอัตราและวิธีการเรียนรู้ของตนเอง	3.78	1.15	มาก
1.5 ช่วยให้สามารถเชื่อมโยงแนวคิดและความรู้ในศาสตร์ต่างๆ ได้ดีขึ้น	3.63	1.21	มาก
2. ด้านการวางแผนและจัดการการเรียนรู้	3.76	0.94	มาก
2.1 ช่วยกำหนดเป้าหมายการเรียนรู้ได้ชัดเจนขึ้น	3.85	1.18	มาก
2.2 ช่วยให้วางแผนการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น	3.67	1.19	มาก
2.3 ช่วยจัดลำดับความสำคัญของเนื้อหาที่ต้องเรียนรู้ได้ดีขึ้น	3.74	0.77	มาก
2.4 ช่วยให้สามารถจัดการเวลาในการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3.76	0.79	มาก
2.5 ช่วยให้ประเมินความก้าวหน้าในการเรียนรู้ของตนเองได้ดีขึ้น	3.77	0.76	มาก
3. ด้านทักษะการคิดและการแก้ปัญหา	3.69	0.85	มาก
3.1 ช่วยพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ของตนเองได้	3.78	0.71	มาก
3.2 ช่วยพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของตนเองได้	3.82	0.76	มาก
3.3 ช่วยให้วิธีการแก้ปัญหาที่หลากหลายมากขึ้น	3.60	0.94	มาก
3.4 ช่วยให้คิดอย่างมีวิจารณญาณมากขึ้น	3.67	0.96	มาก
3.5 ช่วยให้มีความสามารถในการตั้งคำถามที่มีคุณภาพมากขึ้น	3.58	0.91	มาก
4. ด้านแรงจูงใจและทัศนคติในการเรียนรู้	3.79	0.83	มาก
4.1 ช่วยเพิ่มแรงจูงใจในการเรียนรู้ด้วยตนเองได้	3.61	0.93	มาก
4.2 ทำให้รู้สึกมั่นใจในความสามารถในการเรียนรู้ด้วยตนเองมากขึ้น	3.66	0.95	มาก
4.3 ทำให้มีทัศนคติเชิงบวกต่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต	4.23	0.55	มาก

ตารางที่ 2 (ต่อ)

การใช้เทคโนโลยี AI ต่อสมรรถนะการเรียนรู้ด้วยตนเอง	ระดับผลกระทบ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
4.4 ช่วยลดความกังวลหรือความเครียดในการเรียนรู้เนื้อหาที่ยาก	3.68	0.86	มาก
4.5 ช่วยให้มีความอดทนและพยายามในการเรียนรู้มากขึ้น	3.78	0.85	มาก
5. ด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน	3.80	0.64	มาก
5.1 ช่วยให้มีผลการเรียนที่ดีขึ้น	3.68	0.83	มาก
5.2 ช่วยให้ทำงานหรือการบ้านได้มีคุณภาพมากขึ้น	3.69	0.78	มาก
5.3 ช่วยให้เตรียมตัวสอบได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น	3.91	0.41	มาก
5.4 ช่วยให้เข้าใจจุดแข็งและจุดอ่อนในการเรียนรู้ของตนเอง	3.79	0.75	มาก
5.5 ช่วยให้สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้จริง	3.93	0.44	มาก
รวม	3.75	0.90	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ส่งผลเชิงบวกต่อสมรรถนะด้านการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$; S.D. = 0.90)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X} = 3.80$; S.D. = 0.64) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในหมวดนี้คือ “สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้จริง” รองลงมาคือ ด้านแรงจูงใจและทัศนคติในการเรียนรู้ ($\bar{X} = 3.79$; S.D. = 0.83) ซึ่งข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ “ทำให้มีทัศนคติเชิงบวกต่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต” สำหรับ ด้านการวางแผนและจัดการการเรียนรู้ ($\bar{X} = 3.76$; S.D. = 0.94) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ “ช่วยให้กำหนดเป้าหมายการเรียนรู้ได้ชัดเจนขึ้น” โดยสรุป ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า การใช้เทคโนโลยี AI มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมสมรรถนะด้านการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษาอย่างรอบด้าน ทั้งในมิติของกระบวนการเรียนรู้ การวางแผนและจัดการเรียนรู้ ทักษะการคิดและการแก้ปัญหา แรงจูงใจ รวมถึงผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ซึ่งล้วนอยู่ในระดับที่ “มาก” แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของ AI ในการเป็นเครื่องมือที่สนับสนุนการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 อย่างมีนัยสำคัญ

3. แนวทางการประยุกต์ใช้ AI เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษาให้เหมาะสมกับบริบทในยุคดิจิทัล

ผลการศึกษาจากอาจารย์ผู้สอนและผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับแนวทางการประยุกต์ใช้ AI เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษา พบว่า 1) ใช้ AI เป็นเครื่องมือสนับสนุนการเรียนรู้แบบรายบุคคล (Personalized Learning) โดยการปรับเนื้อหาและวิธีเรียนรู้ให้สอดคล้องกับความสนใจ ความสามารถ และจังหวะการเรียนรู้ของแต่ละบุคคล 2) ส่งเสริมทักษะการคิดวิเคราะห์และวิจารณ์ผ่านการใช้ AI อย่างมีเหตุผล โดยกระตุ้นให้นักศึกษาดำเนินคำถามคุณภาพ ตรวจสอบแหล่งข้อมูล และไม่พึ่งพาคำตอบจาก AI โดยไม่กลั่นกรอง 3) ฝึกให้นักศึกษาใช้ AI เพื่อพัฒนาทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning Skills) โดยใช้ AI เป็นผู้ช่วยในการวางแผนการเรียนรู้ รวบรวมสื่อการเรียนรู้ และสะท้อนผลการเรียนรู้ของตนเอง

4) ส่งเสริมการใช้ AI ในกระบวนการผลิตความรู้ ไม่ใช่แค่การรับข้อมูล โดยส่งเสริมให้นักศึกษาใช้ AI เพื่อสร้างสื่อ สรุปเนื้อหา สังเคราะห์แนวคิด และผลิตผลงานที่มีความคิดสร้างสรรค์ 5) บูรณาการ AI กับ กิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชา โดยจัดกิจกรรมที่ให้นักศึกษาใช้ AI เป็นเครื่องมือประกอบ เช่น การเขียนรายงาน การอภิปราย หรือการทำโครงงาน 6) จัดอบรมความรู้เท่าทัน AI (AI Literacy) อย่างเป็นระบบ โดยพัฒนาทักษะการใช้ AI อย่างรู้เท่าทัน ทั้งในด้านเทคนิค จริยธรรม ความปลอดภัย และความเป็นส่วนตัว 7) พัฒนาแนวทางการประเมินสมรรถนะจากการใช้ AI ในการเรียนรู้ โดยประเมินจาก กระบวนการเรียนรู้ ไม่ใช่เพียงผลลัพธ์ เช่น การวางแผน การตั้งคำถาม การตรวจสอบ และการสะท้อนตนเอง และ 8) สร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ดิจิทัลที่เอื้อต่อการเรียนรู้ด้วยตนเองผ่าน AI โดยพัฒนาแพลตฟอร์ม สนับสนุนการเข้าถึงเครื่องมือ AI และเชื่อมโยงทรัพยากรที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแนวทางเหล่านี้จะช่วยให้นักศึกษา ใช้เทคโนโลยี AI ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน เสริมสร้างทั้งสมรรถนะทางวิชาการและทักษะในศตวรรษ ที่ 21 อย่างสมดุล

อภิปรายผลการวิจัย

การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษาในยุคดิจิทัลครั้งนี้มีประเด็น สำคัญในการอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

1. สภาพการใช้เทคโนโลยี AI ในการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษา พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ (65.48%) มีประสบการณ์ใช้เทคโนโลยี AI เพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยนิยมใช้ แชนบอทอัจฉริยะ (78.18%) มากที่สุด รองลงมาคือ เครื่องมือเขียนและตรวจแก้ไข (61.82%) และ เครื่องมือสรุปเนื้อหา (47.27%) อย่างไรก็ตาม ความถี่ ในการใช้งานยังอยู่ในระดับต่ำ โดยร้อยละ 68.73 ใช้เพียง 1–3 ครั้งต่อเดือนหรือน้อยกว่า และวัตถุประสงค์หลักของ การใช้ AI ได้แก่ การ อธิบายแนวคิดที่ซับซ้อน (68.73%), ช่วยทำงานหรือการบ้าน (65.45%) และ ฝึกทักษะภาษา (58.18%) ส่วนวิธีการใช้ที่พบบ่อยคือ การ ขอให้สร้างแบบฝึกหัด (62.91%), ตรวจสอบและแก้ไขงานเขียน (60.00%) และถามคำถามทั่วไปเกี่ยวกับเนื้อหา (55.64%) และกลยุทธ์ที่นักศึกษาใช้เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดี ได้แก่ การ ขอให้แสดง ตัวอย่างประกอบคำอธิบาย (59.27%), อธิบายแบบเป็นขั้นตอน (58.18%) และ ระบุระดับความยาก (57.09%) ทั้งนี้ เนื่องมาจากการใช้เทคโนโลยี AI ของนักศึกษาเกิดจากความสะดวกในการเข้าถึงและการทำงานของแชทบอทอัจฉริยะ ที่ตอบสนองได้ทันที ทำให้นักศึกษาเลือกใช้เมื่อจำเป็น เช่น การทำการบ้านหรือเตรียมสอบ มากกว่าจะใช้เป็นกิจวัตร ประจำวัน การเลือกใช้เครื่องมือที่ช่วยด้านการเขียน สรุปเนื้อหา และฝึกภาษา สอดคล้องกับลักษณะงานทางวิชาการ ขณะเดียวกัน กลยุทธ์การใช้งาน เช่น การขอให้แสดงตัวอย่างหรืออธิบายเป็นขั้นตอน บ่งชี้ถึงแนวทางการเรียนรู้ เชิงปฏิบัติ อย่างไรก็ตาม การขาดการฝึกอบรมที่เป็นระบบยังเป็นข้อจำกัดที่ทำให้การใช้ AI ยังไม่เกิดประสิทธิภาพ อย่างเต็มที่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Holstein et al. (2020) ที่ชี้ให้เห็นว่า AI มีบทบาทสำคัญในด้านการเป็น "เพื่อนร่วมเรียนรู้" ที่ช่วยสนับสนุนผู้เรียนแบบเรียลไทม์ อีกทั้ง Zawacki-Richter et al. (2019) ยังระบุว่า AI ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการเรียนรู้แบบส่วนบุคคลได้อย่างมีนัยสำคัญ เช่น การสร้างแบบฝึกหัด ตรวจงานเขียน หรือ

สรุปเนื้อหา ซึ่งพบได้ในการศึกษานี้ ขณะเดียวกัน Luckin (2018) ได้เน้นว่าการใช้กลยุทธ์ เช่น ขอให้ AI แสดงตัวอย่างหรืออธิบายแบบเป็นขั้นตอน เป็นลักษณะของ “practical learning scaffolds” ที่ช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจเนื้อหาได้ดีขึ้น นอกจากนี้ Chen et al. (2020) ยังกล่าวถึงข้อจำกัดที่สำคัญ คือ ขาดการฝึกอบรมเชิงระบบ ทำให้การใช้ AI ยังไม่เกิดประสิทธิผลสูงสุด ซึ่งสะท้อนตรงกับผลการวิจัยในครั้งนี้อย่างชัดเจน

2. ผลกระทบของการใช้เทคโนโลยี AI ต่อสมรรถนะด้านการเรียนรู้ด้วยตนเอง พบว่า ภาพรวมเทคโนโลยี AI ส่งผลเชิงบวกในระดับมากต่อสมรรถนะการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษา ($\bar{X} = 3.75$; S.D. = 0.90) โดยมี 4 ด้านหลักที่ได้รับผลกระทบสูงสุด ได้แก่ ด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ($\bar{X} = 3.80$; S.D. = 0.64) โดยเฉพาะการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้จริง ($\bar{X} = 3.93$; S.D. = 0.44) ด้านแรงจูงใจและทัศนคติในการเรียนรู้ ($\bar{X} = 3.79$; S.D. = 0.83) โดยเฉพาะการสร้างทัศนคติเชิงบวกต่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต ($\bar{X} = 4.23$; S.D. = 0.55) ด้านการวางแผนและจัดการเรียนรู้ ($\bar{X} = 3.76$; S.D. = 0.94) โดยเฉพาะการกำหนดเป้าหมายการเรียนรู้ได้ชัดเจน ($\bar{X} = 3.85$; S.D. = 1.18) และด้านกระบวนการเรียนรู้และทักษะการคิด ($\bar{X} = 3.69$; S.D. = 1.26) โดยเฉพาะการเรียนรู้ตามอัตราและวิธีของตนเอง ($\bar{X} = 3.78$; S.D. = 1.15) ทั้งนี้เนื่องมาจากผลกระทบของ AI ต่อสมรรถนะการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษาเกิดจากความสามารถของ AI ในการลดความซับซ้อนของเนื้อหา ช่วยให้นักศึกษาเข้าใจและนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้รวดเร็วขึ้น อีกทั้งยังส่งเสริมแรงจูงใจและความมั่นใจผ่านการเรียนรู้แบบโต้ตอบทันที ช่วยให้ผู้เรียนวางแผนการเรียนรู้ได้เป็นระบบ และตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะบุคคล อย่างไรก็ตาม ยังจำเป็นต้องพัฒนาแนวทางใช้ AI อย่างมีวิจารณญาณเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ที่ลึกซึ้งและยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับ Tang et al. (2021) ที่พบว่า AI ช่วยให้นักเรียนสามารถเรียนรู้ตามจังหวะของตนเอง เพิ่มแรงจูงใจและการมีส่วนร่วมในการเรียน ขณะที่ Schmid et al. (2021) ระบุว่าเทคโนโลยี AI ส่งเสริมการวางแผนการเรียนรู้ และส่งผลดีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยเฉพาะเมื่อนำ AI มาใช้เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้แบบ active learning นอกจากนี้ Hwang and Tu (2021) กล่าวถึงศักยภาพของ AI ในการส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยลดความซับซ้อนของเนื้อหา ทำให้นักศึกษาเข้าใจเร็วขึ้น และสามารถนำความรู้ไปใช้ในชีวิตจริง ส่วน Bergdahl et al. (2020) สนับสนุนแนวคิดที่ว่า AI เป็นเครื่องมือที่ช่วยปลูกฝังทัศนคติเชิงบวกต่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยเฉพาะเมื่อนำมาใช้แบบโต้ตอบทันที และออกแบบให้เหมาะสมกับผู้เรียนแต่ละคน

3. แนวทางการประยุกต์ใช้ AI เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษาให้เหมาะสมกับบริบทในยุคดิจิทัล ควรดำเนินการตามแนวทางดังนี้ 1) การสนับสนุนการเรียนรู้แบบรายบุคคล โดยปรับเนื้อหาให้เหมาะสมกับความต้องการและระดับความสามารถของแต่ละคน 2) ส่งเสริมการคิดวิเคราะห์และความรู้เท่าทัน AI โดยกระตุ้นการตั้งคำถาม ตรวจสอบข้อมูล และประเมินความน่าเชื่อถือ 3) พัฒนาทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยใช้ AI เป็นผู้ช่วยในการวางแผนและสะท้อนตนเอง 4) เน้นการผลิตความรู้ ส่งเสริมให้นักศึกษาใช้ AI ในการสรุป สังเคราะห์ และสร้างสื่อการเรียนรู้ 5) บูรณาการ AI กับการจัดการเรียนรู้ โดยออกแบบกิจกรรมที่ใช้ AI อย่างมีจุดมุ่งหมาย 6) จัดอบรมความรู้เท่าทัน AI โดยครอบคลุมทั้งด้านเทคนิค จริยธรรม และความปลอดภัย

7) พัฒนาแนวทางการประเมินสมรรถนะจากกระบวนการเรียนรู้ ไม่เน้นผลลัพธ์เพียงอย่างเดียว และ

8) สร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ดิจิทัลที่เอื้อต่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี AI ที่มีศักยภาพสูงจึงเป็นเครื่องมือส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษา ทั้งในด้านการสร้างความเข้าใจ การฝึกทักษะ การวางแผน และการสร้างแรงจูงใจ โดยเฉพาะในการอธิบายแนวคิดที่ซับซ้อนและการปลูกฝังทัศนคติเชิงบวกต่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 อย่างแท้จริง ซึ่งสอดคล้องกับ Luckin et al. (2016) ที่เสนอว่า AI ควรถูกนำมาใช้เพื่อ "personalized learning" และกระตุ้นการคิดวิเคราะห์ในเชิงลึก ขณะเดียวกัน Zawacki-Richter et al. (2019) ชี้ว่าแนวทางการใช้ AI ที่มีเป้าหมายชัดเจน เช่น การฝึกการสังเคราะห์ การวางแผนการเรียนรู้ และการประเมินสมรรถนะผ่านกระบวนการ จะช่วยพัฒนาการเรียนรู้ได้อย่างยั่งยืน นอกจากนี้ Chan et al. (2022) ยังเน้นความสำคัญของการอบรมความรู้เท่าทัน AI ทั้งด้านเทคนิค จริยธรรม และความปลอดภัย โดยถือเป็น "AI literacy" ที่จำเป็นสำหรับผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 ดังนั้น AI ควรถูกใช้เพื่อเสริมศักยภาพการคิดของมนุษย์และกระบวนการศึกษา ไม่ใช่ลดทอนการศึกษาให้เป็นเพียงขั้นตอนการส่งเนื้อหาและประเมินผล โดยสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพจึงควรใช้ AI เป็นเครื่องมือสนับสนุนการเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างแท้จริง (Popenici and Kerr, 2017)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 สถาบันการศึกษาควรส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมอบรมหรือเวิร์กช็อปเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี AI เพื่อการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเน้นความรู้เท่าทันด้านจริยธรรม ความปลอดภัย และการใช้ AI อย่างมีวิจารณญาณ

1.2 ควรบูรณาการ AI เข้ากับกระบวนการจัดการเรียนการสอนอย่างมีเป้าหมาย โดยออกแบบกิจกรรมที่เอื้อให้ผู้เรียนใช้ AI เพื่อฝึกทักษะการคิดวิเคราะห์ การวางแผนการเรียนรู้และการสร้างสื่อองค์ความรู้ด้วยตนเอง

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

2.1 ควรศึกษาการใช้เทคโนโลยี AI ในการเรียนรู้ด้วยตนเองในบริบทของสาขาวิชาเฉพาะ เช่น วิทยาศาสตร์ มนุษยศาสตร์ หรือศิลปกรรม เพื่อเปรียบเทียบรูปแบบการใช้ AI ที่เหมาะสมกับลักษณะการเรียนรู้แต่ละกลุ่ม

2.2 ควรศึกษาเชิงลึกถึงผลกระทบระยะยาวของการใช้ AI ต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเอง เช่น ความสามารถในการตั้งเป้าหมาย การเรียนรู้แบบยั่งยืน และทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต รวมถึงประเด็นทางจริยธรรมและอคติจากข้อมูลของ AI

เอกสารอ้างอิง

- ปัญญาพัฒน์ ชันทอง และ ราตรี สุภาเอื้อง. (2566). การพัฒนาสื่อการเรียนรู้ในรูปแบบ Motion Graphic On Demand รายวิชานวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสื่อสารการศึกษาและการเรียนรู้สำหรับ นักศึกษาศาขการศึกษาศรรมว้ย คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. *วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 13(3), 130–141. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/neuarj/article/view/266135>
- Bergdahl, N., Nouri, J. and Fors, U. (2020). Disrupted digital learning: Impacts of COVID-19 on learning, technology, and mental health. *Education and Information Technologies*, 25(6), 4531–4550. <https://doi.org/10.1007/s10639-020-10290-3>.
- Chan, K. C., Lee, J. W. and Yu, C. H. (2022). AI literacy and its implications for digital education. *Educational Technology Research and Development*, 70(4), 1083–1101. <https://doi.org/10.1007/s11423-022-10099-3>
- Chen, X., Xie, H. and Hwang, G. J. (2020). A multi-perspective study on AI in education: Benefits, challenges and policy implications. *Computers & Education*, 146, 103751. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2019.103751>
- Chiu, T. K. F., Lin, T. J. and Chai, C. S. (2023). Digital competence and the critical use of ChatGPT among university students. *Computers & Education: Artificial Intelligence*, 4, 100158. <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2023.100158>
- Garrison, D. R. (1997). Self-directed learning: Toward a comprehensive model. *Adult Education Quarterly*, 48(1), 18–33. <https://doi.org/10.1177/074171369704800103>
- Gureckis, T. M. and Markant, D. B. (2012). Self-directed learning: A cognitive and computational perspective. *Perspectives on Psychological Science*, 7(5), 464–481. <https://doi.org/10.1177/1745691612454304>
- Holstein, K., McLaren, B. M. and Aleven, V. (2020). Co-designing a real-time classroom orchestration tool to support teacher–AI complementarity. *Journal of Learning Analytics*, 7(2), 57–73. <https://doi.org/10.18608/jla.2020.72.4>
- Huang, R. H., Spector, J. M. and Yang, J. F. (2023). *Artificial intelligence in education: Promises and implications for teaching and learning*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-981-19-9408-1>

- Hwang, G. J. and Tu, Y. F. (2021). Roles and research trends of artificial intelligence in education: A bibliometric mapping analysis and systematic review. *Computers & Education: Artificial Intelligence*, 2, 100021. <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2021.100021>
- Knowles, M. S. (1975). *Self-directed learning: A guide for learners and teachers*. Association Press.
- Lee, M. K. and Lin, H. C. K. (2022). Facilitating self-directed learning through AI-supported personalized learning systems. *Interactive Learning Environments*, 30(2), 287-305. <https://doi.org/10.1080/10494820.2020.1736050>
- Luckin, R. (2018). *Machine Learning and Human Intelligence: The Future of Education for the 21st Century*. UCL IOE Press.
- Luckin, R., Holmes, W., Griffiths, M. and Forcier, L. B. (2016). *Intelligence Unleashed: An argument for AI in education*. Pearson.
- Popenici, S. A. D. and Kerr, S. (2017). Exploring the impact of artificial intelligence on teaching and learning in higher education. *Research and Practice in Technology Enhanced Learning*, 12(1), 22. <https://doi.org/10.1186/s41039-017-0062-8>
- Schmid, U., Göbel, S. Reiss, K. (2021). AI in education: Bridging research and practice. *International Journal of Artificial Intelligence in Education*, 31(3), 395–405. <https://doi.org/10.1007/s40593-021-00230-w>
- Tang, Y., Zhang, W. and Liu, E. (2021). Effects of artificial intelligence on self-directed learning in online environments. *Interactive Learning Environments*, 29(3), 359–374. <https://doi.org/10.1080/10494820.2019.1681465>
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis*. Harper & Row.
- Zawacki-Richter, O., Marín, V. I., Bond, M. and Gouverneur, F. (2019). Systematic review of research on artificial intelligence applications in higher education – Where are the educators?. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 16(1), 1–27. <https://doi.org/10.1186/s41239-019-0171-0>

การศึกษาแรงจูงใจ คุณภาพชีวิตและความสุขในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันของ
พนักงาน ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่

A Study of Motivation, Quality of Work Life, and Happiness at Work Affecting
Organizational Engagement of BAAC Headquarters Employees

เทพรัตน์ ธาเนรัตน์^{1*} และ ธาณิตา ข้องฤกษ์²

Thepparat Thaneerat^{1*} and Thanita Kongrerk²

^{1,2}คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

^{1,2}Business School, University of the Thai Chamber of Commerce

*Corresponding author's email address: thepparat.th@baac.or.th

วันที่รับบทความ (Received)

5 กันยายน 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

10 กุมภาพันธ์ 2569

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

24 มีนาคม 2569

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาแรงจูงใจ คุณภาพชีวิตและความสุขในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงาน ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างพนักงาน ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่ จำนวน 400 คน จาก 51 ส่วนงาน โดยใช้แบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยแรงจูงใจด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านลักษณะงานที่ท้าทาย ด้านนโยบายและการบริหารงาน ด้านสภาพการปฏิบัติงาน ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านความมั่นคงในงาน และเงินเดือนและสวัสดิการ ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่ และในส่วนของด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านความรับผิดชอบในงาน ด้านการเจริญเติบโตในองค์กร ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาไม่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กร ของพนักงาน ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่ ปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงานพบว่า ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม ด้านโอกาสในการพัฒนาขีดความสามารถของบุคคล ด้านสิทธิส่วนบุคคล ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวกับการทำงาน ด้านประโยชน์และความรับผิดชอบต่อสังคม ส่งผลต่อความผูกพันองค์กร ของพนักงาน ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่ ในส่วนของด้านสภาพแวดล้อมที่ถูกต้องสุขลักษณะและปลอดภัย ด้านโอกาสในความก้าวหน้าและมั่นคงในงาน ด้านการบูรณาการทางสังคมไม่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กร ของพนักงาน ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่ และปัจจัยพนักงานที่มีความสุขพบว่า ด้านความรื่นรมย์ในการทำงาน ด้านความพึงพอใจในการทำงาน ด้านความกระตือรือร้นในการทำงาน ส่งผลต่อความผูกพันองค์กร ของพนักงาน ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่ โดยผลการศึกษาวิจัยจะได้นำไปพัฒนาในด้านต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กรมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: แรงจูงใจ, คุณภาพชีวิต, ความสุขในการทำงาน, ความผูกพันต่อองค์กร

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of motivation, quality of work life, and happiness at work on organizational commitment among employees at the BAAC Headquarters. Data were collected from 400 employees across 51 departments using an electronic questionnaire. The statistical methods employed included frequency, percentage, standard deviation, and multiple regression analysis. The results indicate that motivational factors such as achievement, job characteristics, organizational policies and management, working conditions, relationships with colleagues, job security, and salary and benefits significantly affect organizational commitment. In contrast, recognition, responsibility, opportunities for career growth, and relationships with supervisors show no significant effect. Regarding quality of work life, adequate and fair compensation, opportunities for personal development, individual rights, work-life balance, and social responsibility positively influence organizational commitment, while workplace safety and hygiene, opportunities for advancement and stability, and social integration do not. For happiness at work, enjoyment, job satisfaction, and enthusiasm were found to have a positive effect on organizational commitment. The findings provide valuable insights that can be applied to organizational development strategies aimed at enhancing employee commitment within the BAAC Headquarters.

Keywords: Motivation, Quality of Work Life, Happiness at Work, Organizational Commitment

บทนำ

การบริหารจัดการองค์กร ไม่ว่าจะเป็นองค์กรราชการหรือเอกชนต่างต้องเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการบุคลากรในองค์กร ซึ่งนอกจากปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากรแล้วแรงจูงใจในการทำงานเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญในการบริหารจัดการองค์กร ในการจะนำพาองค์กรให้สำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้และประสบความสำเร็จในที่สุด ดังนั้น หากมีการบริหารด้านทรัพยากรบุคคลที่ดีก็จะสามารถเพิ่มแรงจูงใจพัฒนาคุณภาพชีวิตและความสุขให้แก่พนักงานในปัจจุบันจนถึงอนาคตข้างหน้า นอกจากนี้ยังคงมีบทบาทที่สำคัญต่อการดำเนินงานขององค์กร ผู้บริหารควรต้องเข้าใจพฤติกรรม ความต้องการของพนักงานและรู้ถึงวิธีการจูงใจพนักงานเพื่อให้การดำเนินงานในองค์กรบรรลุเป้าหมาย รวมทั้งสามารถตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของพนักงาน (มัทธมา โมริษฐียร, 2566) ซึ่งแนวคิดทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg (1959) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานของบุคคลเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย โดยเป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงปัจจัยจูงใจ (Motivational Factors) ซึ่งเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรง และปัจจัยค้ำจุน (Maintenance

or Hygiene) ที่สามารถตอบสนองความต้องการภายในของบุคคล คุณภาพชีวิตในการทำงาน Walton (1975) โดยความพึงพอใจจากการทำงานจะส่งผลต่อการทำงาน รวมถึงความสุขในการทำงาน Warr (2007) ถือว่าเป็นส่วนสำคัญของการมีชีวิตที่มีความสุข เนื่องจากตลอดช่วงชีวิตของมนุษย์แต่ละคนพบว่า วัยของการทำงานเป็นช่วงชีวิตที่ยาวนานที่สุดในชีวิต ความสุขในการปฏิบัติงานเกิดขึ้นภายในจิตใจของแต่ละคน โดยเป็นการตอบสนองต่อสิ่งที่พบเจอหรือสิ่งที่เกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงาน ความรื่นรมย์ ความพึงพอใจ ความกระตือรือร้น [B1.1] โดยจากปัจจัยดังกล่าวจะส่งผลต่อความผูกพันองค์กร Porter and Parsom (1974) เป็นแรงผลักดันให้บุคคลเต็มใจในการปฏิบัติงานงานให้องค์กรอยู่ในสถานะที่ดีขึ้นและบุคคลที่มีความผูกพันจะมีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร จากข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยได้เห็นถึงความสำคัญของปัจจัยเรื่องแรงจูงใจ คุณภาพชีวิตและความสุขในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงาน ธ.ก.ส. โดยในปัจจุบันปี 2567 มีพนักงานจำนวนทั้งสิ้น 20,293 คน โดยแบ่งเป็น สำนักงานใหญ่ 3,719 คน และสาขา 16,574 คน จากข้อมูลดังกล่าวจะพบว่าจำนวนสัดส่วนพนักงานในภาพรวมของ ธ.ก.ส. ในแต่ละปีจะมีความแตกต่างกันเล็กน้อย

ข้อมูลจำนวนพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ประจำสำนักงานใหญ่

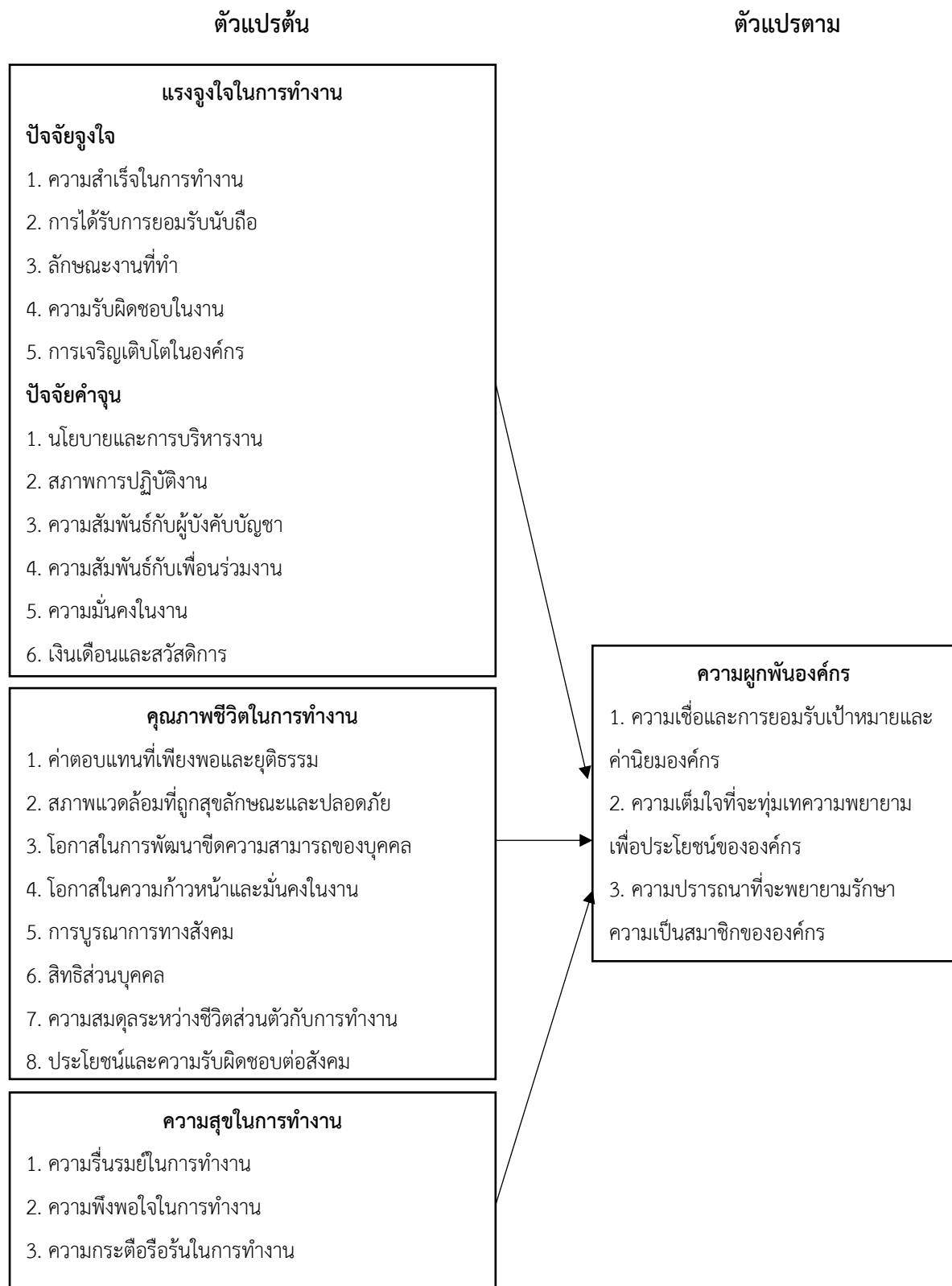
	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	ปี 2567
จำนวน (คน)	2,241	2,284	2,360	2,385	2,789	3,719 [B1.1]

จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาความผูกพันของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงานใหญ่ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยด้าน แรงจูงใจ คุณภาพชีวิตและความสุขของพนักงานที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในภาพรวมของธนาคาร

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ปฏิบัติงาน ณ อาคารสำนักงานใหญ่ จำนวน 3,721 คน โดยใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1967) และกำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% แทนค่าในสูตรตามทฤษฎี เท่ากับ 361 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลจากแบบสอบถามตามจำนวนที่กำหนดจึงได้กำหนดให้มีการทำแบบสอบถามเพิ่มเติม เป็น 400 คน เพื่อป้องกันการผิดพลาดในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีการกำหนดแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ในการวิจัย ประกอบไปด้วย ข้อมูลทั่วไป คำถามระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในการทำงาน คำถามระดับความคิดเห็นด้านคุณภาพชีวิตในการทำงาน คำถามระดับความคิดเห็นด้านความสุขในการทำงาน และคำถามระดับความคิดเห็นด้านความผูกพันในองค์กร จำนวน 83 ข้อ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมอบให้กับผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา ความชัดเจนของข้อคำถามและประเด็นคำถาม จากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาไปทำการทดลอง (Pilot test) จำนวน 30 ชุด กับกลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานทุกระดับในที่ปฏิบัติงาน ณ อาคารสำนักงานใหญ่ นำมาทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α -Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach's alpha Coefficient) จากผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นตัวแปรมีความสัมพันธ์ Cronbach's Alpha มากกว่า 0.70 สะท้อนให้เห็นว่าตัวแปรทุกตัวมีความเชื่อมั่นเพียงพอที่จะสามารถใช้ในการอธิบายตัวแปรตามได้ [B1.1] และนำแบบสอบถามไปทดสอบความเที่ยงตรง พบว่า ค่าถามทุกข้อได้ค่า IOC > 0.5

วิธีรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ทาง Microsoft Form จากการสแกน QR Code ผ่านระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์และกลุ่มเครือข่ายพนักงานสำนักงานใหญ่ โดยข้อมูลมีความถูกต้อง ครบถ้วนสำหรับใช้วิเคราะห์ผลจำนวน 400 ชุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยหาค่าความถี่ ร้อยละ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับตำแหน่ง การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ

การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณและเพื่อวิเคราะห์แรงจูงใจ คุณภาพชีวิตและความสุขในการทำงานเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กร

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องแรงจูงใจ คุณภาพชีวิตและความสุขในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงาน ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่ ได้มีการเก็บข้อมูลตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด สามารถสรุปผลการวิจัยได้โดย พบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ระดับตำแหน่ง 4-7 และในด้านการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านลักษณะงานที่ทำ ด้านนโยบายและการบริหารงาน ด้านสภาพการปฏิบัติงาน ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านความมั่นคงในงาน และเงินเดือนและสวัสดิการ ส่งผลต่อความผูกพันองค์กร ของพนักงาน ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่ และในส่วนของด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านความรับผิดชอบในงาน ด้านการเจริญเติบโตในองค์กร ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาไม่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กร ของพนักงาน ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในส่วนของปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงาน พบว่าด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม ด้านโอกาสในการพัฒนาขีดความสามารถของบุคคล ด้านสิทธิส่วนบุคคล ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวกับการทำงาน ด้านประโยชน์และความรับผิดชอบต่อสังคม ส่งผลต่อความผูกพันองค์กร ของพนักงาน ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่ ในส่วนของด้านสภาพแวดล้อมที่ถูกสุขลักษณะและปลอดภัย ด้านโอกาสในความก้าวหน้าและมั่นคงในงาน ด้านการบูรณาการทางสังคม ไม่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กร ของพนักงาน ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และสุดท้ายปัจจัยพนักงานที่มีความสุขพบว่า ด้านความรื่นรมย์ในการทำงาน ด้านความพึงพอใจในการทำงาน ด้านความกระตือรือร้นในการทำงาน ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 66.3 อายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.5 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 50.0 และระดับตำแหน่ง 4-7 คิดเป็นร้อยละ 32.0

ข้อมูลเกี่ยวกับผลการวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจ คุณภาพชีวิตและความสุขในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กร โดยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ตารางที่ 1 แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณ ค่าคงที่ และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน ในการพยากรณ์ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กร

ตัวแปร	B	SE	Beta	t	Sig.
(Constant)	0.23	0.09		2.53	0.12
ความสำเร็จในการทำงาน	0.19	0.04	0.19	4.29	0.00*
การได้รับการยอมรับนับถือ	-0.06	0.03	-0.06	-1.62	0.10
ลักษณะงานที่ทำ	0.07	0.04	0.08	1.91	0.05*
ความรับผิดชอบในงาน	0.05	0.05	0.05	1.05	0.29
การเจริญเติบโตในองค์กร	-0.01	0.04	-0.01	-0.27	0.78
นโยบายและการบริหารงาน	0.09	0.04	0.10	2.16	0.03*
สภาพการปฏิบัติงาน	0.06	0.03	0.07	2.19	0.02*
ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา	-0.01	0.02	-0.02	-0.76	0.44
ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	0.16	0.04	0.16	3.82	0.00*
ความมั่นคงในงาน	0.22	0.04	0.24	5.16	0.00*
เงินเดือนและสวัสดิการ	0.17	0.03	0.19	5.25	0.00*
		R	=0.92	R2adj	=0.85
		R2	=0.85	SEest	=0.29

จากตารางที่ 1 พบว่าปัจจัยจูงใจในการทำงานด้านความมั่นคงในงาน (Beta = 0.24, sig = 0.00) ส่งผลต่อความผูกพันองค์กร ของพนักงาน ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่ มากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยจูงใจในการทำงานด้านความสำเร็จในการทำงาน (Beta = 0.19, sig = 0.00) ส่งผลต่อความผูกพันองค์กร ของพนักงาน ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่ ปัจจัยจูงใจในการทำงานด้านเงินเดือนและสวัสดิการ (Beta = 0.17, sig = 0.00) ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่ และ ปัจจัยจูงใจในการทำงานด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (Beta = 0.16, sig = 0.00) การวิเคราะห์ปัญหา Multicollinearity จากค่าความทนทาน (Tolerance) และค่า VIF (Variance Inflation Factor) ของตัวแปรทั้งหมด พบว่าไม่มีตัวแปรใดมีค่า VIF เกิน 10 ซึ่งหมายความว่า ไม่มีปัญหา Multicollinearity หรือความสัมพันธ์ซ้ำซ้อนระหว่างตัวแปรอิสระในแบบจำลอง ส่งผลต่อความผูกพันองค์กร ของพนักงาน ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ตามลำดับ สามารถทำนายความผูกพันองค์กรได้ร้อยละ 85 $R^2_{adj} = 0.85$

ตารางที่ 2 แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณ ค่าคงที่ และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน ในการพยากรณ์ปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กร

ตัวแปร	B	SE	Beta	t	Sig
(Constant)	0.38	0.08		4.71	0.00*
ค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม	0.11	0.02	0.14	4.87	0.00*
สภาพแวดล้อมที่สุขลักษณะและปลอดภัย	0.00	0.02	0.00	0.19	0.84
โอกาสในการพัฒนาขีดความสามารถของบุคคล	0.08	0.03	0.08	2.06	0.03*
โอกาสในความก้าวหน้าและมั่นคงในงาน	-0.01	0.02	-0.01	-0.40	0.68
การบูรณาการทางสังคม	0.01	0.04	0.02	0.42	0.66
สิทธิส่วนบุคคล	0.27	0.04	0.27	5.92	0.00*
ความสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวกับการทำงาน	0.16	0.02	0.19	5.75	0.00*
ประโยชน์และความรับผิดชอบต่อสังคม	0.29	0.03	0.31	7.92	0.00*
		R	=0.93	R2adj	=0.87
		R2	=0.88	SEest	=0.27

จากตารางที่ 2 พบว่าปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านประโยชน์และความรับผิดชอบต่อสังคม (Beta = 0.31, sig = 0.00) ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่ มากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านสิทธิส่วนบุคคล (Beta = 0.27, sig = 0.00) ส่งผลต่อความผูกพันองค์กร ของพนักงาน ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่ ลำดับถัดมาปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านความสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวกับการทำงาน (Beta = 0.19, sig = 0.00) ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่ และปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม (Beta = 0.14, sig = 0.00) การวิเคราะห์ปัญหา Multicollinearity จากค่าความทนทาน (Tolerance) และค่า VIF (Variance Inflation Factor) ของตัวแปรทั้งหมด พบว่าไม่มีตัวแปรใดมีค่า VIF เกิน 10 ซึ่งหมายความว่า ไม่มีปัญหา Multicollinearity หรือความสัมพันธ์ซ้ำซ้อนระหว่างตัวแปรอิสระ ในแบบจำลอง ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ตามลำดับ สามารถทำนายความผูกพันองค์กรได้ร้อยละ 88 $R^2_{adj} = 0.87$

ตารางที่ 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณ ค่าคงที่ และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน ในการพยากรณ์ปัจจัยความสุขในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กร

ตัวแปร	B	SE	Beta	t	Sig
(Constant)	0.32	0.08		3.83	0.00
ความรื่นรมย์ในการทำงาน	0.09	0.03	0.11	3.22	0.01*
ความพึงพอใจในการทำงาน	0.53	0.04	0.53	10.87	0.00*
ความกระตือรือร้นในการทำงาน	0.30	0.05	0.31	5.79	0.00*
		R	=0.93	R2adj	=0.86
		R2	=0.86	SEest	=0.28

จากตารางที่ 3 พบว่าปัจจัยพนักงานที่มีความสุขด้านความพึงพอใจในการทำงาน ($Beta = 0.53$, $sig = 0.00$) ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่ มากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยพนักงานที่มีความสุขด้านความกระตือรือร้นในการทำงาน ($Beta = 0.31$, $sig = 0.00$) ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่ และปัจจัยพนักงานที่มีความสุขด้านความรื่นรมย์ในการทำงาน ($Beta = 0.11$, $sig = 0.01$) การวิเคราะห์ปัญหา Multicollinearity จากค่าความทนทาน (Tolerance) และค่า VIF (Variance Inflation Factor) ของตัวแปรทั้งหมด พบว่าไม่มีตัวแปรใดมีค่า VIF เกิน 10 ซึ่งหมายความว่า ไม่มีปัญหา Multicollinearity หรือความสัมพันธ์ซ้ำซ้อนระหว่างตัวแปรอิสระ ในแบบจำลอง ส่งผลต่อความผูกพันองค์กร ของพนักงาน ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ตามลำดับ สามารถทำนายความผูกพันองค์กรได้ร้อยละ 86 $R2adj = 0.86$

อภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานด้านปัจจัยจูงใจและปัจจัยค่าจ้างที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่ พบว่า ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านลักษณะงานที่ทำ ด้านนโยบาย และการบริหารงาน ด้านสภาพการปฏิบัติงาน ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านความมั่นคงในงาน ด้านเงินเดือนและสวัสดิการ ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน ธ.ก.ส. ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วรินทร์ วรรณอารีย์ (2562) ได้ศึกษาในเรื่องปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงาน ที่ส่งผลต่อความผูกพันของเจ้าหน้าที่ธุรการสำนักงานอัยการในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ปัจจัยจูงใจในการทำงานทุกด้านมีความสัมพันธ์กับความผูกพันในองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำถึงระดับปานกลางและทิศทางเดียวกัน [B1.1] ผลจากการศึกษาพบว่า โดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่ พบว่า ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม ด้านโอกาสในการพัฒนาขีดความสามารถของบุคคล

ด้านสิทธิส่วนบุคคล ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวกับการทำงาน ด้านประโยชน์และความรับผิดชอบ ต่อสังคม ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน ธ.ก.ส. ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สอดคล้องกับผล การศึกษาของ สุสิทธิ์ ดอนทอง (2565) เรื่องคุณภาพชีวิตในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรที่มีความสัมพันธ์ ต่อประสิทธิภาพในการทำงานและความภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนกลุ่ม Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับความสัมพันธ์สูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายความว่า เมื่อพนักงานมีความคิดเห็นเรื่องคุณภาพชีวิตในการทำงาน ในภาพรวมดีขึ้น จะทำให้ความภักดีต่อองค์กรเพิ่มขึ้นในระดับสูงมาก คุณภาพชีวิตในการทำงานส่งผลต่อ พนักงานให้เกิดความผูกพันกับองค์กรผลจากการศึกษาพบว่า โดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก และ สอดคล้องกับ ทิพย์วดี แยมชื่นพงศ์ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานที่มี ผลต่อความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษา องค์กรเพื่อการศึกษาวิจัยทางคลินิก ผลจากการศึกษาพบว่า ผลตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรมส่งผลทางบวกต่อความผูกพันต่อองค์กร [B1.1] อยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านพนักงานที่มีความสุขที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่ พบว่า ด้านความรื่นรมย์ในการทำงาน ด้านความพึงพอใจในการทำงาน ด้านความกระตือรือร้นในการทำงาน ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน ธ.ก.ส. ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สอดคล้องกับผลการศึกษา ของ สาวิณี ฐริบัติพัตร (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างความสุขในการทำงานและ ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผลจากการศึกษา พบว่าความสุขในการทำงานโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฯ ระดับปานกลาง ในทิศทางเดียวกัน ($r = 0.651$) อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่า r เท่ากับ 0.651 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าพนักงานมีความสุข ในการทำงานโดยรวมเพิ่มขึ้น จะมีความผูกพันต่อองค์กรเพิ่มขึ้นระดับปานกลาง [B1.1] และสอดคล้องกับ สิริขวัญ หงษ์สุวรรณกุล (2562) ได้ศึกษาเรื่องอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กร ความผูกพันและความสุข ในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผลจาก การศึกษาพบว่าความสุขในองค์กรโดยรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง ในด้านการติดต่อสัมพันธ์ ด้านความรักในงาน ด้านความสำเร็จในงาน ด้านการเป็นที่ยอมรับ [B1.1] โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1. ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานด้านปัจจัยจูงใจและปัจจัยค่าจูงที่ส่งผลต่อความผูกพันของ พนักงาน ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่ในครั้งนี้ ได้แก่ ด้านความสำเร็จในการทำงาน องค์กรหรือหน่วยงานควร สนับสนุนให้พนักงานได้ใช้ความรู้ความสามารถในการทำงานอย่างเต็มที่โดยไม่ปิดกั้นและชื่นชมพนักงานเพื่อให้ รู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งในความสำเร็จของงาน ด้านลักษณะงานที่ทำ องค์กรหรือหน่วยงานควรจัดให้ปริมาณงาน เหมาะสมกับจำนวนคนและตำแหน่งของพนักงานแต่ยังคงให้งานที่มีความท้าทายตรงกับความต้องการของ

พนักงาน ด้านนโยบายและการบริหารงาน องค์กรควรมีนโยบายที่มีความชัดเจนโดยไม่จำเป็นต้องนำมาตีความสามารถนำไปปฏิบัติตามได้ทันที รวมถึงมีนโยบายที่ส่งเสริมด้านการฝึกอบรมและการขึ้นเงินเดือนที่ยุติธรรมเสมอภาค ด้านสภาพการปฏิบัติงาน องค์กรควรจัดให้มีสภาพแวดล้อมการทำงานที่มั่นคงปลอดภัย มีเครื่องมือที่เพียงพอต่อการทำงานรวมถึงสถานที่ทำงานเป็นสัดส่วนเอื้อต่อการทำงานของพนักงาน ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ส่งเสริมให้พนักงานมีการทำงานเป็นทีมอยู่เสมอทั้งภายในส่วนงานเดียวกันและต่างส่วนงาน รวมถึงจัดให้มีการร่วมรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกันของพนักงาน ด้านความมั่นคงในงาน องค์กรควรพิจารณาถึงการสื่อสารสถานะการเงินขององค์กร โครงสร้างกำลังคนขององค์กร จะช่วยลดความกังวลและความไม่แน่นอนให้กับพนักงาน ด้านเงินเดือนและสวัสดิการ องค์กรควรพิจารณาถึงใช้สิทธิการรักษาพยาบาลของพ่อหรือแม่สำหรับพนักงานที่ไม่มีบุตร รวมถึงพิจารณาเงินพิเศษตามความรู้ความสามารถสำหรับพนักงานที่มีใบ Certification อันเป็นการสร้างความผูกพันระหว่างพนักงานและองค์กร และปัจจัยที่ไม่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงาน ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่ ในครั้งนี้ ได้แก่ ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ องค์กรหรือหน่วยงานควรมีการยกย่องชมเชยพนักงานที่ได้ทำงานสำเร็จตามเป้าหมาย อาจเป็นการให้รางวัลหรือส่งไปฝึกอบรมเพิ่มเติมกับหน่วยงานภายในหรือภายนอก รวมถึงมีการมอบหมายงานที่สำคัญให้กับพนักงานที่ทำงานได้ตามเป้าหมายในเดือนนั้น ๆ ด้านความรับผิดชอบในงาน องค์กรหรือหน่วยงานควรมีการให้โอกาสพนักงานในการร่วมตัดสินใจการทำงานในการประชุมเพื่อกำหนดทิศทางการทำงานเป็นรายเดือนและพร้อมที่จะรับฟังเพื่อปรับเปลี่ยนแนวทางในกรณีที่เกิดปัญหาการทำงาน ด้านการเจริญเติบโตในองค์กร องค์กรหรือหน่วยงานควรมีการจัดการระบียบการเลื่อนตำแหน่งจากเดิมที่มีการสอบเพียงอย่างเดียวโดยอาจพิจารณาการเลื่อนตำแหน่งตามความรู้ความสามารถเหมือนบริษัทเอกชน ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้บังคับบัญชาควรให้ความเป็นกันเองกับพนักงานควบคุมดูแลสอนงานอย่างใกล้ชิดเป็นที่ปรึกษาให้กับพนักงานได้เมื่อเกิดปัญหาและช่วยเหลือพนักงานด้วยความจริงใจเพื่อเป็นการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานและผู้บังคับบัญชา

1.2 ปัจจัยคุณภาพชีวิตที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงาน ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่ในครั้งนี้ ได้แก่ ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม องค์กรควรพิจารณาค่าตอบแทนหรือเงินเดือนที่เหมาะสมกับปริมาณงานที่ได้รับมอบหมายของพนักงานรวมถึงความรู้ความสามารถโดยเพียงพอต่อการดำรงชีพของพนักงาน ด้านโอกาสในการพัฒนาขีดความสามารถของบุคคล องค์กรควรส่งเสริมให้พนักงานได้ปฏิบัติงานที่หลากหลายและส่งเสริมให้มีการพัฒนาตนเองในส่วนงานต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความรู้เพื่อพนักงานจะได้นำความรู้ความสามารถมาใช้ปฏิบัติงานได้อย่างเต็มที่ ด้านสิทธิส่วนบุคคล องค์กรควรส่งเสริมให้พนักงานมีอิสระในการพูดหรือแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับงานโดยเคารพเสียงส่วนใหญ่และยอมรับความขัดแย้งทางความคิดของเพื่อนร่วมงาน ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวกับการทำงาน องค์กรหรือส่วนงานส่งเสริมให้การทำงานมีความยืดหยุ่นเพื่อให้พนักงานสามารถแบ่งเวลางานและเวลาส่วนตัวได้อย่างเหมาะสม ด้านประโยชน์และความรับผิดชอบต่อสังคม องค์กรควรมีการสนับสนุนให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมหรือโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม และปัจจัยที่ไม่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงาน ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่ ในครั้งนี้ ได้แก่

ด้านสภาพแวดล้อมที่ถูกสุ่มลักษณะและปลอดภัย องค์การควรพิจารณาในด้านสถานที่ทำงานที่เป็นสัดส่วนสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการทำงานและมีระบบรักษาความปลอดภัยที่เพียงพอ ด้านโอกาสในความก้าวหน้าและมั่นคงในงาน องค์การควรพิจารณาถึงระเบียบการเลื่อนตำแหน่งโดยนอกรูปแบบเดิมที่เป็นการสอบควรพิจารณาการเลื่อนตำแหน่งโดยวัดจากความรู้ความสามารถและผลงานของพนักงาน ด้านการบูรณาการทางสังคม องค์การหรือส่วนงานควรกำชับให้ผู้บริหารหรือผู้บังคับบัญชาสนับสนุนการทำงานร่วมกันเป็นทีมให้ความเป็นกันเองกับผู้ใต้บังคับบัญชารวมถึงให้เกียรติซึ่งกันและกัน

1.3 ปัจจัยความสุขในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงาน ธ.ก.ส. สำนักงานใหญ่ ในครั้งนี้ทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรื่นรมย์ในการทำงาน องค์การควรมีการสร้างบรรยากาศในการทำงานโดยจัดสัดส่วนที่เหมาะสมกับส่วนงานหรือการทำงานของแต่ละฝ่ายมีมุมพักผ่อนสำหรับพนักงาน ด้านความพึงพอใจในการทำงาน องค์การหรือส่วนงานควรส่งเสริมให้พนักงานมีอิสระในการวางแผนการทำงาน และสามารถแก้ไขปัญหาได้ด้วยตนเองเพื่อให้พนักงานมีความยินดีและเต็มใจที่ได้ทำงาน ด้านความกระตือรือร้นในการทำงาน องค์การควรมีรางวัลสำหรับจูงใจให้พนักงานในการทำงานให้แล้วเสร็จตามแผนงานและมีการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม เพื่อให้ได้ภาพที่ครอบคลุมยิ่งขึ้น ควรมีการนำวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น

2.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก เข้ามาใช้ควบคู่กัน เพื่อสำรวจความคิดเห็นและประสบการณ์ของพนักงานในองค์กรแต่ละฝ่ายอย่างละเอียด

2.2 ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกรู้สึกนึกคิดและความคาดหวัง โดยเฉพาะคำตอบแทน ซึ่งเป็นข้อมูลที่สำคัญในการพัฒนานโยบายที่ส่งเสริมความผูกพันในองค์กร ในการทำวิจัยครั้งนี้พบว่า พนักงานบางส่วน มีผลการตอบแบบสอบถามในด้านคำตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรมรวมถึงด้านการได้รับการยอมรับนับถือค่อนข้างน้อย ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะให้มีการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องครอบคลุมยิ่งขึ้น

ขยายขอบเขตพื้นที่ในการเก็บข้อมูลการวิจัยให้กว้างขึ้น เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้กำหนดขอบเขตในการวิจัยพนักงานภายในสำนักงานใหญ่ ธ.ก.ส. จำนวน 51 ส่วนงาน ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปอาจจะสำรวจไปยังทุกส่วนงานภายใน ธ.ก.ส. เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและเป็นประโยชน์ต่อองค์กร

เอกสารอ้างอิง

ทิพย์วดี แยมชื่นพงศ์. (2561). *ปัจจัยคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร: กรณีศึกษาองค์กรเพื่อการศึกษาวิจัยทางคลินิก* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยมหิดล.

- มัชฌิมา โมริษเสียร. (2566). แรงจูงใจในการทำงานกับความคงอยู่ของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สำนักงานใหญ่ [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุลีกร ดอนทอง. (2565). คุณภาพชีวิตในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรที่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพในการทำงานและความภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนกลุ่ม Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สาวิณี ภูริบัติพัตร. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่างความสุขในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สิริขวัญ หงส์สุวรรณกุล. (2562). อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กร ความผูกพันและความสุขในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วรินทร์ วรธนอารีย์. (2562). ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันของเจ้าหน้าที่ธุรการสำนักงานอัยการในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Herzberg, F., Mausner, B. and Snyderman, B. B. (1959). *The motivation to work*. John Wiley & Sons.
- Porter, L.W. and Parsom, T. (1974). Organizational commitment job satisfaction and turnover among psychiatric technicians. *Journal of Applied Psychology*, 59, 603-609.
- Walton, R. E. (1975). Criteria for quality of working life. In L. E. Davis and A. B. Cherns (Ed.), *The quality of working life* (Vol. 1, pp. 91-104). Free Press.
- Warr, P. (2007). *Work, happiness, and unhappiness*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). Harper & Row.

ภาวะผู้นำพลังร่วมของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการเป็นชุมชนแห่ง
การเรียนรู้ทางวิชาชีพของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา

ประถมศึกษากาฬสินธุ์ เขต 2

Collective Leadership of School Administrators on the Effectiveness of
Professional Learning Communities in Schools Under the Kalasin Primary
Educational Service Area Office 2

ศิวกร สุขเกษม^{1*}, ศักดิ์สิทธิ์ ฤทธิสิน² และ ปาริชา มารี เคน³

Siwakorn Sukkasem^{1*}, Saksit Rittilun² and Parisha Marie Cain³

^{1,2}สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์และนวัตกรรมการศึกษา มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์

³สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์

^{1,2}Department of Educational Administration, Faculty of Education and
Educational Innovation, Kalasin University

³Department of Public Administration, Faculty of Liberal Arts, Kalasin University

*Corresponding author's email address: siwakorn.sk@ksu.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

22 มกราคม 2569

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

19 มีนาคม 2569

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

27 มีนาคม 2569

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาภาวะผู้นำพลังร่วมของผู้บริหารและระดับสภาพ
ความเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของสถานศึกษา 2) ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสอง และ
3) ระบอบุคคลประกอบที่พยากรณ์ความเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
ประถมศึกษากาฬสินธุ์ เขต 2 ดำเนินการด้วยรูปแบบการวิจัยเชิงพรรณนา ประชากรจำนวน 1,464 คน
กลุ่มตัวอย่างจำนวน 320 คน ได้มาจากการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ จำแนกเป็นผู้บริหาร 64 คน และข้าราชการครู
256 คน เครื่องมือวิจัยคือแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นด้านภาวะผู้นำพลังร่วม (0.985) และด้านความเป็น
ชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (0.987) สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน
ข้อค้นพบจากการวิจัยแสดงให้เห็นว่า 1) ภาวะผู้นำพลังร่วมของผู้บริหารโดยภาพรวมต่างอยู่ในระดับมาก
($\bar{X} = 3.606$, S.D. = 0.601) 2) สภาพการดำเนินงานชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของสถานศึกษา
โดยภาพรวมต่างอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.904$, S.D. = 0.703) 3) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรภาวะผู้นำพลัง
ร่วมกับการเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ พบว่าเป็นไปในทิศทางบวกในระดับสูงมาก ($r_{xy} = 0.943$)

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ 4) ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อระบุว่า องค์ประกอบทั้ง 5 ด้านของภาวะผู้นำพลังร่วม ได้แก่ การแลกเปลี่ยนหมุนเวียนเป็นผู้นำ, การตัดสินใจร่วม, การสื่อสาร, การสร้างเครือข่ายทีมงาน, และการสร้างการเปลี่ยนแปลง มีอิทธิพลต่อความเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณในระดับสูง ($R = 0.947$) และสามารถร่วมกันพยากรณ์ผลลัพธ์ได้ร้อยละ 89.60 (Adjusted $R^2 = 0.896$)

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำพลังร่วม, ผู้บริหารสถานศึกษา, ชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ

ABSTRACT

This research aims to 1) study the level of collective leadership of school administrators and professional learning communities in schools, 2) examine the relationship between these two variables; and 3) identify the components that predict professional learning communities in schools under the Kalasin Primary Educational Service Area Office 2, using a descriptive research design. The population consisted of 1,464 people, and the sample of 320 people was selected through stratified random sampling, consisted of 64 administrators and 256 teachers. The research instruments were questionnaires with reliability coefficients of 0.985 for collective leadership and 0.987 for professional learning communities. Data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, Pearson correlation coefficient, and stepwise multiple regression analysis. Findings indicated: 1) The overall collective leadership of school administrators was at a high level ($\bar{X} = 3.606$, S.D. = 0.601). 2) The overall operation of the professional learning community was at a high level ($\bar{X} = 3.904$, S.D. = 0.703). 3) The relationship between collaborative leadership and professional learning communities was highly positive ($r_{xy} = 0.943$) at the .01 significance level. 4) Five components of administrators' collective leadership, namely, leader-member exchange, shared decision-making, communication, team networking, and transformation, significantly influenced the professional learning communities at the .01 level, with a high multiple correlation ($R = 0.947$) and predictive power of 89.60% (Adjusted $R^2 = 0.896$).

Keywords: Collective Leadership, School Administrators, Professional Learning Communities

บทนำ

การศึกษาเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งถือเป็นปัจจัยหลักในการส่งเสริมความเจริญก้าวหน้าของประเทศ การพัฒนาการศึกษาที่มีคุณภาพเป็นเป้าหมายสำคัญของทุกประเทศ เพื่อเสริมสร้างพลเมืองให้มีความงอกงามและมีศักยภาพในการสร้างอนาคตที่ยั่งยืนร่วมกัน (UNESCO, 2021) จึงเป็นความท้าทายของหน่วยงานด้านการศึกษาและสถานศึกษาในการพัฒนาระบบการศึกษาให้มีคุณภาพ โดยในปัจจุบันมีการใช้แนวคิดชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (Professional Learning Communities: PLC) เป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาสถานศึกษาให้มีคุณภาพ ด้วยเหตุที่ชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพทำหน้าที่เป็นกลไกหลักในการสร้างพลังความร่วมมือระหว่างฝ่ายบริหาร คณะครู และบุคลากร ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญ ของการยกระดับคุณภาพผู้เรียนและมาตรฐานการศึกษา กระบวนการดังกล่าวเปรียบเสมือนเวทีกลางที่เปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานได้นำประสบการณ์จริงมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อนำองค์ความรู้ที่ได้ไปต่อยอด และพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นอย่างสม่ำเสมอ (Hord, 2004; Stoll et al., 2006) จึงถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ที่เข้มแข็ง ช่วยสร้างบรรยากาศแห่งการพัฒนาความร่วมมือในสถานศึกษา รวมถึงการสนับสนุนให้ครูและบุคลากรนำข้อมูลและผลการเรียนรู้ของนักเรียนมาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงการจัดการเรียนรู้ ซึ่งกระบวนการเหล่านี้สร้างผลกระทบเชิงบวกต่อทั้งครูและนักเรียนอย่างยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2564)

ชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพถือเป็นแนวคิดสำคัญในการพัฒนาระบบการศึกษาและสถานศึกษาที่มีคุณภาพอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม แม้แนวคิดดังกล่าวจะมีประโยชน์อย่างมาก แต่จากการศึกษาพบว่า มีสถานศึกษาหลายแห่งยังมีกระบวนการดำเนินงานชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพที่ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร อุปสรรคสำคัญมักเกิดจากการที่บุคลากรยังมีความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนเกี่ยวกับเจตนารมณ์ที่แท้จริง และคุณค่าของกระบวนการดังกล่าว สถานการณ์นี้ยังบ่งชี้ถึงช่องว่างด้านความร่วมมือระหว่างฝ่ายบริหาร และคณะครูที่ยังไม่ผสมผสานกันอย่างเต็มที่ อันเป็นสาเหตุให้การขับเคลื่อนงานขาดประสิทธิภาพ (Hargreaves and Fullan, 2012) ในบริบทนี้ ผู้บริหารสถานศึกษาจึงเปรียบเสมือนกุญแจสำคัญที่จะเข้ามามีบทบาทในการฟื้นฟูและยกระดับชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพให้มีความเข้มแข็ง

การพัฒนาชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพให้ประสบความสำเร็จและยั่งยืนนั้น ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อวัฒนธรรมความร่วมมือภายในสถานศึกษา คือ ภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษา โดยเฉพาะในรูปแบบของภาวะผู้นำพลังร่วม (Collective Leadership) ซึ่งไม่ใช่การยึดติดอำนาจไว้ที่ผู้บริหารสถานศึกษาเพียงผู้เดียว แต่เป็นแบ่งปันบทบาทความเป็นผู้นำ เปิดโอกาสให้ครูและบุคลากรได้หมุนเวียนเป็นผู้นำตามความเชี่ยวชาญของตนเอง และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจภายในสถานศึกษา (Brinkerhoff et al., 2015) แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงประจักษ์ในบริบทประเทศไทยของ ชีระนันต์ โมธรรม และคณะ (2564) ที่พบว่า ภาวะผู้นำของผู้บริหารด้านการส่งเสริมการมีส่วนร่วมและด้านการคำนึงถึงเอกบุคคล มีอิทธิพลต่อการเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพอย่างมีนัยสำคัญ และสอดคล้องกับ Somprach et al.

(2017) ที่ศึกษาบริบทโรงเรียนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและพบว่า ภาวะผู้นำแบบร่วมมือเป็นตัวแปรสำคัญที่สามารถพยากรณ์การมีส่วนร่วมของครูในชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพได้ ผลการศึกษาเหล่านี้ยืนยันให้เห็นชัดเจนว่า เมื่อผู้บริหารสถานศึกษาใช้ภาวะผู้นำที่เน้นการกระจายอำนาจและการมีส่วนร่วม จะช่วยสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของสถานศึกษาร่วมกันและกระตุ้นให้ครูและบุคลากรเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาฬสินธุ์ เขต 2 ได้จัดทำแผนพัฒนาการศึกษาขั้นพื้นฐานซึ่งเชื่อมโยงกับแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560 - 2579 โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษาของสถานศึกษาในสังกัด แผนพัฒนาดังกล่าวชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างผู้บริหารสถานศึกษา ครู และบุคลากร รวมทั้งความจำเป็นในการพัฒนาชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพภายในสถานศึกษาให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งเป็นหนึ่งในเป้าหมายของการพัฒนาระบบการศึกษาในพื้นที่นี้

ด้วยเหตุและบริบทปัญหาที่นำเสนอข้างต้น จึงเป็นแรงจูงใจสำคัญให้ผู้วิจัยมุ่งมั่นที่จะตรวจสอบอิทธิพลของภาวะผู้นำพลังร่วมของผู้บริหารสถานศึกษาที่มีต่อความสำเร็จในการขับเคลื่อนชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ โดยเจาะจงศึกษาในกลุ่มสถานศึกษาภายใต้สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาฬสินธุ์ เขต 2 ทั้งนี้ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อประเมินระดับของภาวะผู้นำพลังร่วมและประเมินสภาพการณ์ปัจจุบันของการดำเนินงานชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ การวิจัยนี้จะทำให้หน่วยงานหรือผู้ที่เกี่ยวข้องได้สารสนเทศไปใช้ในการพัฒนาสถานศึกษาและคุณภาพการศึกษาในระยะยาวและพัฒนาองค์ความรู้ทางการวิจัยทางการบริหารการศึกษาต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับภาวะผู้นำพลังร่วมของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาฬสินธุ์ เขต 2
2. เพื่อศึกษาระดับการเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาฬสินธุ์ เขต 2
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำพลังร่วมของผู้บริหารสถานศึกษากับการเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาฬสินธุ์ เขต 2
4. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของภาวะผู้นำพลังร่วมของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาฬสินธุ์ เขต 2

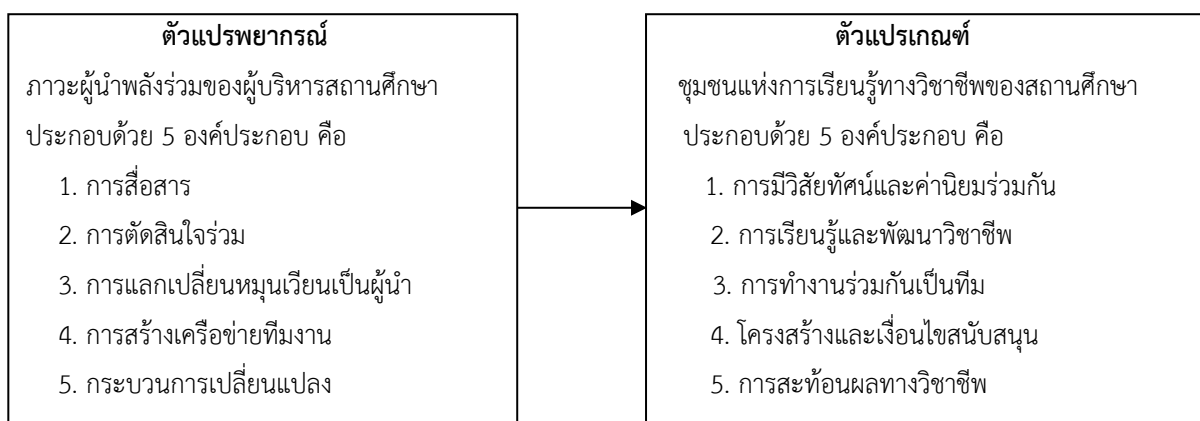
สมมติฐานการวิจัย

1. ภาวะผู้นำพลังร่วมของผู้บริหารสถานศึกษามีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกต่อชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของสถานศึกษา

2. องค์ประกอบของภาวะผู้นำหลังร่วมของผู้บริหารสถานศึกษา อย่างน้อย 1 ด้าน ที่เป็นปัจจัยทำนายการเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของสถานศึกษา

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้สังเคราะห์กรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรในงานวิจัย ผู้วิจัยมุ่งศึกษานุเคราะห์ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพิจิตร เขต 2 ที่ปฏิบัติหน้าที่ประจำปีการศึกษา 2568 จากสถานศึกษาทั้งหมด 166 แห่ง ซึ่งแบ่งกลุ่มออกเป็นผู้บริหารสถานศึกษาจำนวน 166 คน และข้าราชการครูจำนวน 1,298 คน รวมมีจำนวนบุคลากรทั้งสิ้น 1,464 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและข้าราชการครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพิจิตร เขต 2 โดยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมรับความคลาดเคลื่อนได้ที่ .05 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 320 คน จำแนกเป็น ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 64 คน และข้าราชการครู จำนวน 256 โดยการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยใช้ขนาดสถานศึกษาและอำเภอที่ตั้งเป็นชั้นภูมิ

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเลือกใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลัก โดยครอบคลุมเนื้อหาเรื่องภาวะผู้นำหลังร่วมของผู้บริหารและการเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของสถานศึกษาในสังกัด ซึ่งแบ่งโครงสร้างเนื้อหาออก ดังนี้

1. ส่วนสอบถามข้อมูลพื้นฐาน เป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) เกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ตำแหน่งปัจจุบัน ชื่อและขนาดสถานศึกษา รวมถึงอำเภอที่ตั้ง

2. ส่วนประเมินภาวะผู้นำพลังร่วมของผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัด จำแนกเป็น 5 ด้าน คือ 1) การสื่อสาร 2) การตัดสินใจร่วมกัน 3) การหมุนเวียนบทบาทผู้นำ 4) การสร้างเครือข่ายทีมงาน และ 5) กระบวนการสร้างการเปลี่ยนแปลง โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของ Likert (1967)

3. ส่วนประเมินการเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของสถานศึกษาในสังกัด แบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1) วิสัยทัศน์และค่านิยมร่วม 2) การเรียนรู้และพัฒนาวิชาชีพ 3) การทำงานเป็นทีม 4) โครงสร้างและเงื่อนไขสนับสนุน และ 5) การสะท้อนผลทางวิชาชีพ ซึ่งใช้เกณฑ์วัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของ Likert (1967)

นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับผู้บริหารสถานศึกษาและข้าราชการครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาฬสินธุ์ เขต 2 ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง แต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แล้วหาคุณภาพของเครื่องมือ ด้านภาวะผู้นำพลังร่วมของผู้บริหารสถานศึกษา มีค่าอำนาจการจำแนก (Discrimination) ตั้งแต่ 0.529 ถึง 0.977 ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เท่ากับ 0.985 และด้านการเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของสถานศึกษา มีค่าอำนาจจำแนก (Discrimination) ตั้งแต่ 0.683 ถึง 0.970 ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เท่ากับ 0.987

วิธีการรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยได้ดำเนินการประสานงานขอออกหนังสือราชการจากต้นสังกัด คือ คณะศึกษาศาสตร์ และนวัตกรรมการศึกษา มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ เพื่อนำเรียนชี้แจงและขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูล ต่อผู้บริหารสถานศึกษาเป้าหมายในเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาฬสินธุ์ เขต 2

2. ดำเนินการแจกจ่ายเครื่องมือวิจัยไปยังกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหารสถานศึกษา และข้าราชการครูในสังกัดดังกล่าว รวมจำนวนทั้งสิ้น 320 ชุด โดยภายหลังการติดตามและรวบรวมข้อมูล ปรากฏว่าได้รับการตอบกลับที่สมบูรณ์ครบถ้วนทุกฉบับ (คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 100)

3. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้รับมาตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ เพื่อนำไปดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติที่ใช้ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ดำเนินการโดยใช้สถิติ ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนกรายข้อด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Item-total Correlation) และการประเมินค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยเลือกใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งอ้างอิงตามหลักการของ Cronbach (1990)

2. สถิติพื้นฐานที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ร้อยละ (Percentage)

3. สถิติพื้นฐานที่ใช้วิเคราะห์ระดับของภาวะผู้นำพลังร่วมของผู้บริหารสถานศึกษา และระดับของการเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของสถานศึกษา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

4. สถิติสำหรับการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดำเนินการดังนี้ ข้อที่ 1 เพื่อตรวจสอบระดับความสัมพันธ์เกี่ยวโยงระหว่างตัวแปรภาวะผู้นำพลังร่วมของผู้บริหารกับความเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) โดยยึดหลักเกณฑ์การแปลความหมายตามแนวคิดของ กัลยา วานิชย์บัญชา (2561) ข้อที่ 2 เพื่อระบุอำนาจพยากรณ์ขององค์ประกอบด้านภาวะผู้นำพลังร่วมที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ ได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลผ่านเทคนิคการถดถอยพหุคูณในรูปแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

สรุปผลการวิจัย

1. จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับภาวะผู้นำพลังร่วมของผู้บริหารสถานศึกษา ภายใต้สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาฬสินธุ์ เขต 2 แสดงให้เห็นว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยโดยรวมจัดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.606$, S.D. = 0.601) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับภาวะผู้นำพลังร่วมของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาฬสินธุ์ เขต 2 โดยรวมและรายด้าน

ด้านที่	ภาวะผู้นำพลังร่วม ของผู้บริหารสถานศึกษา	ผลการวิเคราะห์		แปลผล	ลำดับ
		$\bar{X}$	S.D.		
1	ด้านการสื่อสาร	3.606	0.590	มาก	3
2	ด้านการตัดสินใจร่วม	3.612	0.597	มาก	2
3	ด้านการแลกเปลี่ยนหมุนเวียนเป็นผู้นำ	3.618	0.620	มาก	1
4	ด้านการสร้างเครือข่ายทีมงาน	3.598	0.596	มาก	4
5	ด้านการสร้างการเปลี่ยนแปลง	3.594	0.602	มาก	5
	รวมเฉลี่ย	3.606	0.601	มาก	

จากตารางเมื่อจำแนกพิจารณาเป็นรายด้าน ผลปรากฏว่าทุกด้านมีค่าคะแนนอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก ซึ่งหากเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) การแลกเปลี่ยนหมุนเวียนเป็นผู้นำ ($\bar{X} = 3.618$, S.D. = 0.620) 2) การตัดสินใจร่วม ($\bar{X} = 3.612$, S.D. = 0.597) และ 3) การสื่อสาร ($\bar{X} = 3.606$, S.D. = 0.590) ในขณะที่ด้านการสร้างการเปลี่ยนแปลง ($\bar{X} = 3.594$, S.D. = 0.602) มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในลำดับสุดท้าย

2. จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของสถานศึกษา ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาฬสินธุ์ เขต 2 ข้อมูลบ่งชี้ว่าภาพรวมจัดอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก ($\bar{X} = 3.904$, S.D. = 0.703) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับการเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาฬสินธุ์ เขต 2 โดยรวมและรายด้าน

ด้านที่	ชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ ของสถานศึกษา	ผลการวิเคราะห์		แปลผล	ลำดับ
		$\bar{X}$	S.D.		
1	ด้านการมีวิสัยทัศน์และค่านิยมร่วมกัน	3.914	0.747	มาก	3
2	ด้านการเรียนรู้และพัฒนาวิชาชีพ	3.927	0.741	มาก	2
3	ด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม	3.831	0.708	มาก	5
4	ด้านโครงสร้างและเงื่อนไขสนับสนุน	3.893	0.713	มาก	4
5	ด้านการสะท้อนผลทางวิชาชีพ	3.955	0.742	มาก	1
	รวมเฉลี่ย	3.904	0.730	มาก	

จากตารางเมื่อจำแนกพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบ พบว่าทุกด้านล้วนมีผลการประเมินในระดับมากเช่นเดียวกัน ซึ่งหากเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากสูงสุดไปหาต่ำสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ด้านการสะท้อนผลทางวิชาชีพ ($\bar{X} = 3.955$, S.D. = 0.742) 2) ด้านการเรียนรู้และพัฒนาวิชาชีพ ($\bar{X} = 3.927$, S.D. = 0.741) และ 3) ด้านการมีวิสัยทัศน์และค่านิยมร่วมกัน ($\bar{X} = 3.914$, S.D. = 0.747) ในขณะที่ด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม ($\bar{X} = 3.831$, S.D. = 0.708) มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในลำดับสุดท้าย

3. ผลการทดสอบสมมติฐานยืนยันว่า ภาวะผู้นำพลังร่วมของผู้บริหารสถานศึกษามีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของสถานศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก ($r_{xy} = .943$) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำพลังร่วมของผู้บริหารสถานศึกษากับการเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาฬสินธุ์ เขต 2

ตัวแปร	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_T	Y
X_1	1	.562**	.595**	.564**	.595**	.813**	.726**
X_2		1	.598**	.580**	.588**	.818**	.784**
X_3			1	.590**	.598**	.835**	.823**
X_4				1	.597**	.818**	.776**
X_5					1	.805**	.742**
X_T						1	.943**
Y							1

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทุกด้านของภาวะผู้นำพลังร่วมของผู้บริหารสถานศึกษามีความสัมพันธ์กับการเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของสถานศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยทุกด้าน

มีความสัมพันธ์ในระดับสูง ได้แก่ ด้านการแลกเปลี่ยนหมุนเวียนเป็นผู้นำ ($r = .823$) ด้านการตัดสินใจร่วม ($r = .784$) ด้านการสร้างเครือข่ายทีมงาน ($r = .776$) ด้านการสื่อสาร ($r = .726$) และด้านการสร้างการเปลี่ยนแปลง ($r = .742$) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทุกคู่มีค่าต่ำกว่า .800 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรพยากรณ์มีความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่สูงเกินไป จึงคาดการณ์ได้ว่าจะไม่เกิดปัญหาภาวะความสัมพันธ์ซ้อนกันเองของตัวแปรพยากรณ์หรือภาวะเชิงเส้นพหุร่วม (Multicollinearity) (กลียา วาณิชบัญชา, 2561) ทำให้สามารถนำตัวแปรพยากรณ์ทั้งหมดเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณได้

4. ผลการทดสอบสมมติฐานยืนยันว่า ตัวแปรด้านภาวะผู้นำหลังรวมทั้ง 5 ด้าน อันประกอบด้วย การแลกเปลี่ยนหมุนเวียนเป็นผู้นำ, การตัดสินใจร่วม, การสื่อสาร, การสร้างเครือข่ายทีมงาน, และการสร้างการเปลี่ยนแปลง ล้วนเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของสถานศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งผลลัพธ์ดังกล่าวเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอน

ตัวแปร	b	Std. Error	β	t	P-Value	Tolerance	VIF
Constant	.545	.065		8.335**	.000		
X ₃	.270	.020	.342	13.174**	.000	.483	2.071
X ₂	.218	.021	.267	10.549**	.000	.509	1.963
X ₄	.205	.021	.251	9.901**	.000	.508	1.968
X ₁	.120	.021	.145	5.770**	.000	.515	1.942
X ₅	.117	.021	.144	5.567**	.000	.485	2.063

R = .947 R² = .898 Adjusted R² = .896 S.E._{est} = .158 F = 550.718** Durbin-Watson = 1.975

จากตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณอยู่ในระดับสูงมาก ($R = .947$) มีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 89.60 (Adjusted R² = .896) และมีความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์เท่ากับ 0.158 (S.E._{est} = 0.158) เมื่อพิจารณาค่าตรวจสอบภาวะพหุร่วมเชิงเส้น (Multicollinearity) พบว่ามีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Tolerance) ต่ำสุดเท่ากับ .483 ซึ่งมีค่ามากกว่า .10 และค่าการขยายความแปรปรวน (VIF) สูงสุดเท่ากับ 2.071 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรพยากรณ์ไม่มีความสัมพันธ์กันเองสูงเกินไปจนเกิดปัญหาภาวะพหุร่วมเชิงเส้น (Hair et al., 2019)

โดยด้านที่มีอิทธิพลต่อการเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของสถานศึกษามากที่สุด คือ ด้านการแลกเปลี่ยนหมุนเวียนเป็นผู้นำ (X₃) ($\beta = .342$) รองลงมาคือ ด้านการตัดสินใจร่วม (X₂) ($\beta = .267$) ด้านการสร้างเครือข่ายทีมงาน (X₄) ($\beta = .251$) ด้านการสื่อสาร (X₁) ($\beta = .145$) และด้านการสร้าง

การเปลี่ยนแปลง (X_5) ($\beta = .144$) ตามลำดับ โดยสามารถเขียนอยู่ในรูปสมการคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

สมการคะแนนดิบ

$$\hat{Y} = .545 + .270^{**}(X_3) + .218^{**}(X_2) + .205^{**}(X_4) + .120^{**}(X_1) + .117^{**}(X_5)$$

สมการคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{Z}_Y = .342^{**}(Z_{X3}) + .267^{**}(Z_{X2}) + .251^{**}(Z_{X4}) + .145^{**}(Z_{X1}) + .144^{**}(Z_{X5})$$

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการประเมินภาวะผู้นำพลังร่วมของผู้บริหารสถานศึกษา ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพิจิตร เขต 2 ในภาพรวมจัดอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยเมื่อวิเคราะห์จำแนกตามรายองค์ประกอบ พบว่ามีมิติที่มีความโดดเด่นโดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ การแลกเปลี่ยนหมุนเวียนเป็นผู้นำ

ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการที่ผู้บริหารในสังกัดได้รับการส่งเสริมศักยภาพและพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ตามยุทธศาสตร์และพันธกิจหลักของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาฯ ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนผ่านกระบวนการจัดการบริหารจากการยึดติดอำนาจไว้ที่ศูนย์กลาง ไปสู่การบริหารที่เน้นการกระจายอำนาจตามความเชี่ยวชาญ ผู้บริหารสถานศึกษามีความไว้วางใจในศักยภาพของครู โดยเปิดโอกาสให้คณะครูได้แลกเปลี่ยนหมุนเวียนเป็นผู้นำในโครงการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ตามความถนัดของตนเอง จนเกิดเป็นวัฒนธรรมการบริหารสถานศึกษาแบบแบ่งปันการเป็นผู้นำภายในสถานศึกษา ส่งผลให้ด้านการแลกเปลี่ยนหมุนเวียน เป็นผู้นำมีค่าเฉลี่ยสูงสุด สอดคล้องกับแนวคิดของ Brinkerhoff et al. (2015) ได้อธิบายไว้ในหนังสือ Collective Leadership: Activating the Gifts of Your Team ซึ่งกล่าวว่า ภาวะผู้นำที่เกิดขึ้นจากการรวมพลัง นั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับบุคคลใดบุคคลหนึ่ง แต่เป็นกระบวนการที่สมาชิกในองค์กรทำงานร่วมกันเพื่อเป้าหมายที่มีร่วมกัน โดยหัวใจสำคัญคือ การปลูกศักยภาพที่ซ่อนอยู่ในตัวสมาชิกทุกคนในทีมออกมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ประเด็นดังกล่าวมีความสอดคล้องกับข้อค้นพบของ บัณฑิต ลักษณะภาวะวรรณ (2562) ซึ่งได้ศึกษาอิทธิพลของภาวะผู้นำพลังร่วมที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงานของครู ในจังหวัดขอนแก่น พบว่าภาพรวมของภาวะผู้นำพลังร่วมอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก และด้านการหมุนเวียนบทบาทผู้นำมีความโดดเด่นสูงสุด นอกจากนี้ ผลลัพธ์ยังเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานของ ขวัญฤดี คนชื่อ (2566) ที่ได้ประเมินความจำเป็นในการพัฒนาภาวะผู้นำรูปแบบดังกล่าวในบริบทจังหวัดนครพนม และพบว่าสถานการณ์จริงในปัจจุบันนั้นปรากฏผลอยู่ในระดับมาก

2. ผลการประเมินสถานะความเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของสถานศึกษา ภายใต้การกำกับของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพิจิตร เขต 2 ชี้ให้เห็นว่าในภาพรวมจัดอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยเมื่อจำแนกตามรายองค์ประกอบพบว่า มิติที่มีคะแนนเฉลี่ยโดดเด่นที่สุด คือ การสะท้อนผลทางวิชาชีพ

ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการที่สำนักงานเขตพื้นที่ฯ ได้กำหนดนโยบายและทิศทางการยกระดับคุณภาพการศึกษาไว้อย่างชัดเจนและต่อเนื่อง โดยเฉพาะการส่งเสริมกระบวนการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพให้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษาและครู ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์การประเมินวิทยฐานะแบบใหม่ (วPA) ที่เน้นให้ครูมีการทำบันทึกหลังสอนและสะท้อนผลการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ โดยเรียนรู้จากการทำงานร่วมกันเป็นทีมและสนับสนุนซึ่งกันและกัน นำไปสู่การปฏิบัติในสถานศึกษาที่มีประสิทธิภาพ ทำให้ครูเกิดความตระหนักและนำไปสู่การวิเคราะห์ข้อดีข้อเสียของการจัดการเรียนรู้ของตนเองได้ ส่งผลให้ด้านการสะท้อนผลทางวิชาชีพมีค่าเฉลี่ยสูงสุด สอดรับกับงานวิจัยของ Zheng et al. (2019) ซึ่งได้ศึกษาบทบาทของ PLC ในโรงเรียน พบว่ามีมิติด้านการสะท้อนผลการปฏิบัติงานร่วมกัน ถือเป็นกลไกสำคัญของกระบวนการ PLC สอดคล้องกับการศึกษาของ ธงชัย กัลยา (2567) ระบุว่า สถานะความเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของสถานศึกษาประถมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาฬสินธุ์ เขต 2 ปัจจุบันอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ พิระดา ขวัญศิริ (2567) พบว่า สภาพความเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของสถานศึกษามัธยมในจังหวัดกาฬสินธุ์ในปัจจุบัน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

3. จากการทดสอบความเกี่ยวข้องกันทางสถิติพบว่า ภาวะผู้นำพลังร่วมของผู้บริหารมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ โดยค่าความสัมพันธ์ปรากฏอยู่ในระดับสูงมาก และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเมื่อจำแนกวิเคราะห์ลงลึกในรายองค์ประกอบย่อย ก็พบรูปแบบความสัมพันธ์ที่สอดคล้องกัน

ทั้งนี้เป็นเพราะหลักการของภาวะผู้นำพลังร่วมสอดคล้องกับกระบวนการ PLC อย่างลงตัว โดยเฉพาะผู้บริหารในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาฬสินธุ์ เขต 2 ที่เน้นการกระจายและหมุนเวียนบทบาทผู้นำตามความเชี่ยวชาญ ซึ่งช่วยลดวัฒนธรรมอำนาจนิยมและสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วม เมื่อครูได้รับความไว้วางใจให้มีบทบาทนำ จึงเกิดความกล้าที่จะแลกเปลี่ยนเรียนรู้และร่วมกันแก้ปัญหาจากระดับผู้ปฏิบัติงานจริงโดยไม่รอการสั่งการ ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองอยู่ในระดับสูงมาก แนวโน้มดังกล่าวเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานศึกษาของ จักรกฤษ นามแสงผา (2568) ที่ได้วิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างบทบาทผู้นำเชิงวิชาการกับกระบวนการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ ในเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 4 ผลปรากฏว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เกื้อหนุนกันในระดับสูงมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 สอดรับกับข้อมูลของ ปานหทัย ธรรมรัตน์ (2564) ซึ่งพบข้อเท็จจริงในพื้นที่จังหวัดสกลนครว่า ภาวะผู้นำทางวิชาการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความเป็น PLC ในระดับสูง ($r_{xy} = 0.825$, Sig .01) หลักฐานเหล่านี้ช่วยตอกย้ำว่า การที่ผู้บริหารมุ่งเน้นสร้างบรรยากาศทางวิชาการและเปิดโอกาสให้ครูมีส่วนร่วม ถือเป็นกุญแจสำคัญที่ขับเคลื่อนความเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพให้เกิดขึ้นจริง

4. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรพยากรณ์ชี้ให้เห็นว่า ภาวะผู้นำพลังร่วมทั้ง 5 ด้าน อันประกอบด้วย การแลกเปลี่ยนหมุนเวียนเป็นผู้นำ, การตัดสินใจร่วม, การสื่อสาร, การสร้างเครือข่ายทีมงาน,

และการสร้างการเปลี่ยนแปลง สามารถร่วมกันพยากรณ์ความเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของสถานศึกษาได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณในระดับสูงมากและมีประสิทธิภาพในการทำนายผลคิดเป็นร้อยละ 89.60

ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากภาวะผู้นำพลังร่วมเป็นปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นต่อการสร้างและขับเคลื่อนชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพให้เกิดขึ้นและดำรงอยู่อย่างยั่งยืนในสถานศึกษา โดยเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์การจากรูปแบบที่พึ่งพาผู้บริหารสถานศึกษาคนเดียวไปสู่วัฒนธรรมแห่งความร่วมมือและการเรียนรู้ร่วมกันของทุกคนในสถานศึกษา โดยภาวะผู้นำพลังร่วมส่งเสริมการทำงานเป็นทีมที่คณะครูสามารถแลกเปลี่ยนการเป็นผู้นำไปตามสถานการณ์ มีการดำเนินงานอย่างชัดเจน ทำให้เกิดการใช้ศักยภาพของบุคลากรอย่างเต็มที่ ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ ร่วมกับการตัดสินใจร่วมกันในการแก้ปัญหาและพัฒนาคุณภาพผู้เรียน ซึ่งมีเครือข่ายความร่วมมือที่เข้มแข็งที่ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สื่อสารสร้างความเข้าใจ มีการให้ข้อมูลป้อนกลับ และสร้างการเปลี่ยนแปลงในองค์กรผ่านการพัฒนาวิชาชีพร่วมกัน เพื่อส่งเสริมการบริหารสถานศึกษาและบุคลากรทางการศึกษา ประเด็นนี้สอดคล้องกับข้อค้นพบของ ธีระนันต์ โมธรรม และคณะ (2564) ซึ่งมุ่งศึกษาอิทธิพลของภาวะผู้นำต่อความสำเร็จในการสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ สำหรับโรงเรียนมัธยมศึกษาในจังหวัดนครพนม โดยผลการวิเคราะห์ชี้ชัดว่า ตัวแปรด้านการส่งเสริมการมีส่วนร่วมและด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล เป็นปัจจัยทำนายที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งมีความสามารถในการทำนายผลได้ร้อยละ 47.00 เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Somprach et al. (2017) ที่ได้สำรวจบริบทโรงเรียนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย และพบว่ารูปแบบภาวะผู้นำเป็นตัวแปรหลักที่กำหนดระดับการมีส่วนร่วมของครูในกิจกรรม PLC ได้สูงถึงร้อยละ 55.60 โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาวะผู้นำแบบร่วมมือที่ถือเป็นกลไกสำคัญ สอดคล้องกับผลการวิจัยในการวิจัยครั้งนี้ที่แสดงให้เห็นว่า เมื่อผู้บริหารสถานศึกษาใช้ภาวะผู้นำที่เน้นการมีส่วนร่วมและการกระจายอำนาจ จะส่งผลให้ครูมีความตื่นตัวและร่วมมือกันในกระบวนการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพมากขึ้น ซึ่งยืนยันได้ว่าภาวะผู้นำที่เน้นความร่วมมือเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนคุณภาพการศึกษาในบริบทของประเทศไทย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากผลการวิจัยที่บ่งชี้ว่าองค์ประกอบด้านการแลกเปลี่ยนหมุนเวียนเป็นผู้นำของภาวะผู้นำพลังร่วมมีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสูดนั้น หน่วยงานต้นสังกัดควรรวมถึงสถานศึกษาในกำกับ ควรนำสารสนเทศนี้ไปกำหนดเป็นยุทธศาสตร์หลักในการพัฒนาศักยภาพผู้บริหาร โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมวัฒนธรรมการสลับเปลี่ยนกันขึ้นนำตามสถานการณ์และความเชี่ยวชาญ ซึ่งแนวทางดังกล่าวจะเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับคุณภาพการดำเนินงานชุมชนแห่งการเรียนรู้ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

1.2 จากผลการวิจัยที่บ่งชี้ว่าองค์ประกอบด้านการสะท้อนผลทางวิชาชีพของชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพมีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสูดนั้น ผู้บริหารสถานศึกษาและคณะครูจึงควรให้ความสำคัญกับ

การรักษามาตรฐานและต่อยอดกระบวนการดังกล่าวให้เข้มข้นยิ่งขึ้น เพื่อเป็นรากฐานสำคัญที่ช่วยหล่อเลี้ยงความเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของสถานศึกษาให้ดำรงอยู่อย่างมั่นคงและยั่งยืน

1.3 เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน พบว่า องค์ประกอบที่มีน้ำหนักความสำคัญสูงสุดในการทำนายความเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ คือ การแลกเปลี่ยนหมุนเวียนเป็นผู้นำ ดังนั้นหน่วยงานต้นสังกัดรวมถึงสถานศึกษาในกำกับ จึงสมควรนำองค์ความรู้นี้ไปกำหนดเป็นแนวทางปฏิบัติเพื่อขับเคลื่อนและยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัย พบว่า ภาวะผู้นำพลังร่วมของผู้บริหารสถานศึกษา มีค่าอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 89.60 แสดงว่ายังมีองค์ประกอบของภาวะผู้นำพลังร่วมอื่น ๆ ที่สามารถส่งผลต่อการเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของสถานศึกษาได้ จึงควรศึกษาองค์ประกอบของภาวะผู้นำพลังร่วมอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน การกำหนดปัญหา เพื่อให้ได้ภาพรวมที่ครอบคลุมและสามารถออกแบบแนวทางการพัฒนาสถานศึกษาได้อย่างเป็นองค์รวมมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2561). *การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows* (พิมพ์ครั้งที่ 12). สามลดา.
- ขวัญฤดี คนเชื้อ. (2566). *การประเมินความต้องการจำเป็นในการพัฒนาภาวะผู้นำแบบรวมพลังของผู้บริหารโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานครพนม* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร. https://gsmis.snru.ac.th/e-thesis/thesis_detail?r=64421247115
- จักรกฤษ นามแสงผา และ ยุทธศาสตร์ กงเพชร. (2568). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงวิชาการของผู้บริหารกับการเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 4. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 15(2), 308–321. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/neuarj/article/view/276514>
- ธงชัย กัลยา. (2567). ความต้องการจำเป็นในการส่งเสริมการเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาฬสินธุ์ เขต 2. *วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ*, 6(2), 427–440. <https://so10.tci-thaijo.org/index.php/rdicpru/article/view/1201>
- ธีระนันต์ โมธรรม, วาโร เฟิงสวัสดิ์ และ เอกลักษณ์ เพียสา. (2564). ภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 22. *วารสารพิชฌุทธศาสตร์*, 16(3), 95–107. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/Pitchayat/article/view/249874>

- บัณฑิต ลักษณะภาวะรณ. (2562). ภาวะผู้นำพลังร่วมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 25. *วารสารวิชาการธรรมทรรณ*, 19(4), 1–14. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/dhammathas/article/view/216333>
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 10). สุวีริยาสาส์น.
- ปานหทัย ธรรมรัตน์. (2564). *ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษากับการเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 2 [วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท]*. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร. https://gsmis.snru.ac.th/e-thesis/thesis_detail?r=62421229108
- พิระดา ขวัญศิริ. (2567). การศึกษาบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อการเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาคสนธิ์. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 18(2), 93–103. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/rmuj/article/view/275025>
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2564). *แนวทางการนิเทศภายในโดยใช้ห้องเรียนเป็นฐานเพื่อพัฒนาคุณภาพของผู้เรียน*. หน่วยศึกษานิเทศก์ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน.
- Brinkerhoff, M., Murrieta, K. and O'Neill, C. (2015). *Collective Leadership: Activating the Gifts of Your Team*. Berta MacGregor.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). Harper & Row.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. and Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Hargreaves, A. and Fullan, M. (2012). *Professional capital: Transforming teaching in every school*. Teachers College Press.
- Hord, S. M. (Ed.). (2004). *Learning together, leading together: Changing schools through professional learning communities*. Teachers College Press.
- Likert, R. (1967). *The human organization: Its management and value*. McGraw-Hill.
- Somprach, K., Tang, K.N. and Popoonsak, P. (2017). The relationship between school leadership and professional learning communities in Thai basic education schools. *Educational Research for Policy and Practice* 16, 157–175. <https://doi.org/10.1007/s10671-016-9206-7>
- Stoll, L., Bolam, R., McMahon, A., Wallace, M. and Thomas, S. (2006). Professional learning communities: A review of the literature. *Journal of Educational Change*, 7(4), 221–258. <https://doi.org/10.1007/s10833-006-0001-8>

UNESCO. (2021). *Reimagining our futures together: A new social contract for education*.

UNESCO. <https://doi.org/10.54675/ASRB4722>

Zheng, X., Yin, H. and Li, Z. (2019). Exploring the relationships among instructional leadership, professional learning communities and teacher self-efficacy in China. *Educational Management Administration & Leadership*, 47(6), 843-859. <https://doi.org/10.1177/1741143218764176>

ความรู้ความเข้าใจในการยื่นภาษีส่งผลต่อประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการภาษี
ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่น

The Influence of Tax Filing Knowledge and Comprehension on the Efficiency
of Tax Compliance Among Community Enterprises in Khon Kaen Province

นฤมล อริยพิมพ์*

Naruemol Ariyapim *

หลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Bachelor of Accountancy Program, Faculty of Business Administration, Northeastern University

*Corresponding author's email address: naruemol.ari@neu.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

21 มกราคม 2569

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

22 กุมภาพันธ์ 2569

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

24 มีนาคม 2569

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความรู้ความเข้าใจในการยื่นแบบรายการภาษีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่น 2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในการยื่นภาษีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการภาษี และ 3) เสนอแนะแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการยื่นแบบรายการภาษีและการวางแผนภาษีอากรที่เหมาะสม โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 349 กลุ่ม ซึ่งเป็นตัวแทนผู้ที่รับผิดชอบด้านบัญชีและการเงินของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดขอนแก่น จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่นมีระดับความรู้ความเข้าใจในการยื่นแบบรายการภาษีโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งด้านกฎหมายภาษี ด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี และด้านเทคโนโลยีการยื่นแบบผ่านระบบ e-Filing โดยด้านกฎหมายภาษีมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ความรู้ความเข้าใจในการยื่นภาษีทั้งสามด้านส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการภาษีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการภาษีได้ร้อยละ 68.3 โดยปัจจัยด้านความรู้กฎหมายภาษีส่งผลสูงที่สุด ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าการยกระดับความรู้และทักษะด้านภาษีและเทคโนโลยีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะช่วยเพิ่มความถูกต้อง ความรวดเร็ว และความคุ้มค่าในการยื่นแบบรายการภาษี เช่น การจัดอบรมให้ความรู้และสิทธิประโยชน์ทางบัญชี รวมถึงการสร้างทัศนคติเชิงบวกต่อการเสียภาษี อันนำไปสู่การบริหารจัดการภาษีที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืนในระยะยาว

คำสำคัญ: ความรู้, ความเข้าใจ, การยื่นภาษี, ประสิทธิภาพ, วิสาหกิจชุมชน

ABSTRACT

This research aimed to: 1) study the level of knowledge and understanding regarding tax filing among community enterprises in Khon Kaen province; 2) examine the knowledge and understanding factors affecting the efficiency of tax filing; and 3) propose guidelines for enhancing tax filing efficiency and appropriate tax planning. Data were collected from a sample of 349 representatives responsible for accounting and finance within community enterprises located in Khon Kaen province. The data were then analyzed using statistical software, employing descriptive statistics such as percentages and means, and inferential statistics such as multiple regression analysis. The findings revealed that community enterprises in Khon Kaen province demonstrated a high overall level of knowledge and understanding of tax return filing across all dimensions, namely tax law knowledge, knowledge of tax incentives, and knowledge of electronic tax filing (e-Filing) technology, with tax law knowledge showing the highest mean score. Furthermore, the results of the multiple regression analysis indicated that all three dimensions of tax filing knowledge had a positive and statistically significant effect on the efficiency of tax return filing at the .05 level, collectively explaining 68.3% of the variance in tax filing efficiency. Among these factors, tax law knowledge exerted the greatest influence. The results highlighted that enhancing tax-related knowledge and technological skills among community enterprises can improve the accuracy, timeliness, and cost-effectiveness of tax return filing. This may be achieved through activities such as training programs on accounting knowledge and tax incentives, as well as fostering positive attitudes toward tax compliance, ultimately leading to efficient and sustainable tax management in the long term.

Keywords: Knowledge, Understanding, Tax Filing, Efficiency, Community Enterprise

บทนำ

ภาษีอากรนับเป็นเครื่องมือทางการคลังที่สำคัญที่สุดของรัฐบาลทั่วโลกในการหารายได้เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค และเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศ ในปัจจุบันบริบทการจัดเก็บภาษีได้เปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคดิจิทัลตามนโยบายรัฐบาลดิจิทัลกรมสรรพากร (2566) ได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาปรับใช้ในกระบวนการจัดเก็บภาษีอย่างเต็มรูปแบบโดยรณรงค์ให้ผู้เสียภาษียื่นแบบแสดงรายการผ่านอินเทอร์เน็ต (e-Filing) เพื่ออำนวยความสะดวกเพิ่มความรวดเร็ว และเพิ่มประสิทธิภาพในการตรวจสอบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ขจีวรรณ พรพิชิตตานนท์

และฐิตาภรณ์ สีนจฺรญุคักดิ์ (2567) ที่ระบุว่าการยื่นแบบผ่านระบบ e-Filing ช่วยลดขั้นตอนและระยะเวลาในการดำเนินการได้อย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม แม้เทคโนโลยีจะถูกออกแบบมาเพื่ออำนวยความสะดวก แต่หากผู้ใช้งานขาดทักษะทางดิจิทัลและความเข้าใจในกระบวนการทำงานของระบบ ประสิทธิภาพในการยื่นแบบจะลดลง การศึกษาของ Granfon et al. (2023) ชี้ให้เห็นว่า ความซับซ้อนของนโยบายภาษีและข้อจำกัดด้านความรู้ของผู้ประกอบการรายย่อย เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความเสี่ยงในการปฏิบัติตามกฎหมายภาษีผิดพลาด ดังนั้น เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์กับประเทศชาติ และทำให้ผู้เสียภาษีเต็มใจในการชำระภาษี หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมสรรพากรและสถาบันการศึกษา ควรให้ความรู้ทางด้านภาษีอากร และข้อมูลที่เพียงพอเกี่ยวกับการชำระภาษีที่ถูกต้อง (ธนรัชฎา พูนทอง และ สุมาลี รามันัญ, 2564) เพราะหากไม่ปฏิบัติตามกฎหมายจะได้รับโทษ ไม่ว่าจะเป็นการเสียเบี้ยปรับ เงินเพิ่ม หรือจำคุก (สมคิด บางโม, 2563)

สำหรับผู้ประกอบการในระดับฐานราก โดยเฉพาะ "กลุ่มวิสาหกิจชุมชน" ซึ่งเป็นองค์กรที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน กลับพบอุปสรรคสำคัญด้านองค์ความรู้ กลุ่มนักวิชาการภาษีอากร (2566); ขนิษฐา นิลรัตนานนท์ (2567) พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มักขาดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับบัญชีและภาษีอากร เกิดความสับสนในการจำแนกประเภทรายได้ และไม่ทราบถึงสิทธิประโยชน์ทางภาษี รวมถึงมีความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนเกี่ยวกับเกณฑ์รายได้ 1.8 ล้านบาทต่อปี สำหรับการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการวางแผนภาษีที่ผิดพลาด ทั้งนี้ความรู้ทางภาษีเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและประสิทธิภาพในการเสียภาษี โดยงานวิจัยของ Le and Nguyen (2022) ซึ่งศึกษาบริบทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศเวียดนาม พบว่า ผู้ประกอบการที่มีความเข้าใจในกฎหมายภาษีและขั้นตอนการคำนวณที่ถูกต้องจะมีอัตราความผิดพลาดในการยื่นแบบต่ำกว่า และมีแนวโน้มในการปฏิบัติตามกฎหมายภาษีสูงกว่า สอดคล้องกับการศึกษาของ Rumahorbo and Rinendy (2023) ที่พบว่าอุปสรรคสำคัญของผู้ประกอบการ คือ การขาดความรู้ความเข้าใจในขั้นตอนการลงทะเบียน และการคำนวณภาษี ทำให้ผู้เสียภาษีสู้สึกกดดัน และไม่สามารถปฏิบัติตามภาระภาษีได้อย่างถูกต้อง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าปัญหาไม่ได้เกิดจากเจตนาหลีกเลี่ยงภาษีเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากข้อจำกัดด้านองค์ความรู้

สำหรับประเทศไทย โดยเฉพาะในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมีวิสาหกิจชุมชนจดทะเบียนจำนวนมาก จากการศึกษาของ เฉลิมเจษฎ์ สมานูห์ตต์ และคณะ (2567); นฤมล อริยพิมพ์ (2568) พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ยังประสบปัญหาด้านการบริหารจัดการบัญชีและภาษี โดยเฉพาะผู้ดูแลบัญชีของกลุ่มที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในการคำนวณกำไรสุทธิเพื่อเสียภาษี และการใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีตามที่กฎหมายกำหนด ความไม่รู้เหล่านี้นำไปสู่ความเสี่ยงในการถูกประเมินภาษีย้อนหลัง การส่งเอกสารไม่ครบถ้วน และการยื่นไม่ทันตามกำหนดเวลา (ขจิวรรณ พรพิชิตตานนท์ และ ฐิตาภรณ์ สีนจฺรญุคักดิ์, 2567) ซึ่งกระทบต่อสภาพคล่องทางการเงินของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่หากมีความรู้ความเข้าใจ

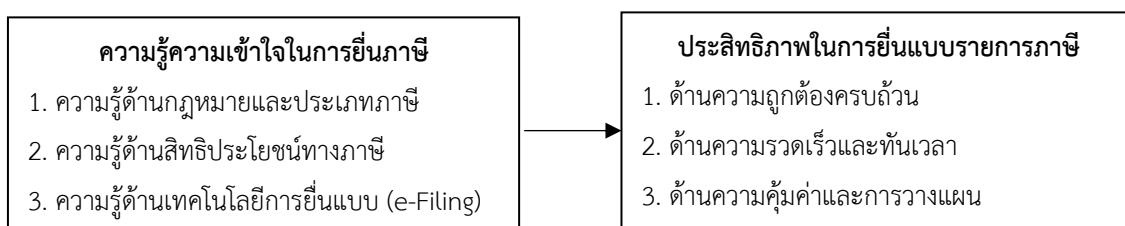
ในการใช้งานของระบบอย่างถูกต้อง จะส่งผลโดยตรงต่อความถูกต้องและครบถ้วนของข้อมูลที่ยื่นเข้าสู่ระบบ ทำให้การยื่นแบบแสดงรายการภาษีมีประสิทธิภาพ (อุไรพรรณ แซ่ลี, 2562)

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญที่จะศึกษา เรื่อง ความรู้ความเข้าใจในการยื่นภาษีส่งผลต่อประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการภาษีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่น เพื่อนำผลการศึกษาไปสู่การเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาศักยภาพด้านการบริหารจัดการภาษีให้กับวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการบริหารจัดการภาษีของวิสาหกิจชุมชนให้สามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้อง คุ่มค่า และยั่งยืน สอดรับกับทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศและมาตรฐานสากลต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความรู้ความเข้าใจในการยื่นแบบรายการภาษี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในการยื่นภาษีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการภาษีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่น
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการยื่นแบบรายการภาษีและการวางแผนภาษีอากรที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่น

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินงานวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดขอนแก่น ที่จดทะเบียนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 จำนวนทั้งสิ้น 2,723 กลุ่ม (กลุ่มทะเบียน และสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน, 2566) ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้สูตร Yamane (1973) ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ภายใต้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างตาม การคำนวณจำนวน 349 กลุ่ม โดยผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ตัวแทนผู้ที่รับผิดชอบด้านบัญชีและการเงินของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

เครื่องมือที่ใช้การวิจัย

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็น แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 แบบทดสอบเพื่อวัดระดับความรู้ความเข้าใจในการยื่นภาษี ส่วนที่ 3

แบบประเมินประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการภาษี ส่วนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปสู่การหาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพและวางแผนภาษีอากรที่เหมาะสม ผลการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามในด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) รวมทั้งฉบับของแบบสอบถามเท่ากับ 0.899 วัดความเชื่อมั่นความสอดคล้องภายในด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาคปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในการยื่นภาษี 0.820 และปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการเสียภาษี 0.856

วิธีรวบรวมข้อมูล

วิธีการรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 349 ชุด โดยเก็บข้อมูลด้วยตนเองและระบบออนไลน์ หลังจากได้รับแบบสอบถามกลับคืน ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล จากนั้นนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์บันทึกลงในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยเลือกใช้สถิติตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้ 1) สถิติเชิงพรรณนา เพื่อบรรยายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและตัวแปรที่ศึกษา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ย (Mean) สำหรับแปลผลระดับคะแนนความรู้ความเข้าใจและระดับความคิดเห็นด้านประสิทธิภาพในการยื่นภาษี และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อดูการกระจายของข้อมูลจากค่าเฉลี่ย ว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันหรือกระจัดกระจาย 2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้วิเคราะห์ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในการยื่นภาษีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการภาษีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่น สถิติที่ใช้ คือ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สรุปผลการวิจัย

ผลจากการวิจัย เรื่องความรู้ความเข้าใจในการยื่นภาษีส่งผลต่อประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการภาษีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่น สรุปได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 76.2 มีอายุระหว่าง 41–50 ปี ร้อยละ 37.2 มีระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช./ปวส. ร้อยละ 36.7 ระยะเวลาในการทำงานมากกว่า 5 ปี ร้อยละ 39.3 และสถานะรายได้กลุ่มมีรายได้ไม่เกิน 1.8 ล้าน ร้อยละ 73.0

ผลการวิเคราะห์ระดับความรู้ความเข้าใจในการยื่นแบบรายการภาษีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่น พบว่า ระดับความรู้ความเข้าใจในการยื่นแบบรายการภาษีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่นอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 3 ด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านกฎหมายภาษี ($\bar{X}=4.14$, S.D. = 0.732) รองลงมา คือ ด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี ($\bar{X}=4.12$,

S.D. = 0.724) และด้านเทคโนโลยีการยื่นแบบ (e-Filing) ($\bar{X}$ = 3.88, S.D. = 0.910) รายละเอียดแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับความรู้ความเข้าใจในการยื่นแบบรายการภาษี

ตัวแปร	n= 349		ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับที่
	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านกฎหมายภาษี	4.14	0.732	มาก	1
ด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี	4.12	0.724	มาก	2
ด้านเทคโนโลยีการยื่นแบบ (e-Filing)	3.88	0.910	มาก	3

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในการยื่นแบบรายการภาษีมียผลต่อประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการภาษีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่น การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระพบว่าค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่า ($VIF < 10$) อยู่ระหว่าง 1.644 – 2.221 มีค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.477 จึงสรุปได้ว่า ตัวแปรอิสระทุกตัว ไม่มีความสัมพันธ์กันเองในระดับสูงมาก และไม่เกิดปัญหา Multicollinearity การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า ทั้ง 3 ปัจจัยส่งผลทางบวกต่อประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการภาษีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่น ปัจจัยดังกล่าวสามารถอธิบายความแปรปรวนหรือทำนายตัวแปรตาม คือ ประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการภาษีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่น ได้ร้อยละ 68.3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยปัจจัยด้านกฎหมายภาษี (X_1) มีผลต่อประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการภาษีด้านความถูกต้องครบถ้วนมากที่สุด รองลงมาด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี (X_2) และด้านเทคโนโลยีการยื่นแบบ(e-Filing) (X_3) โดยสามารถเขียนสมการถดถอยได้ดังนี้

$$\hat{Y} = .988 + .338 (X_1) + .251 (X_2) + .170 (X_3)$$

รายละเอียดแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในการยื่นแบบรายการภาษีมียผลต่อประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการภาษีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่น

ความรู้ความเข้าใจในการยื่นภาษี	ประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการภาษีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดขอนแก่น					
	B	Std	Beta	t	Sig	VIF
ค่าคงที่ (Constant)	0.988	0.117		8.478	0.000	
ด้านกฎหมายภาษี (X_1)	0.338	0.037	0.403	9.095	0.000	2.136
ด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี (X_2)	0.251	0.038	0.296	6.547	0.000	2.221
ด้านเทคโนโลยีการยื่นแบบ(e-Filing) (X_3)	0.170	0.026	0.252	6.483	0.000	1.644
Adj. R = 0.827	Adj. R ² = 0.683	Sig = 0.000				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในการยื่นแบบรายการภาษีมีผลต่อประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการภาษีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่น ด้านความถูกต้องครบถ้วน การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระพบว่าค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่า ($VIF < 10$) อยู่ระหว่าง 1.644 – 2.221 มีค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.393 จึงสรุปได้ว่า ตัวแปรอิสระทุกตัว ไม่มีความสัมพันธ์กันเองในระดับสูงมาก และไม่เกิดปัญหา Multicollinearity การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า ทั้ง 3 ปัจจัยส่งผลทางบวกต่อประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการภาษีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่นด้านความถูกต้องครบถ้วน ปัจจัยดังกล่าวสามารถอธิบายความแปรปรวนหรือทำนายตัวแปรตาม คือ ประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการภาษีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่นด้านความถูกต้องครบถ้วน ได้ร้อยละ 66.0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยปัจจัยด้านกฎหมายภาษี (X_1) มีผลต่อประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการภาษีด้านความถูกต้องครบถ้วนมากที่สุด รองลงมาด้านเทคโนโลยีการยื่นแบบ (e-Filing) (X_3) และด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี (X_2) โดยสามารถเขียนสมการถดถอยได้ดังนี้

$$\hat{Y} = .548 + .384 (X_1) + .178 (X_2) + .315 (X_3)$$

รายละเอียดแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในการยื่นแบบรายการภาษีมีผลต่อประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการภาษีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่นด้านความถูกต้องครบถ้วน

ความรู้ความเข้าใจในการยื่นภาษี	ประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการภาษีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่น ด้านความถูกต้องครบถ้วน					
	B	Std	Beta	t	Sig	VIF
ค่าคงที่ (Constant)	0.548	0.146		3.758	0.000	
ด้านกฎหมายภาษี (X_1)	0.384	0.047	0.379	8.264	0.000	2.136
ด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี (X_2)	0.178	0.048	0.174	3.712	0.000	2.221
ด้านเทคโนโลยีการยื่นแบบ (e-Filing) (X_3)	0.315	0.033	0.386	9.604	0.000	1.644
Adj. R = 0.813	Adj. R ² = 0.660		Sig = 0.000			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในการยื่นแบบรายการภาษีมีผลต่อประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการภาษีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่น ด้านความรวดเร็วและทันเวลา การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระพบว่าค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่า ($VIF < 10$) อยู่ระหว่าง 1.644 – 2.221 มีค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.462 จึงสรุปได้ว่า ตัวแปรอิสระทุกตัว ไม่มีความสัมพันธ์กันเองในระดับสูงมาก และไม่เกิดปัญหา Multicollinearity

การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า ทั้ง 3 ปัจจัยส่งผลทางบวกต่อประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการภาษีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่นด้านความรวดเร็วและทันเวลา ปัจจัยดังกล่าวสามารถอธิบายความแปรปรวนหรือทำนายตัวแปรตาม คือ ประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการภาษีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่นด้านความรวดเร็วและทันเวลา ได้ร้อยละ 59.3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี (X_2) มีผลต่อประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการภาษีด้านความรวดเร็วและทันเวลามากที่สุด รองลงมาด้านกฎหมายภาษี (X_1) และด้านเทคโนโลยีการยื่นแบบ (e-Filing) (X_3) โดยสามารถเขียนสมการถดถอยได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 1.092 + 0.335 (X_1) + 0.357 (X_2) + 0.065 (X_3)$$

รายละเอียดแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในการยื่นแบบรายการภาษีมีผลต่อประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการภาษีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่นด้านความรวดเร็วและทันเวลา

ความรู้ความเข้าใจในการยื่นภาษี	ประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการภาษีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่น ด้านความรวดเร็วและทันเวลา					
	B	Std	Beta	t	Sig	VIF
ค่าคงที่ (Constant)	1.092	0.140		7.811	0.000	
ด้านกฎหมายภาษี (X_1)	0.335	0.045	0.375	7.505	0.000	2.136
ด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี (X_2)	0.357	0.046	0.396	7.770	0.000	2.221
ด้านเทคโนโลยีการยื่นแบบ (e-Filing) (X_3)	0.065	0.031	0.091	2.071	0.039	1.644
Adj. R = 0.772	Adj. R ² = 0.593	Sig = 0.000				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในการยื่นแบบรายการภาษีมีผลต่อประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการภาษีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่น ด้านความคุ้มค่าและการวางแผน การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระพบว่าค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่า ($VIF < 10$) อยู่ระหว่าง 1.644 – 2.221 มีค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.550 จึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระทุกตัว ไม่มีความสัมพันธ์กันเองในระดับสูงมาก และไม่เกิดปัญหา Multicollinearity การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า ทั้ง 3 ปัจจัยส่งผลทางบวกต่อประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการภาษีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่นด้านความคุ้มค่าและการวางแผน ปัจจัยดังกล่าวสามารถอธิบายความแปรปรวนหรือทำนายตัวแปรตาม คือ ประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการภาษีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่นด้านความคุ้มค่าและการวางแผน ได้ร้อยละ 38.2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยปัจจัยด้านกฎหมายภาษี (X_1) มีผลต่อประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการภาษีด้านความรวดเร็ว

และทันเวลามากที่สุด รองลงมาด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี (X_2) และด้านเทคโนโลยีการยื่นแบบ (e-Filing) (X_3) โดยสามารถเขียนสมการถดถอยได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 1.324 + .295 (X_1) + .218 (X_2) + .130 (X_3)$$

รายละเอียดแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในการยื่นแบบรายการภาษีมีผลต่อประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการภาษีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่น ด้านความคุ้มค่าและการวางแผน

ความรู้ความเข้าใจในการยื่นภาษี	ประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการภาษีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่น					
	ด้านความคุ้มค่าและการวางแผน					
	B	Std	Beta	t	Sig	VIF
ค่าคงที่ (Constant)	1.324	0.184		7.195	0.000	
ด้านกฎหมายภาษี (X_1)	0.295	0.059	0.311	5.029	0.000	2.136
ด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี (X_2)	0.218	0.061	0.227	3.594	0.000	2.221
ด้านเทคโนโลยีการยื่นแบบ(e-Filing) (X_3)	0.130	0.041	0.170	3.134	0.002	1.644
Adj. R = 0.618	Adj. R ² = 0.382		Sig = 0.000			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในการยื่นแบบรายการภาษีมีผลต่อประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการภาษีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัยจึงเสนอแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการยื่นแบบรายการภาษีและการวางแผนภาษีอากรที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่น ดังนี้ 1) การยกระดับสมรรถนะด้านบัญชีและกฎหมายภาษีอากร วิสาหกิจชุมชนควรได้รับการอบรมเชิงปฏิบัติการที่เน้นการทำบัญชีและภาษีให้ถูกต้องตามมาตรฐานบัญชีวิสาหกิจชุมชน 2) การใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีและการวางแผนภาษี วิสาหกิจชุมชนควรมีการวางแผนภาษีโดยใช้ประโยชน์จากมาตรการต่าง ๆ ของรัฐ โดยสามารถศึกษาจากคู่มือหรือแนวปฏิบัติของกรมส่งเสริมการเกษตรและกรมสรรพากร เพื่อให้เกิดการประหยัดค่าใช้จ่ายทางภาษีอย่างถูกกฎหมาย 3) การเปลี่ยนผ่านสู่ระบบบัญชีดิจิทัลและการยื่นแบบออนไลน์ วิสาหกิจชุมชนควรได้รับการส่งเสริมให้มีการนำเทคโนโลยีหรือโปรแกรมบัญชีสำเร็จรูปมาใช้แทนการจดบันทึกด้วยมือ และสนับสนุนการยื่นภาษีผ่านระบบ e-Filing 4) การสร้างทัศนคติเชิงบวกต่อการเสียภาษี วิสาหกิจชุมชนควรได้รับความเข้าใจใหม่ว่าการเสียภาษีที่ถูกต้องจะช่วยให้เข้าถึงแหล่งเงินทุนและมาตรการช่วยเหลือจากรัฐได้ง่ายขึ้น ซึ่งการปรับทัศนคติเป็นผู้เสียภาษีที่มีคุณภาพจะนำไปสู่ความเต็มใจในการยื่นแบบแสดงรายการเสียภาษีอย่างถูกต้อง 5) การพึ่งพาตนเอง วิสาหกิจชุมชนต้องไม่รอพึ่งพาหน่วยงานภายนอกในการทำบัญชีเพียงอย่างเดียว แต่ควรสร้างระบบการเรียนรู้ภายในกลุ่ม เพื่อให้สมาชิกสามารถตรวจสอบความถูกต้องของบัญชีได้เอง ซึ่งจะส่งผลต่อการลดข้อผิดพลาดทางภาษีได้

และ 6) การสนับสนุนปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดทำบัญชี นอกจากตัวบุคคลแล้ว ปัจจัยสนับสนุน เช่น งบประมาณสำหรับอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ หรือซอฟต์แวร์บัญชี เป็นสิ่งที่ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องจัดสรรให้เพียงพอ ซึ่งการจัดหาทรัพยากรที่เอื้อต่อการทำงาน หากฝ่ายบริหารให้ความสำคัญและจัดสรรงบประมาณส่วนนี้จะส่งผลให้การการทำบัญชีและการยื่นภาษีมีความรวดเร็วขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

1. การศึกษาระดับความรู้ความเข้าใจในการยื่นแบบรายการภาษีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่น ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่นมีระดับความรู้ความเข้าใจในการยื่นแบบรายการภาษีอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจหลักการและขั้นตอนพื้นฐานทั้งด้านข้อกำหนดภาษีและสิทธิประโยชน์ภาษี ในขณะที่ความเข้าใจด้านเทคโนโลยีและระบบยื่นแบบออนไลน์ (e-Filing) ยังต่ำกว่าด้านอื่นอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งการที่ผู้ประกอบการมีพื้นฐานความรู้เชิงกฎหมายภาษีที่ค่อนข้างดี แต่ยังมีช่องว่างด้าน ทักษะการใช้ระบบดิจิทัลเพื่อการยื่นแบบภาษีออนไลน์ (e-Filing) จะเป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติงานจริงในยุคที่ระบบภาษีกำลังเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลทั้งระบบ โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทรวิดี อินทปັນตี (2568) พบว่า ผู้ประกอบการมีระดับความรู้และความเข้าใจด้านภาษีอยู่ในระดับปานกลางถึงมากเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เอื้อมพร ศิริมา และคณะ (2568) พบว่า ความรู้ความเข้าใจทางด้านภาษีและระบบการยื่นแบบผ่านอินเทอร์เน็ตมีระดับแตกต่างกัน โดยความเข้าใจด้านกฎหมายภาษีและหลักการพื้นฐานมีแนวโน้มสูงกว่าในส่วนของการใช้เทคโนโลยีการยื่นแบบผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นปัญหาที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามภาระหน้าที่ในการยื่นและชำระภาษีของผู้มีเงินได้บุคคลธรรมดาในภาคตะวันออกเฉียงเหนืออย่างมีนัยสำคัญ ยังสอดคล้องกับ ภัทรกร กนิพนธ์ (2564) พบว่า ปัญหาสำคัญของผู้ทำบัญชีและผู้ประกอบการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ ปัญหาด้านการจัดทำบัญชีที่ยังขาดความเข้าใจในวิธีปฏิบัติทางเทคนิค ซึ่งรวมถึงการใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการภาษี ดังนั้น แม้ความรู้ด้านตัวบทกฎหมายจะแม่นยำ แต่หากขาดทักษะในการใช้เครื่องมือ (Tools) ก็อาจลดทอนประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานจริงลงได้ ยังสอดคล้องกับ เยาวดี สุนทร (2566) ที่ระบุว่าปัจจัยความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนในยุคปัจจุบัน ไม่ได้ขึ้นอยู่กับเงินทุนเพียงอย่างเดียว แต่ต้องอาศัยการจัดการความรู้เพื่อให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะการปรับตัวเข้าสู่ระบบบัญชีมาตรฐานและการใช้เทคโนโลยีที่ภาครัฐนำมาบังคับใช้ หากผู้ประกอบการไม่สามารถก้าวข้ามกำแพงทางเทคโนโลยีนี้ได้ แม้จะมีความรู้กฎหมายดีเพียงใด ก็อาจประสบปัญหาความล่าช้าและข้อผิดพลาดในการยื่นแบบแสดงรายการได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนภัทร กันทาวงค์ และคณะ (2567) พบว่า กระบวนการฝึกอบรมและให้ความรู้ที่ตรงจุด ส่งผลให้ผู้ประกอบการมีความเข้าใจในหลักการบัญชีและภาษีเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนภาษีได้จริง

2. การศึกษาปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในการยื่นภาษีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการภาษีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่น จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการยื่น

แบบรายการภาษีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่น คือ ปัจจัยด้านความรู้ด้านกฎหมายภาษี สิทธิประโยชน์ และความเข้าใจในระบบ e-Filing เนื่องจากความรู้ด้านกฎหมายและสิทธิประโยชน์จะช่วยให้วิสาหกิจชุมชนลดความผิดพลาด และใช้สิทธิลดหย่อนได้อย่างถูกต้อง ส่วนความเชี่ยวชาญในระบบ e-Filing ช่วยให้กระบวนการยื่นภาษีรวดเร็วและเป็นระบบมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องงานวิจัยของ Wibowo and Yanti (2024) ซึ่งศึกษาผลของความรู้ภาษี และเทคโนโลยี e-Filing ต่อระดับการปฏิบัติตามกฎหมายภาษี พบว่า ปัจจัยความรู้ภาษีและเทคโนโลยี e-Filing มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการยื่นแบบ โดยความรู้ภาษีช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถปรับตัวและใช้เทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และสอดคล้องกับการศึกษาของ พิมพกานต์ ปานจีน และจิรพงษ์ จันทรงาม (2565) พบว่า ปัจจัยความรู้ด้านภาษีมีผลทางบวกต่อการปฏิบัติตามกฎหมายภาษีของผู้ประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สอดคล้องกับการศึกษาของ สุริสา จาตุชัย และ สุภาภฤต ปีติภัทร (2566) พบว่า ปัจจัยความรู้ภาษีมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการปฏิบัติตามภาษี สอดคล้องกับการศึกษาของ อุดมลักษณ์ แซ่หลิว (2564) พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพของระบบ และการใช้งานเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพในการยื่นแบบฯ โดยผู้ใช้งานที่มีความเข้าใจในระบบจะสามารถยื่นแบบได้รวดเร็วและมีความถูกต้องสูงกว่า นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ เจตพล ตีปยานนท์ และทิมมพร ทวีเดช (2564) พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้งานระบบเป็นปัจจัยสำคัญในการยกระดับขีดความสามารถของการยื่นภาษี หากผู้เสียภาษีขาดความรู้ในส่วนนี้จะเป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้เกิดความล่าช้าและความผิดพลาดในการปฏิบัติงานภาษีอากร

3. ข้อเสนอแนะแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการยื่นแบบรายการภาษีและการวางแผนภาษีอากรที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่น จากการวิเคราะห์ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในการยื่นแบบรายการภาษีมียผลต่อประสิทธิภาพในการยื่นแบบรายการภาษีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัยจึงเสนอแนะการเพิ่มประสิทธิภาพการยื่นแบบรายการภาษีและการวางแผนภาษีอากรที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่น ดังนี้ 1) การยกระดับสมรรถนะด้านบัญชีและกฎหมายภาษีอากร วิสาหกิจชุมชนควรได้รับการอบรมเชิงปฏิบัติการที่เน้นการทำบัญชีและภาษีให้ถูกต้องตามมาตรฐานบัญชีวิสาหกิจชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนภัทร กันทาวงค์ และคณะ (2567) ที่ศึกษาและพบว่า การพัฒนาศักยภาพด้านบัญชีและภาษี ผ่านกระบวนการฝึกอบรมทำให้ผู้ประกอบการมีความรู้เพิ่มขึ้นจากระดับปานกลางเป็นระดับมาก และส่งผลดีต่อการวางแผนภาษี 2) การใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีและการวางแผนภาษีเชิงรุก วิสาหกิจชุมชนควรมีการวางแผนภาษีโดยใช้ประโยชน์จากมาตรการต่าง ๆ ของรัฐ โดยสามารถศึกษาจากคู่มือหรือแนวปฏิบัติของกรมส่งเสริมการเกษตรและกรมสรรพากร เพื่อให้เกิดการประหยัดค่าใช้จ่ายทางภาษีอย่างถูกกฎหมาย ซึ่งสอดคล้องกับที่ กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร (2568) ได้ระบุแนวทางการดำเนินงานด้านภาษีอากรที่ชัดเจน เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนใช้เป็นเกณฑ์ในการปฏิบัติอย่างถูกต้องและใช้สิทธิประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ 3) การเปลี่ยนผ่านสู่ระบบบัญชีดิจิทัลและการยื่นแบบออนไลน์ วิสาหกิจชุมชนควรได้รับการส่งเสริมให้มีการนำเทคโนโลยีหรือโปรแกรมบัญชีสำเร็จรูปมาใช้

แทนการจดบันทึกด้วยมือ และสนับสนุนการยื่นภาษีผ่านระบบ e-Filing ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิจิต เอียงอ่อน และคณะ (2567) ซึ่งศึกษาปัญหาการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชน พบว่า การขาดเครื่องมือและเทคโนโลยีเป็นหนึ่งในปัญหาหลัก และเสนอแนะให้มีการพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศแก่ผู้ทำบัญชี 4) การสร้างทัศนคติเชิงบวกต่อการเสียภาษีวิสาหกิจชุมชนควรได้รับความเข้าใจใหม่ว่าการเสียภาษีที่ถูกต้องจะช่วยให้เข้าถึงแหล่งเงินทุน และมาตรการช่วยเหลือจากรัฐได้ง่ายขึ้น ซึ่งการปรับทัศนคติเป็นผู้เสียภาษีที่มีคุณภาพจะนำไปสู่ความเต็มใจในการยื่นแบบแสดงรายการเสียภาษีอย่างถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงเดือน เกตุรา และ รักษาวัลย์ ศิริธาคำ (2568) ที่ศึกษาและพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลและการรับรู้ข่าวสารมีผลต่อทัศนคติในการเสียภาษี โดยสมาชิกส่วนใหญ่มีความรู้ระดับปานกลางแต่มีทัศนคติในระดับมาก ซึ่งชี้ว่าการส่งเสริมทัศนคติที่ดีเป็นกุญแจสำคัญสู่ความสำเร็จ 5) การพึ่งพาตนเอง วิสาหกิจชุมชนต้องไม่รอพึ่งพาหน่วยงานภายนอกในการทำบัญชีเพียงอย่างเดียว แต่ควรสร้างระบบการเรียนรู้ภายในกลุ่ม เพื่อให้สมาชิกสามารถตรวจสอบความถูกต้องของบัญชีได้เอง ซึ่งจะส่งผลต่อการลดข้อผิดพลาดทางภาษีได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เยาวดี สุนทร (2566) ที่ศึกษาและพบว่า ปัจจัยเรื่องการพึ่งพาตนเองได้และการจัดการความรู้เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้วิสาหกิจชุมชนสามารถดำเนินงานได้ และ 6) การสนับสนุนปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดทำบัญชี นอกจากตัวบุคคลแล้ว ปัจจัยสนับสนุน เช่น งบประมาณสำหรับอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ หรือซอฟต์แวร์บัญชี เป็นสิ่งที่ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องจัดสรรให้เพียงพอ ซึ่งการจัดหาทรัพยากรที่เอื้อต่อการทำงาน หากฝ่ายบริหารให้ความสำคัญและจัดสรรงบประมาณส่วนนี้จะส่งผลให้การการทำบัญชีและการยื่นภาษีมีความรวดเร็วขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุศักดิ์วรรณ อุประดิษฐ์ (2566) ที่ศึกษาและพบว่า ปัจจัยด้านการบริหารงบประมาณ ด้านการบริหารจัดการ และด้านการบริหารวัสดุอุปกรณ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จในการจัดทำบัญชี

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 หน่วยงานรัฐควรจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับการยื่นภาษีออนไลน์สำหรับผู้เริ่มต้น และมีเจ้าหน้าที่คอยแนะนำทีละขั้นตอน เพื่อลดช่องว่างทางเทคโนโลยีและเพิ่มความมั่นใจในการทำงาน

1.2 การใช้สิทธิประโยชน์เป็นแรงจูงใจในการยื่นแบบให้ทันเวลา ควรมีการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ทางภาษีหากยื่นแบบตรงเวลา เพื่อกระตุ้นให้ยื่นแบบแสดงรายการเสียภาษีให้เร็วขึ้น

1.3 ควรจัดตั้งศูนย์ให้คำปรึกษาหรือคลินิกภาษีวิสาหกิจชุมชนในระดับอำเภอ หรือ มี Line Official Account เพื่อตอบข้อสงสัยได้ทันที ช่วยลดข้อผิดพลาดในการตีความกฎหมายและการคำนวณภาษี

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การเพิ่มตัวแปรอิสระอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องที่อาจส่งผลต่อประสิทธิภาพการยื่นภาษี เช่น ทัศนคติต่อการเสียภาษี, คุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่, หรือความพร้อมของอุปกรณ์และสัญญาณอินเทอร์เน็ตในพื้นที่ เพื่อให้เห็นภาพปัจจัยแวดล้อมที่ครบถ้วนยิ่งขึ้น

2.2 ควรขยายขอบเขตการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีผลประกอบการกำไรกับกลุ่มที่มีผลประกอบการขาดทุน หรือเปรียบเทียบระหว่างจังหวัดที่มีบริบทใกล้เคียงกัน เพื่อดูว่าบริบททางเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการยื่นแบบภาษีแตกต่างกันหรือไม่

2.3 การวิจัยเชิงทดลอง เช่น การทดลองให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเข้าอบรมการยื่นภาษีออนไลน์สำหรับวิสาหกิจชุมชน แล้วทำการวัดผลเปรียบเทียบความรู้และประสิทธิภาพในการยื่นแบบฯ ก่อนและหลังการอบรม เพื่อหาหลักสูตรที่เหมาะสมที่สุด

เอกสารอ้างอิง

กรมสรรพากร. (2566). *รายงานประจำปี 2566 กรมสรรพากร*. กระทรวงการคลัง.

กลุ่มทะเบียนและสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน. (2566). *สรุปจำนวนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่อนุมัติการจดทะเบียนแล้ว*. กลุ่มทะเบียนและสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน.

กลุ่มนักวิชาการภาษีอากร. (2566). *ภาษีอากรตามประมวลรัษฎากร 2566*. เรือนแก้วการพิมพ์

กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร. (2568). *การดำเนินงานด้านภาษีอากรของวิสาหกิจชุมชน*. กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

ขจิรวรรณ พรพิชิตตานนท์ และ ฐิตาภรณ์ สินเจริญศักดิ์. (2567). การให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการรับรู้ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตสำนักงานสรรพากรภาค 3. *วารสารวิชาการร้อยแก่นสาร*, 9(9), 810–827.

ชนิฐา นิลรัตนานนท์. (2567). ผลกระทบของความรู้ในสิทธิประโยชน์ทางภาษีเงินได้ที่มีต่อประสิทธิภาพการวางแผนภาษีของผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา. *วารสารการบริหารและการพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 11(2), 297–311.

เจตพล ติยานนท์ และ ทิฆัมพร ทวีเดช. (2564). การยกระดับความสามารถการใช้ระบบ e-Filing ของผู้ยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา. *วารสารด้านการบริหารรัฐกิจและการเมือง*, 10(2), 205–218.

เฉลิมเชษฐ์ สมานุหัตต์, นิคม ลนขุนทด, เทียงธรรม สิทธิจันทเสน และ อัสภา วรรณกายนต์. (2567). ปัญหากฎหมายด้านวิสาหกิจชุมชน และความต้องการระบบสารสนเทศที่ปรึกษากฎหมายด้านวิสาหกิจชุมชน. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม*, 8(3), 189–202.

ดวงเดือน เกตรา และ รักษาวัลย์ ศิริคำคำ. (2568). ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด. *วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 9(2), 386–397.

ธนภัทร กันทาวงค์, นิศารัตน์ ไชยวงศ์ศักดิ์, สุภมล ดวงตา, กัสมา กาซ็อน, นิรุตต์ ชัยโชค, วิไลลักษณ์ วงษ์ชัย และ พิระพล ศรีวิชัย. (2567). การเสริมสร้างศักยภาพทางการบัญชีและภาษีของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จังหวัดเชียงราย. *วารสารบัญชีปริทัศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*, 9(1), 247–265.

- ธนัชธรรมา พูนทอง และ สุมาลี รามัญญ. (2564). ความพึงพอใจเกี่ยวกับนโยบายสิทธิประโยชน์ทางภาษีของผู้มีเงินได้ กรณีศึกษาภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ปีภาษี 2562. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์นมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 7(2), 45-59.
- นฤมล อริยพิมพ์. (2568). แนวทางการพัฒนาด้านภาษีอากรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในเขตพื้นที่จังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 15(1), 316-325.
- พิมพ์กานต์ ปานจิ้น และ จิรพงษ์ จันทรงาม (2565). พฤติกรรมที่ส่งผลต่อการวางแผนภาษีของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 12(1), 172-186.
- ภัทรภร กิณพันธ์. (2564). ปัญหาการจัดทำบัญชีด้านภาษีเงินได้นิติบุคคลของผู้ทำบัญชีในจังหวัดชัยภูมิ. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 11(1), 130-138.
- ภัทรวดี อินทปนต์. (2568). ความรู้ความเข้าใจภาษีและความต้องการพัฒนาความรู้เพื่อการวางแผนภาษีของผู้ประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. *วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต*, 19(2), 313-331.
- เยาวดี สุนทร. (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน อำเภอสร้างคอม จังหวัดอุดรธานี [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วิชิต เอียงอ่อน, ฉวี สิงหาด, กัลยรัตน์ เจียมโฆสิต, วราภรณ์ ศรีบัณฑิต, วัชรินทร์ อรรถศรีวรร, ยุทธนา พรรคอนันต์ และ อลิษา ประสมผล. (2567). การศึกษาสภาพปัญหา อุปสรรคและแนวทางการพัฒนาการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี. *วารสารวิจัยราชภัฏรำไพพรรณี สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา*, 11(3), 124-139.
- สมคิด บางโม. (2563). *การภาษีอากรธุรกิจ*. ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สุริสา จาตุชัย และ สุภาภรณ์ ปิติภัทร. (2566). แบบจำลองเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติตามกฎหมายภาษีเงินได้นิติบุคคลของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย. *วารสารการจัดการสมัยใหม่*, 21(2), 105-122.
- อนงค์วรรณ อุประดิษฐ์. (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดทำบัญชีวิสาหกิจชุมชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง. *วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 9(6), 57-71.
- อุดมลักษณ์ แซ่หลิว (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการยื่นแบบแสดงรายการภาษีทางอินเทอร์เน็ตของนิติบุคคลในกรุงเทพมหานคร [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- อุไรพรรณ แซ่ลี. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของพนักงาน กลุ่มสถาบันการเงินในเขตกรุงเทพมหานคร [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

- เอื้อมพร ศิริมา, ดารณี เอื้อชนะจิต และ ธิรุดมิ ยังสุข. (2568). ความรู้ความเข้าใจทางด้านภาษีและระบบการยื่นแบบผ่านอินเทอร์เน็ตที่ส่งผลต่อการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้มีเงินได้เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*, 5(1), 331-345.
- Granfon, A. O., Salingay, R. B. and Mobe, R. O. (2023). Factors affecting tax compliance of MSMEs in Dipolog City. *International Journal of Multidisciplinary: Applied Business and Education Research*, 4(4), 1350-1360.
- Le, T. T. and Nguyen, N. T. (2022). Factors affecting tax compliance of small and medium enterprises in Dong Nai province of Vietnam. *International Transaction Journal of Engineering, Management, & Applied Sciences & Technologies*, 13(7), 1-11.
- Rumahorbo, H. D. and Rinendy, T. (2023). Determinants of SMEs voluntary tax compliance: Moderated by tax knowledge requirement. *Journal of Applied Finance and Accounting*, 10(2), 159-170.
- Wibowo, J. Y. and Yanti, Y. (2024). *The effect of tax knowledge, tax sanctions, e-filing on tax compliance. International Journal of Application on Economics and Business*, 2(4), 977-987.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). Harper & Row.

การเสริมสร้างสมรรถนะการจัดการชั้นเรียนโดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้
แบบมีส่วนร่วมของนักศึกษาสาขาวิชาชีพครู
Enhancing Competencies of Classroom Management Using Participatory
Learning Models for Teaching Profession Students

วดาภรณ์ พูลผลอำนวย¹, สุระสิทธิ์ เขียวเขย^{2*} และ บุญลือ มีเงิน³

Wadaporn Poolpholamnoey¹, Surasit Khiaochoei^{2*} and Boonlue Meengen³

¹²³คณะศึกษาศาสตร์ วิทยาลัยนครราชสีมา

¹²³Faculty of Education, Nakonratchasima College

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

วันที่รับบทความ (Received)

23 ธันวาคม 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

17 กุมภาพันธ์ 2569

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

24 มีนาคม 2569

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบสมรรถนะการจัดการชั้นเรียนของนักศึกษาสาขาวิชาชีพครู ก่อนและหลังจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม 2) เพื่อประเมินความสามารถแห่งตนในการจัดการชั้นเรียนของนักศึกษาสาขาวิชาชีพครู หลังได้รับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม กลุ่มเป้าหมาย คือ นักศึกษาสาขาวิชาชีพครู ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชา GDIP531 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูระหว่างเรียน 1 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568 จำนวน 30 คน ได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) เนื่องจากเป็นห้องเรียนที่ผู้วิจัยรับผิดชอบสอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) แผนการจัดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียนโดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม 2) แบบวัดสมรรถนะการจัดการชั้นเรียน 3) แบบประเมินความสามารถแห่งตนในการจัดการชั้นเรียน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที ผลการวิจัยพบว่า 1) การเปรียบเทียบสมรรถนะการจัดการชั้นเรียนของนักศึกษาสาขาวิชาชีพครู หลังจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมสูงกว่าก่อนจัดกิจกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2) การประเมินความสามารถแห่งตนในการจัดการชั้นเรียนของนักศึกษาสาขาวิชาชีพครู หลังได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: การเสริมสร้างสมรรถนะ การจัดการชั้นเรียน การจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม

ABSTRACT

The purposes of this research were; 1) to compare the competencies of classroom management of teaching profession students before and after participating learning activities on a participatory learning management model, and 2) to evaluate the self-perceived classroom management competence of teaching profession students after participating in learning activities on a participatory learning approach. The target group consisted of 30 teaching profession students who enrolled in the GDIP531 course In-School Teaching Professional Experience 1 in the first semester of academic year 2025. The participants were selected through purposive sampling. The research instruments included; 1) learning activity plans for classroom management on a participatory learning management model, 2) a classroom management competency assessment, and 3) a teacher self-efficacy questionnaire in classroom management. The statistics used for analyzing data were mean, standard deviation and t-test. The results of the research revealed that; 1) the competencies of classroom management for teaching profession students after participating in learning activities on the participatory learning management model were significantly higher than before at .05 level, 2) the overall level of teacher self-efficacy in classroom management of teaching profession students after participating in learning activities on the participatory learning management model was at the highest level.

Keywords: Competencies Enhancement, Classroom Management, Participatory Learning Management

บทนำ

การจัดการชั้นเรียนเป็นองค์ประกอบสำคัญของการเรียนรู้ของผู้เรียน หากปราศจากการจัดการชั้นเรียนที่ดี การสอนและการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพก็จะไม่เกิดขึ้น ครูและชั้นเรียนแต่ละห้องมีลักษณะเฉพาะ ดังนั้นกลยุทธ์การจัดการชั้นเรียนจึงไม่สามารถใช้ได้กับทุกสถานการณ์ (Zoque, 2023) การจัดการชั้นเรียนที่ดีและมีประสิทธิภาพอาจเป็นหนึ่งในสิ่งที่ท้าทายที่สุดสำหรับครู แต่ก็สิ่งสำคัญที่สุดอย่างหนึ่งสำหรับการสอนและการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีสำหรับครูและนักเรียน ดังนั้น ทุกคนจำเป็นต้องรู้สึกปลอดภัย สบายใจ และมั่นใจ การทุ่มเทความคิด เวลา และความพยายามในการจัดการชั้นเรียนที่ดีจะส่งผลดีอย่างมากต่อครูและนักเรียน

กลยุทธ์การพัฒนาการบริหารจัดการชั้นเรียนแบบมีส่วนร่วมในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเป็นกระบวนการบริหารจัดการชั้นเรียนในด้านการจัดบรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้

ด้านการจัดการเรียนการสอนอย่างเป็นระบบ และด้านการสร้างวินัยผู้เรียน (Bangprasert, 2020) ดังที่สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (2564) ได้กล่าวว่าการศึกษารูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ตามแผนการปฏิรูปประเทศด้านการศึกษาก็คือ การศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่มุ่งดำเนินการให้บรรลุตามแผนการปฏิรูปประเทศด้านการศึกษา อย่างไรก็ตาม จากการเตรียมการสัมมนาหลังฝึกประสบการณ์การสอนในสถานศึกษาของหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ สาขาวิชาชีวเคมี คณะศึกษาศาสตร์ วิทยาลัยนครราชสีมา พบว่าปัญหาและอุปสรรคที่พบในการปฏิบัติการสอนที่พบมากที่สุดคือ “การจัดการชั้นเรียน” ทั้งในด้านการควบคุมพฤติกรรมผู้เรียน ความหลากหลายของผู้เรียน และการจัดบรรยากาศการเรียนรู้ให้เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับ Nguyen et al. (2022) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับการจัดการชั้นเรียนในสภาพแวดล้อมดิจิทัลของมหาวิทยาลัยในประเทศไทย พบว่าการจัดการชั้นเรียนเป็นปัญหาหลักที่ครูพบมากที่สุด ทั้งในรูปแบบออนไลน์และไฮบริด และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Waranonwanit et al. (2023) ได้ศึกษาปัญหาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู พบว่าปัญหาด้านการจัดการชั้นเรียนเป็นปัญหาสูงสุด โดยเฉพาะเรื่องการควบคุมชั้นเรียน การจัดกิจกรรมให้เหมาะสมกับระดับผู้เรียน และการรักษาวินัยในชั้นเรียน

จากความสำคัญข้างต้น ผู้วิจัยได้เล็งเห็นความสำคัญของปัญหาและอุปสรรคดังกล่าว จึงมีความสนใจนำรูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมมาประยุกต์ใช้เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะและเสนอแนะแนวทางการจัดการชั้นเรียนให้สอดคล้องกับกับค่านิยมของคณะศึกษาศาสตร์ วิทยาลัยนครราชสีมา ที่มุ่งผลิตบุคลากรทางการศึกษาเป็นนักปฏิบัติมืออาชีพ เชื่อมโยงชุมชนด้วยนวัตกรรมทางการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต

วัตถุประสงค์การวิจัย

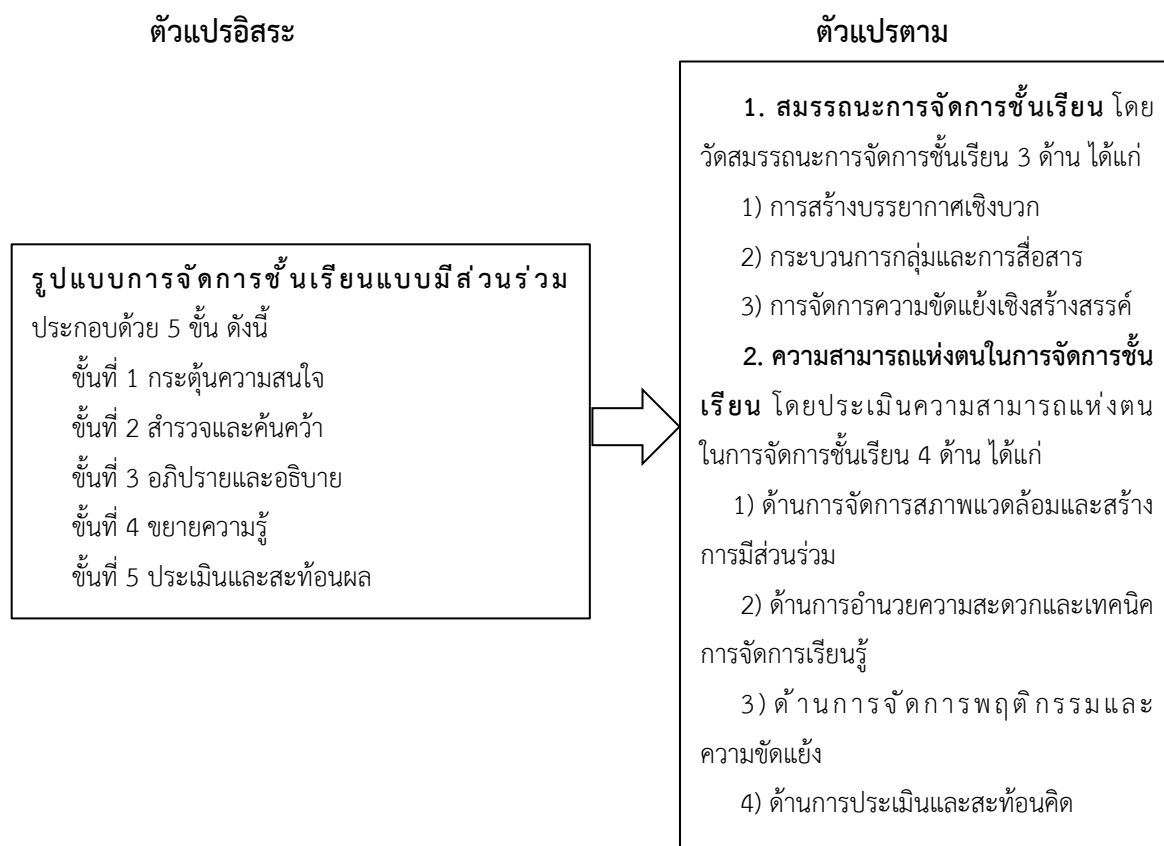
1. เพื่อเปรียบเทียบสมรรถนะการจัดการชั้นเรียนของนักศึกษาสาขาวิชาชีวเคมี ก่อนและหลังจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม
2. เพื่อประเมินความสามารถแห่งตนในการจัดการชั้นเรียนของนักศึกษาสาขาวิชาชีวเคมี หลังได้รับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม

สมมติฐานการวิจัย

สมรรถนะการจัดการชั้นเรียนของนักศึกษาสาขาวิชาชีวเคมี หลังจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมสูงกว่าก่อนจัดกิจกรรม

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การเสริมสร้างสมรรถนะการจัดการชั้นเรียนโดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมของนักศึกษาสาขาวิชาชีวเคมี” ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ดังรูปที่ 1 ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบการทดลองขั้นต้น (Pre-Experimental Design) เป็นแบบกลุ่มเดียว มีการวัดก่อนและหลังให้สิ่งทดลอง (One Group Pretest-Posttest Design) (พรณี ลีกิจวัฒน์, 2555)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาชีพครู คณะศึกษาศาสตร์ วิทยาลัยนครราชสีมา ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568 จำนวน 220 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาชีพครู คณะศึกษาศาสตร์ วิทยาลัยนครราชสีมา ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568 ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชา GDIP531 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูระหว่างเรียน 1 จำนวน 30 คน ซึ่งได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) เนื่องจากเป็นห้องเรียนที่ผู้วิจัยรับผิดชอบสอน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มี 3 ชุด ได้แก่

1. แผนการจัดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียนโดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม จำนวน 4 แผน ๆ ละ 3 ชั่วโมง รวม 12 ชั่วโมง ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาจากตำรา เอกสาร และการค้นคว้าวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2. แบบวัดสมรรถนะการจัดการชั้นเรียน ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นและได้มาจากการศึกษาวิจัย และการกำหนดพฤติกรรมบ่งชี้ที่สอดคล้องกับหลักการจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) และมาตรฐานวิชาชีพครู เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) จำนวน 15 ข้อ โดยวัดสมรรถนะการจัดการชั้นเรียน 3 ด้าน ได้แก่ 1) การสร้างบรรยากาศเชิงบวก (Positive Climate) 2) กระบวนการกลุ่ม และการสื่อสาร (Group Process & Communication) และ 3) การจัดการความขัดแย้งเชิงสร้างสรรค์ ใช้เกณฑ์การให้คะแนนแบบรูบริค (Scoring Rubric) ดังนี้ 5 4 3 2 1 หมายถึง ดีมาก ดี พอใช้ น้อย และ น้อยมาก ตามลำดับ และใช้เกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้ ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00, 3.51-4.50, 2.51-3.50, 1.51-2.50 และ 1.00-1.50 หมายถึง มีความสามารถมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ตามลำดับ

3. แบบประเมินความสามารถแห่งตนในการจัดการชั้นเรียน (Teacher Self-Efficacy) ตามทฤษฎีการรับรู้ความสามารถแห่งตน (Self-Efficacy) ของ Bandura (1986) ซึ่งเน้นที่ความเชื่อมั่นในศักยภาพของบุคคลอันจะส่งผลต่อพฤติกรรมจริง เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) จำนวน 15 ข้อ โดยประเมินความสามารถแห่งตนในการจัดการชั้นเรียน 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการจัดการสภาพแวดล้อม และสร้างการมีส่วนร่วม 2) ด้านการอำนวยความสะดวกและเทคนิคการจัดการเรียนรู้ 3) ด้านการจัดการพฤติกรรมและความขัดแย้ง และ 4) ด้านการประเมินและสะท้อนคิด ใช้เกณฑ์การให้คะแนนแบบรูบริค (Scoring Rubric) ดังนี้ 5 4 3 2 1 หมายถึง มั่นใจมากที่สุด มั่นใจมาก มั่นใจปานกลาง มั่นใจน้อย และมั่นใจน้อยที่สุด ตามลำดับ และใช้เกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้ ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00, 3.51-4.50, 2.51-3.50, 1.51-2.50 และ 1.00-1.50 หมายถึง มีความสามารถมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ตามลำดับ

การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือการวิจัย มีขั้นตอนดังนี้

1. แผนการจัดกิจกรรมการจัดการชั้นเรียนโดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม จำนวน 4 แผน ๆ ละ 3 ชั่วโมง รวม 12 ชั่วโมง ผู้วิจัยได้ศึกษาจากตำรา เอกสาร และการค้นคว้าวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง หาคุณภาพของเครื่องมือโดยการพิจารณาความเหมาะสมของแผนการจัดการเรียนการสอนเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ผลการประเมินมีค่าเฉลี่ย 4.70 (มีความเหมาะสมมากที่สุด)

2. แบบวัดสมรรถนะการจัดการชั้นเรียน ผู้วิจัยสร้างขึ้นและได้มาจากการศึกษาวิจัยและการกำหนดพฤติกรรมบ่งชี้ที่สอดคล้องกับหลักการจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) และมาตรฐานวิชาชีพครู เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) จำนวน 15 ข้อ ผู้วิจัยนำเครื่องมือให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์และปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามตามข้อเสนอแนะก่อนนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

3. แบบประเมินความสามารถแห่งตนในการจัดการชั้นเรียน เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) จำนวน 15 ข้อ ผู้วิจัยนำเครื่องมือให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบ

ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์และปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามตามข้อเสนอแนะก่อนนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับนักศึกษาสาขาวิชาชีพรู คณะศึกษาศาสตร์ วิทยาลัยนครราชสีมา ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α -Coefficient) ของครอนบาค ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α -Coefficient) ของครอนบาค ทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.82

วิธีการรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนดังนี้

1. ก่อนการทดลอง

1.1 ผู้วิจัยเตรียมเครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง ได้แก่ แผนการจัดการกิจกรรมการจัดการชั้นเรียน โดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม จำนวน 4 แผน ๆ ละ 3 ชั่วโมง รวม 12 ชั่วโมง และเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบวัดสมรรถนะการจัดการชั้นเรียน เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) จำนวน 15 ข้อ และแบบประเมินความสามารถแห่งตนในการจัดการชั้นเรียน (Teacher Self-Efficacy) เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) จำนวน 15 ข้อ โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนแบบรูบริก (Scoring Rubric)

1.2 เตรียมนักศึกษาที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย โดยเป็นนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาชีพรู คณะศึกษาศาสตร์ วิทยาลัยนครราชสีมา ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568 ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชา GDIP531 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพรูระหว่างเรียน 1 จำนวน 30 คน ซึ่งได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection)

1.3 ผู้วิจัยให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบวัดสมรรถนะการจัดการชั้นเรียน เพื่อวัดก่อนการจัดกิจกรรม แล้วตรวจให้คะแนน

2. ดำเนินการทดลอง

2.1 ผู้วิจัยดำเนินการสอนตามแผนการจัดการเรียนการสอนตามแผนการจัดการจัดการชั้นเรียนโดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 4 แผน ใช้เวลาในการทดลอง 4 สัปดาห์ ๆ ละ 1 วัน วันละ 3 ชั่วโมง เป็นเวลา 12 ชั่วโมง (ไม่รวมการทดสอบหลังจัดกิจกรรม)

3. หลังการทดลอง

3.1 ผู้วิจัยให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบวัดสมรรถนะการจัดการชั้นเรียน เพื่อวัดหลังจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม และแบบประเมินความสามารถแห่งตนในการจัดการชั้นเรียน แล้วตรวจให้คะแนนโดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนแบบรูบริก (Scoring Rubric)

3.2 ตรวจให้คะแนนและนำคะแนนที่ได้จากการทดสอบหลังจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมเปรียบเทียบกับก่อนจัดกิจกรรม เพื่อหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของแบบวัดสมรรถนะการจัดการชั้นเรียน และแบบประเมินความสามารถแห่งตนในการจัดการชั้นเรียน (Teacher Self-Efficacy)

3.3 นำผลมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติมาสรุปผล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติดังนี้

1. วิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนสมรรถนะการจัดการชั้นเรียนระหว่างก่อนเรียนและหลังจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม โดยใช้สถิติที่ใช้ในวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าทีแบบไม่เป็นอิสระต่อกัน (t-test dependent)

2. วิเคราะห์แบบประเมินความสามารถแห่งตนในการจัดการชั้นเรียน (Teacher Self-Efficacy) โดยใช้สถิติที่ใช้ในวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้เกณฑ์การแปลความหมายดังนี้ ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00, 3.51-4.50, 2.51-3.50, 1.51-2.50 และ 1.00-1.50 หมายถึง มีความสามารถมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการเปรียบเทียบสมรรถนะการจัดการชั้นเรียนของนักศึกษาสาขาวิชาชีพครู หลังจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมสูงกว่าก่อนจัดกิจกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบสมรรถนะการจัดการชั้นเรียนของนักศึกษาสาขาวิชาชีพครู ก่อนและหลังจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม

สมรรถนะการจัดการชั้นเรียน	n	ก่อนจัดกิจกรรม		หลังจัดกิจกรรม		t	df	p-value
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
การสร้างบรรยากาศเชิงบวก	30	16.50	3.20	25.80	1.45	18.42	29	.000*
กระบวนการกลุ่มและการสื่อสาร		14.20	2.85	26.45	1.10			
การจัดการความขัดแย้งเชิงสร้างสรรค์		12.40	3.15	24.15	1.85			
รวม		14.37	3.07	25.47	1.47			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบสมรรถนะการจัดการชั้นเรียนของนักศึกษาสาขาวิชาชีพครู ก่อนและหลังจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม ผลการวิจัยพบว่า ก่อนจัดกิจกรรมมีคะแนนเฉลี่ย 14.37 ($\bar{X} = 14.37$, S.D. = 3.07) และหลังจัดกิจกรรมโดยใช้รูปแบบ

การจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมมีคะแนนเฉลี่ย 25.47 ($\bar{X} = 25.47$, S.D. = 1.47) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักศึกษาวิชาชีพครูมีสมรรถนะการจัดการชั้นเรียนด้านกระบวนการกลุ่มและการสื่อสารมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 26.45 ($\bar{X} = 26.45$, S.D. = 1.10) รองลงมาคือ ด้านการสร้างบรรยากาศเชิงบวก ค่าเฉลี่ย 25.80 ($\bar{X} = 25.80$, S.D. = 1.45) และด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านการจัดการความขัดแย้งเชิงสร้างสรรค์ คะแนนเฉลี่ย 24.15 ($\bar{X} = 24.15$, S.D. = 1.85) ตามลำดับ และเมื่อวิเคราะห์ความแตกต่างโดยการทดสอบค่าทีแบบไม่เป็นอิสระต่อกัน (t-test dependent) พบว่าหลังจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมสูงกว่าก่อนจัดกิจกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนด

2. ผลการประเมินความสามารถแห่งตนในการจัดการชั้นเรียนของนักศึกษาสาขาวิชาชีพครู หลังได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความสามารถแห่งตนในการจัดการชั้นเรียนของนักศึกษาสาขาวิชาชีพครู หลังได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม

ความสามารถแห่งตนในการจัดการชั้นเรียน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
ด้านที่ 1 การจัดการสภาพแวดล้อมและบรรยากาศการเรียนรู้				
1. มั่นใจว่าสามารถสร้างบรรยากาศในชั้นเรียนที่ทำให้ผู้เรียนรู้สึกปลอดภัยและกล้าแสดงความคิดเห็น	4.70	0.65	มากที่สุด	1
2. สามารถจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพหรือออนไลน์ให้เอื้อต่อการเรียนรู้แบบร่วมมือกัน	4.63	0.72	มากที่สุด	2
3. มีความสามารถในการดึงดูดความสนใจของผู้เรียนที่เริ่มขาดสมาธิให้กลับเข้าสู่บทเรียนได้	4.60	0.72	มากที่สุด	3
4. มั่นใจว่าสามารถส่งเสริมให้ผู้เรียนทุกคนมีส่วนร่วมในกิจกรรมกลุ่มตามศักยภาพของตนเอง	4.63	0.72	มากที่สุด	2
รวมเฉลี่ยด้านที่ 1	4.64	0.70	มากที่สุด	1
ด้านที่ 2 การอำนวยความสะดวกการเรียนรู้และเทคนิคการสอน				
5. สามารถปรับบทบาทจาก "ผู้สอน" เป็น "ผู้อำนวยความสะดวก" (Facilitator) ได้อย่างเหมาะสม	4.63	0.72	มากที่สุด	2
6. มีความสามารถในการใช้คำถามกระตุ้นการคิดวิพากษ์ (Critical Thinking) ในวงอภิปราย	4.70	0.65	มากที่สุด	1
7. มั่นใจว่าสามารถจัดการเรียนรู้ตามวงจรการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ (Experience, Reflect, Concept, Apply)	4.60	0.77	มากที่สุด	3

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ความสามารถแห่งตนในการจัดการชั้นเรียน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
8. สามารถประยุกต์ใช้เครื่องมือดิจิทัล (เช่น Padlet, Mentimeter) เพื่อเพิ่มระดับการมีส่วนร่วมได้	4.53	0.82	มากที่สุด	4
รวมเฉลี่ยด้านที่ 2	4.62	0.74	มากที่สุด	2
ด้านที่ 3 การจัดการพฤติกรรมและความขัดแย้ง				
9. มั่นใจว่าสามารถควบคุมชั้นเรียนโดยใช้การเสริมแรงเชิงบวกมากกว่าการลงโทษ	4.50	0.82	มาก	2
10. สามารถรับมือกับพฤติกรรมที่ทำลายของผู้เรียนได้อย่างใจเย็นและมีเหตุผล	4.50	0.82	มาก	2
11. เมื่อเกิดความเห็นต่างในชั้นเรียน สามารถช่วยให้ผู้เรียนหาข้อสรุปร่วมกันได้อย่างสร้างสรรค์	4.57	0.77	มากที่สุด	1
12. มีความสามารถในการสร้างกติกาในชั้นเรียนร่วมกับผู้เรียนเพื่อให้ทุกคนยอมรับและปฏิบัติตาม	4.57	0.80	มากที่สุด	1
รวมเฉลี่ยด้านที่ 3	4.53	0.80	มากที่สุด	4
ด้านที่ 4 การประเมินผลและการสะท้อนคิด				
13. สามารถให้ข้อมูลสะท้อนกลับ (Feedback) แก่ผู้เรียนที่ช่วยให้ผู้เรียนพัฒนาการเรียนรู้ได้ทันที	4.63	0.72	มากที่สุด	1
14. มั่นใจว่าสามารถออกแบบการประเมินผลตามสภาพจริงที่วัดทั้งทักษะและกระบวนการทำงาน	4.60	0.72	มากที่สุด	2
15. สามารถสะท้อนคิด (Self-Reflection) เพื่อวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของการสอนตนเองเพื่อพัฒนาต่อไป	4.57	0.77	มากที่สุด	3
รวมเฉลี่ยด้านที่ 4	4.60	0.74	มากที่สุด	3
รวมเฉลี่ยทุกด้าน	4.60	0.75	มากที่สุด	

จากตารางที่ 2 ผลการประเมินความสามารถแห่งตนในการจัดการชั้นเรียนของนักศึกษาสาขาวิชาชีพครู หลังได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.75) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักศึกษาวิชาชีพครูมีความสามารถแห่งตนในการจัดการชั้นเรียน ด้านการจัดการสภาพแวดล้อมและบรรยากาศการเรียนรู้มากที่สุด ($\bar{X} = 4.64$, S.D. = 0.70) รองลงมาคือ ด้านการอำนวยความสะดวกการเรียนรู้และเทคนิคการสอน ($\bar{X} = 4.62$, S.D. = 0.74) ด้านการประเมินผลและการสะท้อนคิด ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.74) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการจัดการพฤติกรรมและความขัดแย้ง ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.80) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการเปรียบเทียบสมรรถนะการจัดการชั้นเรียนของนักศึกษาสาขาวิชาวิชาชีพครูหลังได้รับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมสูงกว่าก่อนจัดกิจกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนด แสดงว่ารูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมช่วยเสริมสร้างสมรรถนะการจัดการชั้นเรียนของนักศึกษาสาขาวิชาวิชาชีพครู อาจเนื่องมาจากนักศึกษาวิชาชีพครูทุกคนได้มีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายและกิจกรรม โดยเน้นการปฏิสัมพันธ์และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้เรียน ยึดหยุ่นตามบริบทและความสนใจของผู้เรียน และสร้างความมั่นใจให้ผู้เรียนรู้สึกเป็นเจ้าของความรู้ ดังนั้น สมรรถนะการจัดการชั้นเรียน จึงไม่ใช่เพียงการควบคุมระเบียบวินัย แต่คือการสร้างพื้นที่ปลอดภัยที่เอื้อต่อการสร้างองค์ความรู้ โดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมเป็นแกนกลาง และจากผลการวิจัยพบว่านักศึกษาวิชาชีพครูมีพัฒนาการสูงสุดในด้านกระบวนการกลุ่มและการสื่อสาร ซึ่งสอดคล้องกับธรรมชาติของการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม (Participatory Learning) ที่เน้นการปฏิสัมพันธ์และการทำงานเป็นทีม ขณะที่ด้านการจัดการความขัดแย้งเชิงสร้างสรรค์แม้จะมีคะแนนเริ่มต้นต่ำที่สุด แต่มีอัตราการพัฒนาที่สูงขึ้นอย่างเด่นชัดเนื่องจากผู้เรียนได้ฝึกผ่านกระบวนการสะท้อนคิด (Reflect) ตามวงจรการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ ซึ่งสอดคล้องกับ Starfish Academy (2566) ได้ให้ความเห็นว่าการสร้างบรรยากาศในชั้นเรียนคือการจัดสภาพแวดล้อมในชั้นเรียนให้เอื้ออำนวยต่อการเรียนการสอนเพื่อช่วยส่งเสริมให้กระบวนการเรียนการสอนดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและช่วยสร้างความสนใจใฝ่รู้ใฝ่ศึกษา ตลอดจนช่วยสร้างเสริมความมีระเบียบวินัยให้แก่ผู้เรียนให้เรียนรู้ได้อย่างมีความสุขเป็นบรรยากาศที่มีความปลอดภัยและมีความสุขของนักเรียน และเนตรคนางค์ โสภณ และคณะ (2568) ได้กล่าวว่า การบริหารจัดการห้องเรียนถือเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาผู้เรียนให้มีความสมดุลทั้งด้านวิชาการและสุขภาวะทางจิตใจ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่ส่งเสริมความสุข ความสัมพันธ์ที่ดี และแรงจูงใจจากภายใน

2. ผลการประเมินความสามารถแห่งตนในการจัดการชั้นเรียนของนักศึกษาสาขาวิชาวิชาชีพครู พบว่านักศึกษาวิชาชีพครูมีความสามารถแห่งตนหลังได้รับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการที่นักศึกษาวิชาชีพครูมีปัจจัยสนับสนุนที่เอื้อต่อความสามารถในการจัดการชั้นเรียน เช่น ปรับบทบาทจาก "ผู้สอน" (Teacher) เป็น "ผู้อำนวยความสะดวก" (Facilitator) มีการใช้เครื่องมือดิจิทัล เช่น Padlet, Mentimeter เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมแบบเรียลไทม์ และการให้ข้อมูลสะท้อนกลับที่เน้นการพัฒนามากกว่าการตัดสิน (Formative Assessment) สอดคล้องกับ พิมพาพิญ ทอกรัง (2563) ได้กล่าวถึงบทบาทครูกับการจัดบรรยากาศชั้นเรียนเชิงบวกในศตวรรษที่ 21 ว่า “ครู” ต้องปรับบทบาทมาเป็น “โค้ช” เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติจริง โดยมีครูช่วยแนะนำและช่วยออกแบบกิจกรรม การจัดบรรยากาศชั้นเรียนเชิงบวก ได้แก่ ลักษณะของห้องเรียน วัสดุอุปกรณ์ สื่อการเรียนการสอนและบรรยากาศชั้นเรียนเชิงบวกในทางจิตวิทยา ทั้งหมดล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ ภัทรานิษฐ์ พรหมสุรินทร์ (2566) ได้ทำ

การวิจัยเรื่องการจัดบรรยากาศชั้นเรียนเชิงบวกเพื่อส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ผลการวิจัยพบว่า บรรยากาศชั้นเรียนเชิงบวกหรือบรรยากาศชั้นเรียนที่ดีจะสามารถสร้างแรงจูงใจให้ผู้เรียนเกิดความอยากรู้ อยากรเรียนและเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถ้าครูผู้สอนสามารถสร้างบรรยากาศชั้นเรียนให้เกิดขึ้นได้ ย่อมช่วยให้ผู้เรียนทุกคนรู้สึกถึงความสำคัญของตนเอง มีกำลังใจที่จะพัฒนาตนเองและรักการเรียนรู้ และเป็นผู้ที่พร้อมจะพัฒนาตนเองอยู่เสมอ ดังนั้นบทบาทของครูผู้สอนในการจัดบรรยากาศชั้นเรียนเชิงบวกจึงเป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จที่ช่วยส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ของผู้เรียนเป็นอย่างยิ่ง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 แม้ว่าการจัดการชั้นเรียนโดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม ช่วยสร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียนและทำให้ผู้เรียนรู้สึกปลอดภัย สบายใจ และมั่นใจ แม้จะมีประโยชน์มากมาย แต่การสร้างการจัดการชั้นเรียนที่มีประสิทธิภาพอาจเป็นเรื่องท้าทายสำหรับทั้งครูมือใหม่ และครูที่มีประสบการณ์

1.2 ควรมีการติดตามผล (Follow-up) หลังจากนักศึกษาเรียนจบและเข้าสู่การเป็นครูบรรจุใหม่ ในช่วง 1-2 ปีแรก เพื่อประเมินว่าสมรรถนะการจัดการชั้นเรียนที่สร้างขึ้นในช่วงฝึกประสบการณ์วิชาชีพนั้น ยังคงอยู่และได้รับการพัฒนาต่อยอดหรือไม่

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบผลการใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในบริบท สถานศึกษาที่แตกต่างกัน เช่น โรงเรียนขนาดเล็กในพื้นที่ห่างไกล กับโรงเรียนขนาดใหญ่ในเมือง เพื่อดู ความคงทนและข้อจำกัดของรูปแบบในสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน

2.2 ควรศึกษาปัจจัยอื่นที่อาจส่งผลต่อความสำเร็จ เช่น บทบาทของครูพี่เลี้ยงหรือ วัฒนธรรมองค์กรของโรงเรียนที่ส่งผลต่อการจัดการชั้นเรียนของนักศึกษาวิชาชีพครูที่ปฏิบัติการสอน ในสถานศึกษา

เอกสารอ้างอิง

เนตรคนางค์ โสภณ, สติรพร เขาวนชัย, กฤตยาภรณ์ โตพิทักษ์ และ อิศักดิ์ อุปไมยอริชัย. (2568).

การจัดการห้องเรียนเชิงบวกของครู: กลไกสู่การพัฒนาคุณภาพผู้เรียน. *วารสารการบริหารการปกครอง และนวัตกรรมท้องถิ่น*, 9(1), 317–338. <https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2025.20>

พรณี ลีกิจวัฒน์. (2555). *วิธีการวิจัยทางการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 8). คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง.

- พิมพ์พัญ ทองกิ่ง. (2563). บทบาทครูกับการจัดบรรยากาศชั้นเรียนเชิงบวกในศตวรรษที่ 21. *วารสารศึกษาศาสตร์สาร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 4(1), 50-59. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/cmujedu/article/view/226951>
- ภัทรานิษฐ์ พรหมสุรินทร์. (2566). การจัดบรรยากาศชั้นเรียนเชิงบวกเพื่อส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21. *วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 9(4), 351-363. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jsa-journal/issue/view/17684>
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, กระทรวงศึกษาธิการ. (2564). *รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้*. פרקหวานกราฟิค.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice Hall.
- Bangprasert, C. (2020). Class management in the changing education era. *Sirindhorn Prithon Journal*, 21(2), 369-376.
- Nguyen, L. T., Kanjug, I., Lowatcharin, G. and Manakul, T. (2022). How teachers manage their classroom in the digital learning environment. *Heliyon*, 8(10), e10817.
- Starfish Academy. (25 กรกฎาคม 2566). *สร้างบรรยากาศเชิงบวกในห้องเรียนอย่างไรให้ผ่าน วPA*. <https://www.starfishlabz.com/>
- Waranonwanit, A., Pankitwanitjalearn, N., Wanla, W. and Wiwatchot, K. (2023). The study of the problems in teaching practicum. *Journal for Social Sciences Research*, 14(2), 45–62.
- Zoque, A. (2023, December 13). *8 Strategies to Establish a Positive Classroom Management System*. <https://www.teachercreatedmaterials.com/blog/8-strategies-to-establish-a-positive-classroom-management-system>

การเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการ SMEs ด้านการเงินและบัญชี
เพื่อความยั่งยืนของธุรกิจ : กรณีศึกษาห้างหุ้นส่วนจำกัด ประกอบกิจการขายปุ๋ยและ
เคมีภัณฑ์ทางการเกษตรแห่งหนึ่งในจังหวัดกาฬสินธุ์

Strengthening the financial and accounting capabilities of SMEs for
business sustainability: A case study of a limited partnership selling
fertilizers and agricultural chemicals in Kalasin Province

วัลย์จรรยา วิระกุล*

Wanjanya Wirakul*

หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Master of Accountancy Program, Faculty of Business Administration, Northeastern University

*Corresponding author's email address: wanjanya.war@neu.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

27 มกราคม 2569

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

14 มีนาคม 2569

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

27 มีนาคม 2569

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงคุณภาพนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ด้านการเงินและบัญชี และ 2) วิเคราะห์ระบบการเงินและระบบบัญชีที่เหมาะสมสำหรับกิจการขายปุ๋ยและเคมีภัณฑ์ทางการเกษตร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการแข่งขันและโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน โดยกำหนดเป้าหมายกรณีศึกษาคือ ห้างหุ้นส่วนจำกัดที่ประกอบกิจการขายปุ๋ยและเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรแห่งหนึ่งในจังหวัดกาฬสินธุ์ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับผู้ประกอบการ ร่วมกับการวิเคราะห์เอกสาร และวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) การวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) และการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน (SWOT Analysis) ผลการวิจัยพบว่า ในด้านศักยภาพของผู้ประกอบการ กระบวนการถ่ายทอดความรู้ด้วยวิธีการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติ (Action Learning) โดยใช้ข้อมูลจริงของกิจการได้ช่วยปรับเปลี่ยนทัศนคติของผู้ประกอบการให้ตระหนักถึงความสำคัญของการทำระบบบัญชีชุดเดียว รวมถึงทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจด้านการบริหารต้นทุนการวางแผนภาษีที่ถูกต้อง สำหรับด้านระบบการเงินและบัญชีที่เหมาะสม พบว่าการนำระบบการจัดการสินค้าคงเหลือแบบเข้าก่อน-ออกก่อน (FIFO) มาใช้ช่วยให้กิจการสะท้อนต้นทุนขายที่แท้จริงได้ นอกจากนี้ การใช้โมเดลการวิเคราะห์งบการเงินยังทำให้ผู้ประกอบการสามารถอ่านค่าอัตราส่วนทางการเงิน และวิเคราะห์แนวโน้ม เพื่อนำไปวางแผนการดำเนินงาน

ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มโอกาสในการพิจารณาสินเชื่อจากสถาบันการเงิน และนำไปสู่ความยั่งยืนของธุรกิจในระยะยาว

คำสำคัญ: การเงินการบัญชี, ความยั่งยืนของธุรกิจ, ผู้ประกอบการ SMEs

ABSTRACT

This qualitative research aims to 1) examine the financial and accounting potential of small and medium-sized enterprises (SMEs) and 2) analyze appropriate financial and accounting systems for fertilizer and agricultural chemical businesses to enhance competitiveness and access to funding. The case study focuses on a limited partnership that sells fertilizer and agricultural chemicals in Kalasin Province. Data was collected through in-depth interviews with business owners combined with document analysis. Data was analyzed using content analysis, thematic analysis and SWOT analysis. The results show that, in terms of business potential, the knowledge transfer process through action learning using real business data helped change business attitudes, raised awareness of the importance of a single accounting system and improved understanding of cost management and tax planning. Regarding appropriate financial and accounting systems, the implementation of the FIFO (First-In, First-Out) inventory management system helped reflect the true cost of goods sold. Furthermore, the use of financial statement analysis models enabled business owners to interpret financial ratios and analyze trends for effective operational planning. Thereby, increasing the chances of being approved for a loan by financial institutions leads to the long-term sustainability of the business.

Keywords: Finance and Accounting, Business Sustainability, SME Entrepreneurs

บทนำ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises) หรือ SMEs เป็นหนึ่งในกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยรายงานสถานการณ์ MSME ปี 2567 ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ระบุว่า SMEs สร้างมูลค่าถึง ร้อยละ 35 ของ GDP รวมของประเทศ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม [สสว.] , 2568) แต่การเติบโตของ SMEs ในหลายพื้นที่ยังเผชิญกับข้อจำกัด โดยเฉพาะเรื่องการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และการขาดความรู้ทางการเงิน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2567)

จังหวัดกาฬสินธุ์เป็นหนึ่งในพื้นที่ที่มีการทำการเกษตรอย่างแพร่หลาย โดยในปี 2568 จังหวัดกาฬสินธุ์มีพื้นที่ในภาคเกษตร 2,755,644 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 63.47 ของพื้นที่ทั้งหมด (สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2568) ส่งผลให้ความต้องการปัจจัยการผลิต โดยเฉพาะปุ๋ยและเคมีภัณฑ์ทางการเกษตร มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ตามแนวโน้มการขยายพื้นที่เพาะปลูกของพืชเศรษฐกิจสำคัญ โดยในปี 2566-2568 ความต้องการใช้ปุ๋ยเคมีในประเทศจะเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 2.0-3.0% ต่อปี อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการจำหน่ายปุ๋ยเคมีรายกลางและเล็กจะเผชิญการแข่งขันรุนแรง จากการมีผู้ประกอบการมาราย และอาจเผชิญปัญหาขาดแคลนปุ๋ยเคมีในช่วงอุปทานปุ๋ยตึงตัว ทั้งยังเสียเปรียบรายใหญ่ด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และต้นทุนจำหน่ายผู้ประกอบการกลุ่มนี้จึงต้องมีการบริหารจัดการสต็อกสินค้าอย่างเป็นระบบ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทั้งด้านอุปสงค์และอุปทาน (วิจัยกรุงศรี, 2566) และมีทักษะของผู้ประกอบการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันของธุรกิจ (วัลย์จรรยา วิระกุล, 2022) โดยเฉพาะทักษะทางการเงิน แต่ผู้ประกอบการโดยเฉพาะ SMEs ขนาดเล็กยังขาดความรู้ทางการเงินและบัญชีในเชิงลึกที่จำเป็นต่อธุรกิจอย่างรอบด้าน และขาดทักษะในการใช้ข้อมูลทางการเงินมาตัดสินใจวางกลยุทธ์เชิงธุรกิจได้ และถึงแม้ว่างานวิจัยที่ผ่านมาจะมีการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการการเงินและบัญชีใน SMEs อย่างแพร่หลาย แต่ส่วนใหญ่มักเป็นการศึกษาในภาพรวมของอุตสาหกรรมทั่วไป โดยยังขาดการมุ่งเน้นในกลุ่มธุรกิจตัวแทนจำหน่ายปัจจัยการผลิตทางการเกษตร ซึ่งมีความซับซ้อนด้านวงจรเงินสดและสต็อกสินค้าตามฤดูกาล ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการ SMEs ด้านการเงินและบัญชี เพื่อความยั่งยืนของธุรกิจ : กรณีศึกษาห้างหุ้นส่วนจำกัด ประกอบกิจการขายปุ๋ยและเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรแห่งหนึ่งในจังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อเสนอแนะทางการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ SMEs ด้านการเงินและบัญชี ให้มีประสิทธิภาพการดำเนินงาน และเข้าถึงแหล่งเงินทุน โดยโมเดลที่นำไปใช้งานได้จริงในการวิเคราะห์งบการเงินและระบบการจัดการสินค้าคงเหลือที่เหมาะสมกับธุรกิจ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

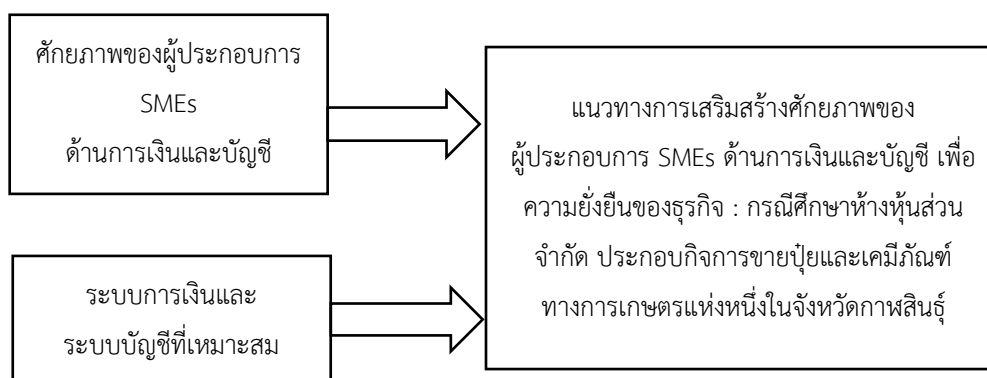
1. เพื่อศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการ SMEs ด้านการเงินและบัญชีสำหรับกิจการขายปุ๋ยและเคมีภัณฑ์ทางการเกษตร
2. เพื่อวิเคราะห์ระบบการเงินและระบบบัญชีที่เหมาะสมสำหรับกิจการขายปุ๋ยและเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีประสิทธิภาพทางการแข่งขัน และเข้าถึงแหล่งเงินทุน

กรอบแนวคิดการวิจัย

การทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การมีความรู้ทักษะด้านบัญชีอย่างเป็นระบบจะช่วยให้ผู้ประกอบการมองเห็นภาพรวมสุขภาพของกิจการ ตัดสินใจได้อย่างแม่นยำ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้ การเพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจ (Decision-Making Efficiency) บัญชีบริหาร (Managerial Accounting) ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถวิเคราะห์ความคุ้มค่าของการลงทุน การกำหนดราคาขาย

และการวางแผนขยายธุรกิจได้อย่างแม่นยำ โดยการใช้ข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อลดความเสี่ยงใน การดำเนินงาน (Dragon Argent, 2024) อีกทั้งความรู้ ด้านบัญชี ต้นทุนจะช่วยให้จำแนกต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) และต้นทุนผันแปร (Variable Cost) ได้อย่างชัดเจน ช่วยทำให้สามารถตัดลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น และจัดสรรทรัพยากรไปยังส่วนที่สร้างกำไรสูงสุดได้ (UC Berkeley Extension, 2022) ผู้ประกอบการที่มีความรู้ ด้านบัญชีจะสามารถจัดทำกระแสเงินสดล่วงหน้า (Cash Flow Forecasting) เพื่อวางแผนการใช้จ่าย และการกู้ยืมเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Milestone, 2025) นอกจากนี้ การมีการบันทึกบัญชีที่ถูกต้อง และเป็นระบบ (Record-keeping) ยังเป็นปัจจัยทำนายความสำเร็จทางการเงินที่สำคัญที่สุดสำหรับ SMEs เนื่องจากช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสถาบันการเงินและนักลงทุน (HRMARS, 2024)

การมีความรู้ทักษะด้านการเงินจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด สามารถวางแผนและบริหารจัดการกระแสเงินสดของธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถประเมินความเสี่ยงทางการเงินและเตรียมสำรองสภาพคล่องเพื่อรองรับสถานการณ์ที่ไม่คาดฝันได้ดีกว่า (OECD, 2020) การมีความรู้ทางการเงินยังช่วยให้ผู้ประกอบการมีความเข้าใจในกระบวนการเตรียมเอกสาร การจัดทำงบการเงินที่น่าเชื่อถือ และการเลือกประเภทสินเชื่อที่เหมาะสมกับโครงสร้างธุรกิจ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อ โอกาสในการได้รับการอนุมัติสินเชื่อจากสถาบันการเงิน (Bongomin et al., 2020) อีกทั้งช่วยให้ผู้ประกอบการ สามารถวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (Financial Ratios) เพื่อวัดประสิทธิภาพการดำเนินงานและกำหนดกลยุทธ์ ในการเพิ่มกำไรได้อย่างเหมาะสม (Usman et al., 2020) นอกจากนี้ การบูรณาการความรู้ทางการเงินเข้ากับ เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Finance) ยังช่วยลดต้นทุนการดำเนินงานและเพิ่มความสามารถในการทำกำไร ในระยะยาว (Setiawan et al., 2023) และการมีความรู้ทางการเงินยังช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถวางแผน ในระยะยาวที่สอดคล้องกับแนวคิด ESG (Environmental, Social, and Governance) ซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่า ให้กับแบรนด์และดึงดูดนักลงทุนรุ่นใหม่ การบริหารจัดการทรัพยากรทางการเงินอย่างมีวินัยส่งผลให้ธุรกิจ มีการเติบโตที่มั่นคงและยั่งยืน (Ye and Kulathunga, 2019) จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัยไว้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และสร้างความน่าเชื่อถือของข้อมูลผ่านกระบวนการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation) โดยเปรียบเทียบข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ร่วมกับการตรวจสอบเอกสารหลักฐานทางบัญชีและการสังเกตการณ์หน้างานในพื้นที่จริง หลังจากวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลแล้ว ผู้วิจัยได้ส่งร่างผลการวิเคราะห์กลับไปให้เจ้าของกิจการตรวจสอบความถูกต้อง นอกจากนี้ยังใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) ผ่านกระบวนการให้รหัส (Coding) เพื่อจำแนกกลุ่มปัญหาและแนวทางแก้ไขอย่างเป็นระบบ

ตารางที่ 1 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

วัตถุประสงค์	แหล่งข้อมูล	วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	ผลลัพธ์ (Outcome)
1. เพื่อศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการ SMEs ด้านการเงินและบัญชี	ผู้ประกอบการ / เอกสารบัญชี	Thematic Analysis: วิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ร่วมกับผลการตรวจสอบสุขภาพทางการเงินของกิจการ	ชุดองค์ความรู้ที่ใช้ในการถ่ายทอด 4 หัวข้อ และแนวทางการให้คำปรึกษา 6 ครั้ง
2. เพื่อวิเคราะห์ระบบการเงินและระบบบัญชีที่เหมาะสม	ข้อมูลยอดซื้อ-ขาย / สต็อกสินค้าจริง	Documentary Analysis & Model Synthesis: วิเคราะห์ความเชื่อมโยงของข้อมูลดิบเพื่อออกแบบโมเดลการวิเคราะห์ระบบการเงิน และระบบสินค้าคงเหลือ	โมเดลการวิเคราะห์งบการเงิน และระบบบัญชีสินค้าคงเหลือ

ตารางที่ 2 ชุดองค์ความรู้และแนวทางในการให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการห้างหุ้นส่วนจำกัด ประกอบกิจการขายปุ๋ยและเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรแห่งหนึ่งในจังหวัดกาฬสินธุ์

ชุดองค์ความรู้	ครั้งที่	จำนวนชั่วโมง	แนวทางในการให้คำปรึกษา
การบริหารกิจการด้วยระบบบัญชีและการบัญชียุคใหม่ (บัญชีเดียว)	1	3 ชั่วโมง	1. สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีของกิจการจากการยกตัวอย่างเหตุการณ์ประกอบ เพื่อประเมินความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับบัญชีของผู้ประกอบการ 2. การสร้างความเข้าใจให้กับกิจการในบัญชีเดียวของกรมสรรพากร และประโยชน์ที่จะได้รับการจัดทำบัญชีเดียว 3. การใช้ระบบ RBA (risk based audit system) ของกรมสรรพากร 4. ความเข้าใจเกี่ยวกับ SMEs นิยามของ SMEs การแบ่งกลุ่ม SMEs และให้คำแนะนำในหลักการบัญชี หมวดบัญชี ขั้นตอน

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ชุดองค์ความรู้	ครั้งที่	จำนวนชั่วโมง	แนวทางในการให้คำปรึกษา
การตรวจสอบสุขภาพทางการเงิน ของกิจการ	2	6 ชั่วโมง	การทำบัญชีการวิเคราะห์รายการค้า ผังบัญชี การบันทึกบัญชี ในสมุดรายวันทั่วไป และสมุดแยกประเภท การจัดทำงบ การเงิน ของกลุ่ม SMEs 5. การวางระบบการซื้อขายสินค้า ระบบการบริหารสินค้า คงเหลือ 6. การค้นหาประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับระบบบัญชีและการ บริหารงานทางด้านบัญชีของกิจการ โดยสอบถามข้อมูล เกี่ยวกับการจัดทำบัญชีของกิจการจากการยกตัวอย่าง เหตุการณ์ประกอบ เพื่อประเมินความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับ บัญชีของผู้ประกอบการ
			1. การทำความเข้าใจภาพรวมของการวิเคราะห์งบการเงิน ได้แก่ ความหมายของการวิเคราะห์งบการเงิน วัตถุประสงค์ ของการวิเคราะห์งบการเงิน ประโยชน์ของการวิเคราะห์ ทางการเงิน ผู้ใช้ผลการวิเคราะห์ และงบการเงินที่ใช้ ในการวิเคราะห์ 2. อธิบายและยกตัวอย่างการวิเคราะห์เทคนิคที่ใช้ในการ วิเคราะห์งบการเงิน ได้แก่ การวิเคราะห์แนวดิ่ง (Common- size Analysis) การวิเคราะห์แนวโน้ม (Trend Analysis) และ การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (Ratio Analysis) 3. การนำงบการเงินของกิจการของผู้ประกอบการมาใช้เทคนิค การวิเคราะห์ ด้วยการบันทึกข้อมูลลงในโมเดลการวิเคราะห์ งบการเงินที่ได้จัดทำขึ้นมาโดยผู้วิจัย 4. วิเคราะห์งบการเงินของห้างฯ เพื่อให้ผู้ประกอบการทราบถึง สถานะปัจจุบันของห้างฯ ในมิติต่าง ๆ และให้คำแนะนำ 5. การบริหารสต็อกสินค้าของห้างฯ
การบริหารจัดการต้นทุน เพื่อการวางแผน ควบคุม และการตัดสินใจ	3	3 ชั่วโมง	1. ให้คำแนะนำและเสริมเทคนิคการอ่าน งบการเงินอย่างง่าย และการจัดการต้นทุนเพื่อเพิ่มผลกำไรในธุรกิจของห้างฯ 2. เทคนิคการจัดการสินค้าคงเหลืออย่างง่าย ได้แก่ การจัดเรียงสินค้าคงเหลือ การใช้ระบบสต็อกสินค้าแบบ FIFO การจัดเก็บเอกสารการตรวจเช็คจำนวนสินค้ากับ Stock Card 3. ประโยชน์จากการมีระบบสินค้าคงเหลือ 4. ให้คำแนะนำในการจัดการสินค้าคงเหลือของห้างฯ 5. จัดทำและการใช้ระบบสต็อกสินค้าโดยโปรแกรมทางด้าน ตารางคำนวณด้วยคอมพิวเตอร์ของห้างฯ

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ชุดองค์ความรู้	ครั้งที่	จำนวนชั่วโมง	แนวทางในการให้คำปรึกษา
การบริหารกิจการด้วยระบบบัญชีและการบัญชียุคใหม่ (บัญชีเดียว)	4	3 ชั่วโมง	1. การจัดทำบัญชีตามสภาพที่แท้จริงของกิจการ 2. กำหนดให้ผู้ประกอบการนำระบบสต็อกสินค้าโดยโปรแกรมทางด้านตารางคำนวณด้วยคอมพิวเตอร์ที่ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นสำหรับห้างฯทดลองใช้ระบบและนำไปบันทึกข้อมูลรับจ่ายสินค้าจริงจากการดำเนินการค้าของห้างฯ และให้ผู้ประกอบการปรับการจัดการสินค้าคงเหลือตามเทคนิคการจัดการสินค้าคงเหลืออย่างง่าย ที่ผู้วิจัยได้ให้คำแนะนำ
การบริหารจัดการต้นทุนเพื่อการวางแผน ควบคุม และการตัดสินใจ	5	3 ชั่วโมง	1. การนำข้อมูลทางการเงินของกิจการมาวิเคราะห์ฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของกิจการว่ามีผลการดำเนินงานที่ผ่านมาเป็นอย่างไร ด้วยโมเดลการวิเคราะห์งบการเงินที่ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นมา
การบริหารกระแสเงินสดและการทำแผนการเงินเบื้องต้น สำหรับ SMEs	6	6 ชั่วโมง	1. การเตรียมแผนการเงินเบื้องต้นและการวางแผนภาษีของห้างฯ 2. การนำระบบบัญชีสินค้าคงเหลือมาใช้ในกิจการ ด้วยโมเดลการคำนวณสินค้าคงเหลือแบบ FIFO อย่างง่าย ที่ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นมา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เป็นการศึกษาจากแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล โดยคัดเลือกสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเจ้าของกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัด ประกอบกิจการขายปุ๋ยและเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรแห่งหนึ่งในจังหวัดกาฬสินธุ์
2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการวิเคราะห์เอกสาร (Document Analysis) จากข้อมูลประเภทหนังสือ บทความ งานวิจัย รวมทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยเป็นการศึกษาในรูปแบบเชิงคุณภาพ จะมุ่งเน้นไปที่การสัมภาษณ์ ในการรวบรวมและเก็บข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างโครงสร้างแบบสัมภาษณ์ขึ้น โดยมีประเด็นคำถามหลัก (Main Questions) ในการสัมภาษณ์ เน้นหลักที่ความรู้และทักษะด้านการเงินและบัญชีของผู้ประกอบการ และคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์จะสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ในการหาความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา ของแบบสัมภาษณ์ (Content Validity) หาค่า IOC จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (IOC) มีค่ามากกว่า 0.60 ทุกข้อ แสดงว่าคำถามตรงวัตถุประสงค์ของการวิจัย และทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยหาค่าความสอดคล้องภายในของครอนบาค (Cronbach's Alpha

Method) ด้วยประเมินคุณภาพของแบบสอบถามที่นำไปทดสอบใช้ (Try out) ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.92 ซึ่งค่าที่ได้มากกว่า 0.7 ถือว่า ผ่านเกณฑ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยใช้แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาสร้างเป็นกรอบความคิดในการพิจารณา โดยใช้หลักแนวคิดการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อน (SWOT Analysis) ร่วมด้วย โดยวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเจ้าของกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัด ประกอบกิจการขายปุ๋ยและเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรแห่งหนึ่งในจังหวัดกาฬสินธุ์

สรุปผลการวิจัย

การสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

1. ข้อมูลเบื้องต้นของสถานประกอบการ

ตารางที่ 3 ข้อมูลเบื้องต้นของสถานประกอบการ

ชื่อสถานประกอบการ	ห้างหุ้นส่วนจำกัด แห่งหนึ่ง
ที่อยู่	จังหวัดกาฬสินธุ์
วันที่จดทะเบียนจัดตั้ง	วันที่ 19 กรกฎาคม 2561 (วันที่จดทะเบียน)
ทุนจดทะเบียน	1,000,000 บาท
ประเภทของกิจการ	ประกอบกิจการขายปุ๋ยและเคมีภัณฑ์ทางการเกษตร
ผลิตภัณฑ์หลัก/บริการหลัก	ปุ๋ย เคมีภัณฑ์ อาหารสัตว์
สัดส่วนลูกค้า	ภายในประเทศ (ร้อยละ 100)
(ตลาดในประเทศ/ต่างประเทศ)	

ผลการวิเคราะห์ SWOT

จุดแข็งของกิจการ (Strengths) 1) ความเชี่ยวชาญในพื้นที่: กิจการตั้งอยู่ในทำเลจังหวัดที่มีศักยภาพสูง ซึ่งเป็นฐานการผลิตเกษตรกรรมขนาดใหญ่ ทำให้มีความใกล้ชิดกับกลุ่มลูกค้า และ 2) ความคล่องตัวในการบริหาร: ในฐานะ SMEs ขนาดเล็ก ผู้ประกอบการสามารถตัดสินใจปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ได้รวดเร็วตามสถานการณ์ตลาด

จุดอ่อนของกิจการ (Weaknesses) 1) ข้อจำกัดทักษะเฉพาะทาง: ผู้ประกอบการขาดความรู้ความเข้าใจเชิงลึกด้านบัญชีและการวิเคราะห์การเงิน ทำให้การวางแผนในอดีตใช้สัญญาณมากกว่าตัวเลข 2) ระบบหลังบ้าน แบบดั้งเดิม: ก่อนการวิจัย ระบบการจัดเก็บข้อมูลสินค้ายังไม่เป็นระบบ ส่งผลให้เกิด

ความคลาดเคลื่อนในการคำนวณกำไร-ขาดทุนที่แท้จริง และ 3) อำนาจการต่อรองต่ำ: เมื่อเทียบกับรายใหญ่ กิจกรรมมีข้อจำกัดในการสั่งซื้อปริมาณมากเพื่อลดต้นทุน (Economies of Scale)

โอกาสของกิจการ (Opportunities) 1) การเติบโตของภาคเกษตรกรรม: ความต้องการปุ๋ยและเคมีภัณฑ์มีแนวโน้มขยายตัวตามการขยายพื้นที่เพาะปลูกพืชเศรษฐกิจ 2) การสนับสนุนจากภาครัฐและสถาบันการศึกษา: การได้รับคำปรึกษาจากโครงการวิจัยช่วยให้กิจการเข้าถึงองค์ความรู้สมัยใหม่และเตรียมความพร้อมในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนในระบบได้ง่ายขึ้น และ 3) การเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัล: โอกาสในการนำข้อมูลบัญชีที่จัดระเบียบใหม่ไปใช้ร่วมกับซอฟต์แวร์บัญชีในอนาคตเพื่อประสิทธิภาพที่สูงขึ้น

อุปสรรคของกิจการ (Threats) 1) การแข่งขันที่รุนแรง: มีผู้ประกอบการในตลาดจำนวนมาก ทั้งรายใหญ่และรายย่อยในพื้นที่ ทำให้เกิดการตัดราคา 2) ความผันผวนของราคาดำเนินทุน: ราคปุ๋ยและเคมีภัณฑ์ขึ้นอยู่กับกลไกตลาดโลกและค่าเงินบาท ซึ่งควบคุมได้ยาก และ 3) ความเสี่ยงด้านสภาพอากาศ: ผลผลิตทางการเกษตรของลูกค้าขึ้นอยู่กับ ฟ้าฝน หากเกิดภัยแล้งหรือน้ำท่วมจะส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อและการชำระหนี้ของลูกค้า

สรุปผลการวิจัยตามประเด็นค้นพบ (Research Themes)

ผลการวิจัยตามประเด็นค้นพบ (Research Themes) เชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการ SMEs ด้านการเงินและบัญชีสำหรับกิจการขายปุ๋ยและเคมีภัณฑ์ทางการเกษตร จากการวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) ผู้วิจัยได้จำแนกประเด็นค้นพบออกเป็น 3 แก่นหลัก ดังนี้

Theme 1: การปรับเปลี่ยนทัศนคติสู่ระบบบัญชีชุดเดียว *การค้นพบ:* ผู้ประกอบการเดิมมีการจดบันทึกแบบไม่เป็นระบบ การให้คำปรึกษาได้สร้างความตระหนักถึงความสำคัญของ "บัญชีชุดเดียว" เพื่อความโปร่งใสและประโยชน์ในการยื่นขอสินเชื่อในอนาคต

Theme 2: การสร้างความรู้ด้านการบริหารต้นทุนและภาษี *การค้นพบ:* พบว่าเดิมกิจการไม่ได้แยกต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปร แนวทางการให้คำปรึกษาจึงมุ่งเน้นการคำนวณจุดคุ้มทุน (Break-even Point) และการวางแผนภาษีที่ถูกต้องตามกฎหมาย

Theme 3: กระบวนการถ่ายทอดความรู้แบบมีส่วนร่วม *การค้นพบ:* แนวทางการให้คำปรึกษาที่มีประสิทธิภาพที่สุดคือ "การเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติ" (Action Learning) โดยการใช้ข้อมูลจริงของกิจการมาเป็นแบบฝึกหัดในการตรวจสอบสุขภาพทางการเงิน 6 ครั้ง

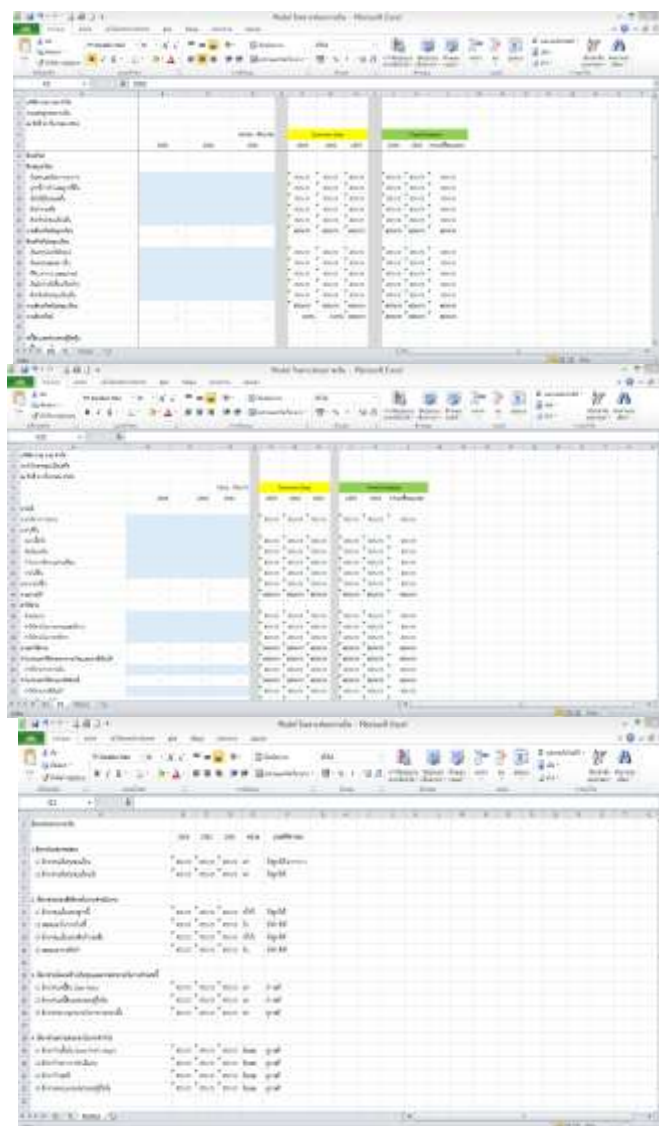
วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ระบบการเงินและระบบบัญชีที่เหมาะสมสำหรับกิจการขายปุ๋ยและเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีประสิทธิภาพทางการแข่งขัน และเข้าถึงแหล่งเงินทุน ผลการวิจัยจากการพัฒนาระบบร่วมกับผู้ประกอบการ พบประเด็นสำคัญ 3 แก่นหลัก ดังนี้

Theme 1: ระบบการจัดการสินค้าคงเหลือ *การค้นพบ:* เนื่องด้วยสินค้าเกษตรมีวันหมดอายุ และการเปลี่ยนแปลงราคาตามตลาดโลก การประยุกต์ใช้ระบบ FIFO (First-In, First-Out) ช่วยให้กิจการลดความเสี่ยงจากการเสื่อมสภาพของสินค้าและสะท้อนต้นทุนขายที่แท้จริง ระบบบัญชีสินค้าคงเหลือที่ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นมา ดังรายละเอียดในรูปภาพที่ 2

Theme 2: โมเดลการวิเคราะห์งบการเงิน *การค้นพบ:* ระบบที่เหมาะสมไม่ใช่ระบบที่ซับซ้อน แต่เป็นโมเดลที่แสดง "อัตราส่วนทางการเงิน" (Financial Ratios) และ "การวิเคราะห์แนวโน้ม" (Trend Analysis) ที่ผู้ประกอบการสามารถอ่านค่าและนำไปวางแผนการดำเนินงานในอนาคตได้ทันที โมเดลการวิเคราะห์งบการเงินที่ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นมา ดังรายละเอียดในรูปภาพที่ 3

Theme 3: กลไกการควบคุมภายในเพื่อความยั่งยืน *การค้นพบ:* การจัดวางระบบบัญชีใหม่ ช่วยสร้าง "ร่องรอยการตรวจสอบ" (Audit Trail) ลดการทุจริตและการรั่วไหลของสต็อกสินค้า ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญของความยั่งยืนในกิจการ SMEs

ภาพที่ 2 ระบบบัญชีสินค้าคงเหลือที่ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นมา



ภาพที่ 3 โมเดลการวิเคราะห์ทางการเงินที่ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นมา

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการ SMEs ด้านการเงินและบัญชี เพื่อความยั่งยืนของธุรกิจ: กรณีศึกษาห้างหุ้นส่วนจำกัด ประกอบกิจการขายปุ๋ยและเคมีภัณฑ์ทางการเกษตร แห่งหนึ่งในจังหวัดกาฬสินธุ์ ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. ศักยภาพของผู้ประกอบการ SMEs ด้านการเงินและบัญชีสำหรับกิจการขายปุ๋ยและเคมีภัณฑ์ทางการเกษตร

ผลการวิจัยพบว่า ก่อนการรับคำปรึกษา ผู้ประกอบการมีศักยภาพด้านการจัดการข้อมูลทางการเงินในระดับที่จำกัด โดยมุ่งเน้นเพียงการจดบันทึกรับ-จ่ายเบื้องต้น แต่หลังจากกระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้ผ่านแนวคิดการบัญชีบริหาร พบว่าผู้ประกอบการมีศักยภาพเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะทักษะการวิเคราะห์

งบการเงินในแนวดิ่ง และการอ่านค่าอัตราส่วนทางการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Setiawan et al. (2023) ที่ระบุว่าความรู้ทางการเงิน (Financial Literacy) เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมการตัดสินใจทางธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ การเปลี่ยนแปลงนี้แสดงให้เห็นว่าศักยภาพของผู้ประกอบการสามารถพัฒนาได้ผ่านกระบวนการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง (Action Learning) โดยใช้ข้อมูลจริงของกิจการเป็นฐานในการเรียนรู้

2. ระบบการเงินและระบบบัญชีที่เหมาะสมสำหรับกิจการขายปุ๋ยและเคมีภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีประสิทธิภาพทางการแข่งขัน และเข้าถึงแหล่งเงินทุน

ผลการวิจัยพบว่า การนำโมเดลการวิเคราะห์งบการเงินที่ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นมาใช้ ผู้ประกอบการสามารถวิเคราะห์งบการเงินในแนวดิ่ง (Vertical Analysis) การวิเคราะห์แนวนอน และอัตราส่วนทางการเงิน (Financial Ratios) เพื่อใช้ในการวางแผนการดำเนินงานและบริหารความเสี่ยงด้านสภาพคล่องได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Amjad-ur-Rehman et al. (2025) ที่พบว่า ความรู้ทางการเงิน (Financial Literacy) เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านไปยังการปฏิบัติงานด้านการบริหารจัดการการเงินที่มีประสิทธิภาพ การที่ผู้ประกอบการมีความเข้าใจในโครงสร้างงบการเงินจะช่วยให้สามารถประเมินสถานะทางการเงินและตัดสินใจทางธุรกิจได้แม่นยำขึ้น ลดความเสี่ยงในการล้มเหลวทางธุรกิจ นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่า ผู้ประกอบการสามารถจัดเตรียมงบการเงินที่ถูกต้องและเป็นระบบ ช่วยเพิ่มโอกาสในการขออนุมัติวงเงินสินเชื่อจากธนาคารได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Lentner et al. (2025) ที่อธิบายว่าวัฒนธรรมทางการเงินและการมีระบบบัญชีที่โปร่งใสเป็นปัจจัยหลักที่สถาบันการเงินใช้พิจารณาความน่าเชื่อถือ (Creditworthiness) ของ SMEs การขาดแคลนข้อมูลทางการเงินที่ตรวจสอบได้มักเป็นอุปสรรคสำคัญในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการรายย่อย และการนำระบบบัญชีสินค้าคงเหลือที่ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นมาใช้ กิจการมีการวิเคราะห์ต้นทุนและการตั้งราคาขายที่เหมาะสม รวมถึงมีการวางแผนสำรองสินค้า (Safety Stock) และใช้ระบบการจัดการสินค้าคงเหลือแบบเข้าก่อน-ออกก่อน (FIFO) เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าจำพวกปุ๋ยและเคมีภัณฑ์ซึ่งอาจมีวันหมดอายุ ได้รับการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Puican Rodríguez et al. (2025) พบว่านวัตกรรมการจัดการสินค้าคงคลังในธุรกิจ SMEs การวัดผลและการควบคุมสินค้าคงเหลือ (Inventory Measurement and Control) เป็นตัวพยากรณ์ที่สำคัญที่สุดต่อความสามารถในการทำกำไร (Profitability) ของกิจการ การมีระบบสต็อกสินค้าที่แม่นยำช่วยลดต้นทุนจมและป้องกันสินค้าขาดแคลนหรือล้นสต็อกเกินความจำเป็น และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Panigrahi et al. (2025) ที่พบว่า เทคนิคการควบคุมสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพส่งผลทางบวกโดยตรงต่อผลการดำเนินงานของ SMEs โดยช่วยลดความสูญเสียจากสินค้าเสื่อมสภาพและเพิ่มอัตราการหมุนเวียนของสินค้าได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1.1 ควรมีการต่อยอดองค์ความรู้เรื่องการจัดการบัญชีบริหารให้เข้ากับบริบทของธุรกิจเกษตร โดยเฉพาะการนำแนวคิดเรื่องวงจรเงินสด (Cash Conversion Cycle) มาวิเคราะห์ร่วมกับฤดูกาลเพาะปลูกเพื่อสร้างโมเดลพยากรณ์กระแสเงินสดที่แม่นยำขึ้น

1.2 การศึกษาความน่าเชื่อถือของข้อมูลเชิงคุณภาพควรนำวิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) และการวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) มาใช้เป็นมาตรฐานในการศึกษาศักยภาพ SMEs เพื่อให้ได้ข้อค้นพบที่ลึกซึ้งกว่าการทำวิจัยเชิงสำรวจเพียงอย่างเดียว

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

2.1 ผู้ประกอบการควรนำโมเดลการวิเคราะห์ที่ผู้วิจัยเสนอ ไปประยุกต์ใช้ เพื่อบันทึกข้อมูลแบบ Real-time ซึ่งจะช่วยให้เห็นความผิดปกติของสต็อกสินค้าได้ทันที

2.2 กิจการควรให้ความสำคัญกับการแยกบัญชีส่วนตัวออกจากบัญชีธุรกิจ เพื่อสร้างประวัติทางการเงินที่ดี ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญในการได้รับอนุมัติสินเชื่อจากธนาคาร

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

3.1 ควรมีการขยายผลการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) กับกลุ่มตัวอย่างธุรกิจรายปึกในระดับภูมิภาค เพื่อทดสอบว่าโมเดลการเงินที่พัฒนาขึ้นนี้สามารถประยุกต์ใช้ได้กับกิจการที่มีขนาดต่างกันหรือไม่

3.2 ควรมีการศึกษาถึงผลสัมฤทธิ์หลังการปรับใช้ระบบบัญชี โดยติดตามผลประกอบการและอัตราการเติบโตของกิจการในระยะยาว (1-3 ปี) เพื่อยืนยันความยั่งยืนของธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรม

เอกสารอ้างอิง

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2567). เสริมแกร่ง SMEs: ก้าวข้ามข้อจำกัด สู่ความสำเร็จที่ยั่งยืน.

https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/bot-magazine/Phrasiam-68-1/theknowledge_SMEs.html

วัลย์จรรยา วิระกุล. (2022). ความสามารถในการแข่งขันของเกษตรกรแปลงใหญ่กลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์.

วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 12(2), 158-169.

วิจัยกรุงศรี. (2566). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2566 – 2568 อุตสาหกรรมปุ๋ยเคมี.

<https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/chemicals/chemical-fertilizers/io/io-chemical-fertilizers-2023-2025>

สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2568). ข้อมูลพื้นฐานด้านการเกษตรและสหกรณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์. <https://url.in.th/xznkj>

- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2568). รายงานสถานการณ์ MSME รายปี (MSE) ปี 2567. <https://url.in.th/UKpet>
- Amjad-ur-Rehman, M., Javed, A. and Yasir, M. (2025). Impact of financial literacy on the sustainability of small and medium enterprises, mediating effect of financial management practices. *Global Management Sciences Review*, 10(2), 18-26. <https://www.researchgate.net/publication/393440892>
- Bongomin, G. O. C., Ntayi, J. M., Munene, J. C. and Malinga, C. A. (2020). Mobile money adoption: The influence of financial literacy on access to finance for micro, small and medium enterprises (MSMEs). *Journal of Science and Technology Policy Management*, 11(4), 461-481.
- Dragon Argent. (2024, March 20). *The importance of management accounting in decision-making for UK founders*. Dragon Argent. <https://www.dragonargent.com/da-blog/the-importance-of-management-accounting-in-decision-making-for-uk-founders>
- HRMARS. (2024). The impact of accounting practices on the financial performance of SMES in Somalia. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 14(3). https://hrmars.com/papers_submitted/22729/the-impact-of-accounting-practices-on-the-financial-performance-of-smes-in-somalia.pdf
- Lentner, C., Tóth, R., Kása, R. and Nagy, V. (2025). The impact of financial culture on the financing of SMEs in Hungary. *Investment Management and Financial Innovations*, 22(2), 112–126. [https://doi.org/10.21511/imfi.22\(2\).2025.10](https://doi.org/10.21511/imfi.22(2).2025.10)
- Milestone. (2025, January 5). *Accounting For Entrepreneurs*. Milestone. <https://milestone.inc/blog/accounting-for-entrepreneurs>
- OECD. (2020). *OECD/INFE 2020 International Survey of Adult Financial Literacy*. OECD Publishing. <https://www.oecd.org/financial/education/launchoftheoecdinfeglobal-financial-literacysurveyreport.htm>
- Panigrahi, R. R., Das, J. R., Jena, D. and Tanty, G. (2025). The effect of inventory control on the performance of small and medium-sized enterprises in Douala. *International Journal on Recent Trends in Business and Tourism*, 9(4), 34-45. <https://doi.org/10.31674/ijrtbt.2025.v09i04.003>

- Puican Rodríguez, V. H., Toro López, R. D. J. and García Vera, W. R. (2025). Innovations in inventory management to improve the profitability of local SMEs. *F1000Research*, 14(853). <https://doi.org/10.12688/f1000research.168900.1>
- Setiawan, M., Effendi, N., Santoso, T. and Dewi, V. I. (2023). Digital financial literacy and financial behavior in the digital era. *Journal of Applied Economic Sciences*, 18(1), 21-32.
- UC Berkeley Extension. (2022, November 8). *Why study managerial accounting*. UC Berkeley Extension. <https://voices.berkeley.edu/business/why-study-managerial-accounting>
- Usman, M., Ali, Y., Riaz, A., Riaz, A. and Zubair, A. (2020). Economic perspective of coronavirus (COVID-19). *Journal of Public Affairs*, 20(4), e2252. <https://doi: 10.1002/pa.2252>
- Ye, J. and Kulathunga, K. M. M. C. B. (2019). How does financial literacy promote sustainability in SMEs? A developing country perspective. *Sustainability*, 11(10), 2990. <https://doi.org/10.3390/su11102990>

คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ในมุมมองของศิษย์เก่าบัณฑิต

มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก

Desirable Characteristics of Accounting Graduates from the Perspective of Accounting Alumni, Asia-Pacific International University

สุนิษา ทาทอง¹ และ จารุวรรณ แซ่เต๋^{2*}

Sunisa Thathong¹ and Jaruwat Saetao^{2*}

^{1,2}หลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก

^{1,2}Bachelor of Accountancy Program, Faculty of Business Administration,
Asia-Pacific International University

*Corresponding author's email address: jaruwan@apiu.edu

วันที่รับบทความ (Received)

22 กรกฎาคม 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

7 มกราคม 2569

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

20 กุมภาพันธ์ 2569

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ในมุมมองของศิษย์เก่าบัณฑิต มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานในปัจจุบัน ตลอดจนช่วยให้นักบัญชีสามารถพัฒนาทักษะวิชาชีพ คุณธรรม และความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและสังคม อันจะนำไปสู่การยกระดับวิชาชีพบัญชี และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้ข้อมูลทางบัญชีในทุกภาคส่วน โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากศิษย์เก่าบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก จำนวน 91 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-way ANOVA) ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านจริยธรรมได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด สะท้อนถึงความสำคัญของคุณธรรม และจรรยาบรรณในวิชาชีพบัญชีซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความน่าเชื่อถือ ความรับผิดชอบต่อสังคม และการปฏิบัติงานอย่างถูกต้องโปร่งใส รองลงมาคือด้านลักษณะบุคคล ด้านทักษะ และด้านความรู้ ตามลำดับ 2) ปัจจัยด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ทำงานของศิษย์เก่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะบัณฑิตไม่แตกต่างกัน ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้จะนำไปสู่การพัฒนาหลักสูตรบัณฑิตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาตามคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาที่สอดคล้องกับความต้องการของสังคมยุคปัจจุบัน

คำสำคัญ: คุณลักษณะของนักบัญชี, นักบัญชี, ศิษย์เก่า

ABSTRACT

This research aimed to study the desirable characteristics of accounting graduates from the perspective of accounting alumni, Asia-Pacific International University to serve as a guideline for developing curriculum that was in line with the current labor market needs, as well as to help accountants grew their professional skills, morality, and adaptability to changes in technology and society, which will led to the elevation of the accounting profession and built trust among accounting data users in all sectors. Data were collected from 91 accounting alumni of the Faculty of Business Administration at Asia-Pacific International University, used a questionnaire as the data collection tool. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, independent t-test, and one-way ANOVA. The results revealed that: (1) Respondents expressed a high overall level of agreement regarding the desirable characteristics of accounting graduates and the ethics domain received the highest average score, reflecting the significance of moral integrity and professional ethics in the accounting profession, which were key factors in building credibility, fostering social responsibility, and ensuring accurate and transparent practices, followed by personal characteristics, skills, and knowledge, respectively. (2) Factors such as gender, age, education level, and work experience of alumni showed no significant differences in opinions regarding the desired characteristics of accounting graduates. The results from this research contributed to the development of the accounting curriculum, enhancing its effectiveness in alignment with higher education qualification standards and the evolving demands of contemporary society.

Keywords: Characteristics of an Accountant, Accountant, Alumni

บทนำ

วิชาชีพบัญชีเป็นเครื่องมือสำคัญในการบริหารจัดการและสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ เอกชน หรือชุมชน ซึ่งล้วนจำเป็นต้องมีระบบบัญชีที่มี มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับ เพื่อสะท้อนความโปร่งใสและสร้างความเชื่อมั่นต่อหน่วยงานต่าง ๆ (ดาวพระศุภร์ ทองกลิ่น และคณะ, 2568) ในบริบทของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี เศรษฐกิจ และสังคม อย่างรวดเร็ว บัญชีบัณฑิตจำเป็นต้องมีทั้งความรู้ ความสามารถ และจริยธรรมในวิชาชีพ เพื่อให้สามารถ ตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงานและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตจึงเป็นหัวใจสำคัญในการเตรียมความพร้อมของนักศึกษา

ไม่เพียงในด้านวิชาการแต่รวมถึงทักษะด้านจริยธรรม ความรับผิดชอบ ความคิดสร้างสรรค์ และการทำงานร่วมกับผู้อื่นอย่างมีประสิทธิภาพ

หลักสูตรบัญชีเป็นหลักสูตรสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม เนื่องจากเป็นพื้นฐานที่ทุกองค์กรต้องการเพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการทางการเงินและดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ การเรียนการสอนในหลักสูตรบัญชียังช่วยพัฒนาทักษะการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน การอ่านและตีความงบการเงิน ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการประเมินสถานะทางการเงิน การจัดการต้นทุน และการบริหารกระแสเงินสด ซึ่งล้วนเป็นทักษะที่จำเป็นในทุกระดับขององค์กร (คณะบัญชี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2568) ตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษาเรื่อง “รายละเอียดผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565” ได้กำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้หลัก 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความรู้ คือความเข้าใจที่เกิดจากการสั่งสมความรู้จากการศึกษา ค้นคว้า และประสบการณ์ 2) ด้านทักษะ คือความสามารถที่เกิดจากการฝึกฝนเพื่อพัฒนาตนเอง และวิชาชีพ 3) ด้านจริยธรรม คือการแสดงพฤติกรรมที่มีคุณธรรมและจรรยาบรรณ และ 4) ด้านลักษณะบุคคล คือบุคลิกภาพ ค่านิยม และลักษณะนิสัยที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของวิชาชีพ ผลลัพธ์การเรียนรู้เหล่านี้ต้องเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของหลักสูตร วิชาชีพ ประเทศชาติ และบริบทโลก เพื่อให้บัณฑิตมีความพร้อมทั้งในด้านวิชาการและคุณลักษณะส่วนบุคคลในการดำเนินชีวิตและประกอบอาชีพอย่างยั่งยืน (คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา, 2565) นอกจากการกำหนดมาตรฐานและเป้าหมายของหลักสูตรแล้ว ควรคำนึงถึงประสบการณ์และข้อคิดเห็นของผู้ที่ผ่านการเรียนรู้และเข้าสู่ตลาดแรงงานจริง กลุ่มศิษย์เก่าบัญชีจึงถือเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญที่สะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิผลของการจัดการศึกษาตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ และความสอดคล้องกับความต้องการขององค์กรในโลกการทำงานปัจจุบัน

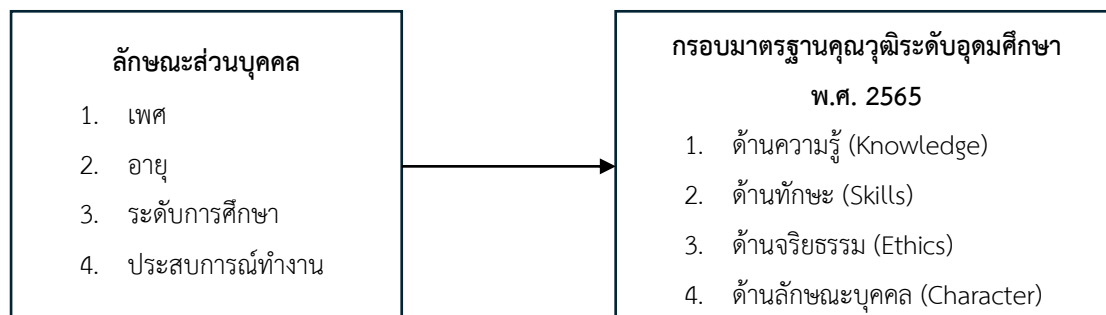
จากเหตุผลข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาคุณลักษณะบัญชีบัณฑิตที่พึงประสงค์ในมุมมองของศิษย์เก่าบัญชีบัณฑิต มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรให้ตอบโจทย์ตลาดแรงงานในอนาคต เนื่องจากการผลิตนักบัญชีที่มีคุณภาพจำเป็นต้องอาศัยการพัฒนาหลักสูตรและกระบวนการเรียนการสอนอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของโลกและความต้องการขององค์กร ผลลัพธ์ที่ได้จะนำไปสู่ข้อเสนอแนะและแนวทางการพัฒนาหลักสูตรบัญชีบัณฑิตในยุคปัจจุบันและอนาคตอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะบัญชีบัณฑิตที่พึงประสงค์ในมุมมองของศิษย์เก่าบัญชีบัณฑิต มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก
2. เพื่อเปรียบเทียบคุณลักษณะบัญชีบัณฑิตที่พึงประสงค์ในมุมมองของศิษย์เก่าบัญชีบัณฑิตที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ทำงานแตกต่างกัน

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัญชีบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 จึงได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 (คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา, 2565) จัดแบ่งผลลัพธ์การเรียนรู้เป็น 4 ด้าน ล้วนมีบทบาทส่งเสริมให้นักบัญชีสามารถตอบสนองต่อความท้าทายในปัจจุบันดังนี้

1. ด้านความรู้ (Knowledge) หมายถึง สิ่งที่สั่งสมมาจากการศึกษาเล่าเรียน การค้นคว้า หรือประสบการณ์ที่เกิดจากหลักสูตร ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นและเพียงพอต่อการนำไปใช้ปฏิบัติหรือต่อยอดความรู้ในการประกอบอาชีพ ดำรงชีวิต อยู่ร่วมกันในสังคม และพัฒนาอย่างยั่งยืน สำหรับการดำรงชีวิตในยุคดิจิทัล อาทิ มีความรู้ด้านกฎหมายธุรกิจและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ความรู้ด้านเศรษฐศาสตร์ การเงิน การจัดการองค์กร และธุรกิจ มีความรู้ด้านหลักการและวิธีการบันทึกบัญชี สารสนเทศทางการบัญชี การจัดทำบทลงโทษ และการเงิน รวมถึงมีความรู้ด้านการตรวจสอบบัญชี การควบคุมภายใน และการบริหารความเสี่ยง เป็นต้น

2. ด้านทักษะ (Skills) หมายถึง ความสามารถที่เกิดจากการเรียนรู้ ฝึกฝนปฏิบัติให้เกิดความแคล่วคล่อง ว่องไว ชำนาญ เพื่อพัฒนางาน พัฒนางานอาชีพหรือวิชาการ พัฒนาตน และพัฒนาสังคม สำหรับการดำรงชีวิตในยุคดิจิทัล อาทิ ความสามารถในการสื่อสาร มีทักษะการวางแผนการทำงานอย่างเป็นขั้นตอน มีทักษะการใช้เทคโนโลยีในการทำงาน การทำงานเป็นทีม มีความคิดริเริ่มและสร้างสรรค์ การคิดแบบเชิงวิพากษ์ สามารถคำนวณภาษีและกรอกแบบฟอร์มต่าง ๆ เกี่ยวกับภาษี สามารถประยุกต์ความรู้ด้านการตรวจสอบบัญชี การควบคุมภายใน การบริหารความเสี่ยง และศาสตร์อื่นในการปฏิบัติงานด้านวิชาชีพบัญชี และสามารถใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีในการปฏิบัติงานจริง เป็นต้น

3. ด้านจริยธรรม (Ethics) หมายถึง พฤติกรรมหรือการกระทำระดับบุคคลที่สะท้อนถึงความเป็นผู้มีคุณธรรม ศีลธรรม และจรรยาบรรณ เพื่อประโยชน์ส่วนรวมและส่วนตน ทั้งต่อหน้าและลับหลังผู้อื่น อาทิ มีจิตสาธารณะและไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น มีวินัย ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

มีความซื่อสัตย์สุจริต เที่ยงธรรม เป็นอิสระ รักษาไว้ซึ่งความรู้ ความสามารถ และความชำนาญทางวิชาชีพ ปฏิบัติงานด้วยความเอาใจใส่ รักษาความลับ และมีความโปร่งใส เป็นต้น

4. ด้านลักษณะบุคคล (Character) หมายถึง บุคลิกภาพ ลักษณะนิสัย ค่านิยม ที่สะท้อนคุณลักษณะเฉพาะศาสตร์ วิชาชีพ และสถาบัน โดยพัฒนาผ่านการเรียนรู้และการฝึกประสบการณ์จากหลักสูตร ให้มีความเหมาะสมกับแต่ละระดับมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา อาทิ กล้าแสดงออก มีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ ละเอียดรอบคอบ มีความเป็นผู้นำ ปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงได้ดี มีความเสียสละ มีน้ำใจ ขยันและอดทน รวมถึงเคารพในความแตกต่างของวัฒนธรรมและเชื้อชาติ เป็นต้น

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ศิษย์เก่าบัณฑิต มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก จำนวน 336 คน (ฝ่ายทะเบียน มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก, 2567)

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามรูปแบบ Likert Scale ซึ่งแบ่งระดับความเห็นดังนี้ 5 หมายถึง มากที่สุด 4 หมายถึง มาก 3 หมายถึง ปานกลาง 2 หมายถึง น้อย และ 1 หมายถึง น้อยที่สุด

ในการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม พบว่า ผลการทดสอบค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation มีค่าอยู่ระหว่าง 0.336-0.789 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้เสนอว่าค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อมีค่า 0.30 ขึ้นไป อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ นอกจากนี้ ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Test) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) เท่ากับ 0.97 ซึ่งสอดคล้องกับ Hair et al. (2006) ได้เสนอว่าค่าความเชื่อมั่นมีค่า 0.70 ขึ้นไป เป็นค่าที่ยอมรับได้ แสดงว่าเครื่องมือมีคุณภาพสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยได้

วิธีรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการส่งแบบสอบถามทั้งในรูปแบบเอกสารและแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form ให้แก่บัณฑิต มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก โดยภายหลังได้รับแบบสอบถามตอบกลับ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน และสมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้รับ ผลการรวบรวมข้อมูลพบว่า มีแบบสอบถามที่สามารถนำมาวิเคราะห์ได้ ซึ่งมีความครบถ้วนสมบูรณ์ จำนวนทั้งสิ้น 91 ฉบับ คิดเป็นอัตราตอบกลับร้อยละ 27 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ทั้งนี้ Aaker et al. (2001) ได้เสนอว่า อัตราตอบกลับมากกว่าร้อยละ 20 ขึ้นไป ถือว่าเพียงพอสำหรับการนำมาวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติดังต่อไปนี้

1. ใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

2. วิเคราะห์ความคิดเห็นคุณลักษณะที่พึงประสงค์ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะบัญชีบัณฑิตที่พึงประสงค์ในมุมมองของศิษย์เก่าบัญชีบัณฑิต กำหนดเกณฑ์การแปลผลจากข้อคำถามเป็นแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ในการแปลผลระดับความคิดเห็น ผู้วิจัยกำหนดการแปลผลจากคะแนนเฉลี่ยในค่าความกว้างของอันตรภาคโดยอิงตามเกณฑ์ของ (Best, 1981) ดังนี้

ค่าระหว่าง 0.00 – 1.49 หมายถึง น้อยที่สุด

ค่าระหว่าง 1.50 – 2.49 หมายถึง น้อย

ค่าระหว่าง 2.50 – 3.49 หมายถึง ปานกลาง

ค่าระหว่าง 3.50 – 4.49 หมายถึง มาก

ค่าระหว่าง 4.50 – 5.00 หมายถึง มากที่สุด

3. การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ โดยใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent t-test) และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มมากกว่าสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาคุณลักษณะบัญชีบัณฑิตที่พึงประสงค์ในมุมมองของศิษย์เก่าบัญชีบัณฑิต สรุปผลได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	9	9.89
1.2 หญิง	82	90.11
2. อายุ		
2.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	39	42.86
2.2 31-40 ปี	30	32.97
2.3 41-50 ปี	13	14.28
2.4 51-60 ปี	9	9.89

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. ระดับการศึกษา		
3.1 ปริญญาตรี	79	86.80
3.2 ปริญญาโท	12	13.20
3.3 ปริญญาเอก	0	0.00
4. ประสบการณ์ทำงาน		
4.1 น้อยกว่า 5 ปี	37	40.66
4.2 5 – 10 ปี	26	28.57
4.3 11 – 15 ปี	10	10.99
4.4 มากกว่า 15 ปี ขึ้นไป	18	19.78

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 82 คน (ร้อยละ 90.10) อายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี จำนวน 39 คน (ร้อยละ 42.90) ระดับการศึกษา ปริญญาตรี จำนวน 79 คน (ร้อยละ 86.80) และมีประสบการณ์ทำงาน น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 37 คน (ร้อยละ 70.70)

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ในมุมมองของศิษย์เก่าบัณฑิต

คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านความรู้	3.75	0.59	มาก
2. ด้านทักษะ	3.93	0.57	มาก
3. ด้านจริยธรรม	4.65	0.39	มากที่สุด
4. ด้านลักษณะบุคคล	4.40	0.43	มาก
โดยรวม	4.16	0.42	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์โดยรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.16 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.42 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านจริยธรรม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.65 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.39 และมีความคิดเห็นในด้านอื่น ๆ อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านลักษณะบุคคล มีค่าเฉลี่ย 4.40 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.43 ด้านทักษะ มีค่าเฉลี่ย 3.93 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.57 และด้านความรู้ มีค่าเฉลี่ย 3.75 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะบัญชีบัณฑิตที่พึงประสงค์ในมุมมองของศิษย์เก่า
บัญชีบัณฑิต ที่มีเพศแตกต่างกัน

คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์	ชาย		หญิง		t	p-value
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านความรู้	3.60	0.39	3.77	0.61	-0.775	0.441
2. ด้านทักษะ	3.78	0.63	3.95	0.57	-0.902	0.369
3. ด้านจริยธรรม	4.50	0.40	4.47	0.39	-1.219	0.226
4. ด้านลักษณะบุคคล	4.28	0.42	4.42	0.43	-0.942	0.349
โดยรวม	4.00	0.38	4.17	0.43	-1.140	0.257

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะบัญชีบัณฑิตที่พึงประสงค์ในมุมมองของศิษย์เก่า
บัญชีบัณฑิต ที่มีอายุแตกต่างกัน

คุณลักษณะบัณฑิตที่ พึงประสงค์	แหล่งของความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
1. ด้านความรู้	ระหว่างกลุ่ม	3	0.326	0.109	0.307	0.820
	ภายในกลุ่ม	87	30.780	0.354		
	รวม	90	31.106			
2. ด้านทักษะ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.080	0.027	0.078	0.972
	ภายในกลุ่ม	87	29.552	0.340		
	รวม	90	29.631			
3. ด้านจริยธรรม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.978	0.326	2.180	0.096
	ภายในกลุ่ม	87	13.008	0.150		
	รวม	90	13.986			
4. ด้านลักษณะบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	3	0.200	0.067	0.359	0.783
	ภายในกลุ่ม	87	16.139	0.186		
	รวม	90	16.338			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.176	0.059	0.322	0.810
	ภายในกลุ่ม	87	15.853	0.182		
	รวม	90	16.029			

ตารางที่ 5 เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะบัญชีบัณฑิตที่พึงประสงค์ในมุมมองของศิษย์เก่า
บัญชีบัณฑิต ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

คุณลักษณะบัณฑิตที่ พึงประสงค์	แหล่งของความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
1. ด้านความรู้	ระหว่างกลุ่ม	2	0.432	0.216	0.619	0.541
	ภายในกลุ่ม	88	30.675	0.349		
	รวม	90	31.106			
2. ด้านทักษะ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.327	0.163	0.491	0.614
	ภายในกลุ่ม	88	29.304	0.333		
	รวม	90	29.631			
3. ด้านจริยธรรม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.053	0.027	0.168	0.846
	ภายในกลุ่ม	88	13.933	0.158		
	รวม	90	13.986			
4. ด้านลักษณะบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	2	0.012	0.006	0.032	0.968
	ภายในกลุ่ม	88	13.326	0.186		
	รวม	90	13.338			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.173	0.087	0.481	0.620
	ภายในกลุ่ม	88	15.856	0.180		
	รวม	90	16.029			

ตารางที่ 6 เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะบัญชีบัณฑิตที่พึงประสงค์ในมุมมองของศิษย์เก่า
บัญชีบัณฑิต ที่มีประสบการณ์ทำงานแตกต่างกัน

คุณลักษณะบัณฑิตที่ พึงประสงค์	แหล่งของความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
1. ด้านความรู้	ระหว่างกลุ่ม	3	0.311	0.104	0.293	0.830
	ภายในกลุ่ม	87	30.795	0.354		
	รวม	90	31.106			
2. ด้านทักษะ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.734	0.245	0.736	0.533
	ภายในกลุ่ม	87	28.898	0.332		
	รวม	90	29.631			
3. ด้านจริยธรรม	ระหว่างกลุ่ม	3	1.065	0.355	2.390	0.074
	ภายในกลุ่ม	87	12.921	0.149		
	รวม	90	13.986			

ตารางที่ 6 (ต่อ)

คุณลักษณะบัณฑิตที่ พึงประสงค์	แหล่งของความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
4. ด้านลักษณะบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	3	0.418	0.139	0.761	0.519
	ภายในกลุ่ม	87	15.921	0.183		
	รวม	90	16.338			
	โดยรวม					
	ระหว่างกลุ่ม	3	0.218	0.073	0.400	0.754
	ภายในกลุ่ม	87	15.811	0.182		
	รวม	90	16.029			

จากตารางที่ 3-6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ทำงาน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์โดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ ด้านทักษะ ด้านจริยธรรม และด้านลักษณะบุคคล ไม่แตกต่างกัน ($p>0.05$)

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการวิจัยเรื่องคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ในมุมมองของ ศิษย์เก่าบัณฑิต มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก ซึ่งสามารถอภิปรายได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านจริยธรรม อยู่ในระดับมากที่สุด สะท้อนให้เห็นว่า คุณธรรมและจรรยาบรรณเป็นรากฐานสำคัญของวิชาชีพบัญชี เนื่องจากการทำบัญชีเกี่ยวข้องกับข้อมูลที่มีความละเอียดอ่อน และส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้เสีย นักบัญชีจึงจำเป็นต้องมีความซื่อสัตย์ โปร่งใส มีความรับผิดชอบ และรักษาความลับองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิธาน แสนภักดี และนฤพล อ่อนวิมล (2566) พบว่า สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ด้านจริยธรรมมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และมีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปทุมพร ชโนวรรณ และอัญชลี สุขชีวัฒน์ (2567) พบว่า ผู้สอบบัญชีภาษีอากรให้ความสำคัญต่อจรรยาบรรณวิชาชีพที่ช่วยให้ผู้ใช้บริการเงินนำข้อมูลไปใช้ได้อย่างถูกต้องและสร้างชื่อเสียงต่อผู้สอบบัญชีภาษีอากร นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ มัลลิกา พรหมดี และคณะ (2568) พบว่านักบัญชีการเงินและพัสดุของหน่วยงานภาครัฐ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณธรรมนักบัญชีการเงินและพัสดุ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสุจริต อยู่ในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชญาภา นัยนิตย์ และพรพนทิพย์ อย่างกลั่น (2567) พบว่าสมรรถนะของนักบัญชียุคดิจิทัลด้านจรรยาบรรณวิชาชีพส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการทำงานของสำนักงานบัญชีคุณภาพด้านความถูกต้อง เนื่องจากการมุ่งมั่นการปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริตเที่ยงตรง โดยตระหนักถึงการรักษาความลับขององค์กร

และการใช้ดุลยพินิจของผู้ประกอบวิชาชีพภายใต้มาตรฐานวิชาชีพย่อมทำให้เกิดการทำงานที่มีคุณภาพ ทันท่วงที การใช้งานของข้อมูลและได้รับการยอมรับจากทุกฝ่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะบัญชีบัณฑิตที่พึงประสงค์ด้านคุณลักษณะบุคคล อยู่ในระดับมาก เนื่องจากนักบัญชีที่ดีต้องมีความละเอียดรอบคอบ มีความกล้าแสดงออก มีความขยันอดทนและรับผิดชอบหน้าที่ และมีความสามารถในการปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมการทำงานที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังต้องเคารพและเข้าใจวัฒนธรรมที่แตกต่าง เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงมีมนุษยสัมพันธ์และทักษะการสื่อสารที่ดีช่วยเสริมสร้างความน่าเชื่อถือในวิชาชีพบัญชีอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทัดฟ้า ลาขุณี และพรทิพย์ ชุ่มเมืองปัก (2565) พบว่าความฉลาดทางอารมณ์ด้านความสามารถภายในตนเอง การปรับตัว การจัดการความเครียด การจัดการอารมณ์ตนเอง และการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องมีผลกระทบต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของนักบัญชีในยุควิถีชีวิตใหม่ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลากร เขียวพิมพา และจิรพงษ์ จันทรงาม (2566) พบว่าคุณสมบัติของนักบัญชีมืออาชีพ ด้านความรับผิดชอบต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ด้านความกล้าที่จะนำเสนอแนวคิดและวิธีการใหม่ ๆ ด้านความซื่อสัตย์และมีจรรยาบรรณต่อวิชาชีพบัญชี ด้านการพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลาส่งผลเชิงบวกต่อผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรพรรณ รัตนทรงธรรม และคณะ (2564) พบว่าสถานประกอบการมีความต้องการนักบัญชีบัณฑิตในด้านทักษะทางคุณลักษณะบุคคล ด้านทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร อยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัญชีบัณฑิตด้านทักษะ อยู่ในระดับมาก โดยทักษะด้านการสื่อสาร การทำงานอย่างเป็นระบบ การใช้เทคโนโลยี การทำงานเป็นทีม และการคิดวิเคราะห์ มีความสำคัญต่อนักบัญชีอย่างยิ่ง เพราะช่วยให้นักบัญชีถ่ายทอดข้อมูลทางการเงินได้ชัดเจน ประสานงานได้มีประสิทธิภาพ ดำเนินงานถูกต้องและครบถ้วน พร้อมทั้งพัฒนาวิธีการทำงานให้ทันสมัย ลดข้อผิดพลาดจากตัดสินใจบนพื้นฐานที่สมเหตุสมผล ส่งผลให้รายงานทางการเงินมีคุณภาพสูง น่าเชื่อถือ และสนับสนุนการบริหารจัดการองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพรรณษา สุวรรณศรี และพรทิพา แสงเขียว (2567) พบว่าทักษะทางด้านธุรกิจ ทักษะทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ทักษะทางด้านความรู้ความชำนาญทางด้านวิชาชีพ ทักษะทางด้านอารมณ์การสื่อสาร ทักษะทางด้านความคิดสร้างสรรค์ ทักษะทางด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีมส่งผลเชิงบวกต่อศักยภาพในการปฏิบัติงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรภรณ์ มหาชานนท์ และฉัตรรัชดา วิโรจน์รัตน์ (2567) พบว่า ศักยภาพทางการบัญชีดิจิทัล ด้านทักษะความรู้ทางวิชาชีพ ด้านการเรียนรู้เชิงพลวัต ด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมทางการบัญชี และด้านการตระหนักถึงคุณค่าจริยธรรมทางวิชาชีพ มีผลกระทบเชิงบวกต่อการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จในการทำงานของนักบัญชี รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ สลิตญา รักรอด และคณะ (2567) พบว่าทักษะด้านวิชาชีพ และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชี และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรภรณ์ มหาชานนท์ วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

และฉัตรรัชดา วิโรจน์รัตน์ (2567) พบว่าศักยภาพทางการบัญชีดิจิทัล ด้านการเรียนรู้เชิงพลวัต ด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมทางการบัญชี ผลกระทบเชิงบวกต่อการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จในการทำงานของนักบัญชี

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัญชีบัณฑิตด้านความรู้ อยู่ในระดับมาก ความรู้ทางการบัญชีเป็นปัจจัยสำคัญที่นักบัญชีต้องมีเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง และมีประสิทธิภาพ ความรู้ดังกล่าวช่วยให้นักบัญชีสามารถบันทึก วิเคราะห์ และรายงานข้อมูลทางการเงิน ได้อย่างแม่นยำ ตลอดจนปฏิบัติตามมาตรฐานบัญชีและกฎหมายที่เกี่ยวข้องได้อย่างครบถ้วน ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความน่าเชื่อถือของรายงานทางการเงินและการตัดสินใจทางธุรกิจที่มีประสิทธิภาพในองค์กร สอดคล้องกับ งานวิจัยของ ณณิชากร กล้องแก้ว และคณะ (2564) พบว่าความสำคัญของความรู้ทางการบัญชีของผู้จัดทำบัญชีในยุคดิจิทัลโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับคะแนนจากมากไปน้อย พบว่า ทักษะความรู้เกี่ยวกับบัญชีวิชาชีพ รองลงมาคือทักษะการใช้เครื่องมือดิจิทัลในการรักษาความปลอดภัยทางบัญชี และจรรยาบรรณและทัศนคติ เป็นความรู้ทางการบัญชีของผู้จัดทำบัญชีในยุคดิจิทัลที่มีความสำคัญตามลำดับ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สายฝน อุไร และคณะ (2565) พบว่านักบัญชีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ทางการบัญชีอยู่ในระดับมากและความรู้ความสามารถทางด้านบัญชี มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพในการจัดทำบัญชี รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ นภัทร บั่นแวงงาม (2567) พบว่าผู้จัดทำบัญชีและการเงินมีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านความรู้ทางการบัญชีอยู่ในระดับมากและส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการทำงาน

2. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ทำงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัญชีบัณฑิตทั้งโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน เนื่องจากการปฏิบัติงานด้านบัญชีเป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยความรู้ ความสามารถทางวิชาชีพ ความละเอียดรอบคอบ ตลอดจนคุณธรรม จริยธรรม การคิดวิเคราะห์ การใช้เทคโนโลยี และทักษะการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นค่านิยมพื้นฐานที่เป็นคุณสมบัติพื้นฐานที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในแวดวงวิชาชีพบัญชี และถือเป็นมาตรฐานร่วมกันของวิชาชีพบัญชี ซึ่งคุณลักษณะเหล่านี้เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการเป็นนักบัญชีที่มีคุณภาพ ด้วยเหตุนี้ เพศจึงไม่ใช่ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการทำงานในวิชาชีพบัญชี ทั้งเพศชายและเพศหญิงสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในระดับที่เท่าเทียมกัน โดยองค์กรหรือผู้ประกอบการมุ่งพิจารณาจากศักยภาพและความสามารถในการปฏิบัติงานเป็นสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับ ผลการวิจัยของ ธนภัทร ไชยชาติ และภัทรพร พงศาปรมัตต์ (2567) พบว่าผู้ประกอบการวิชาชีพในเขตภาคเหนือตอนล่างที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณณิชากร กล้องแก้ว และคณะ (2564) ซึ่งพบว่า ผู้จัดทำบัญชีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา แม้จะมีเพศ อายุ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน แต่มีความรู้ และทักษะทางการบัญชีในยุคดิจิทัลไม่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามข้อค้นพบดังกล่าวแตกต่างจากงานวิจัยของ

วชิรญาณ สุนทรวินิต และคณะ (2567) พบว่าผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพโดยแยกตามสถานภาพส่วนบุคคลของนักบัญชีในภาคตะวันออกในภาพรวมด้านเพศ อายุ วุฒิการศึกษา ตำแหน่งงานในปัจจุบัน และประสบการณ์การทำงานมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 มหาวิทยาลัยควรให้ความสำคัญในการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอน รวมทั้งกิจกรรมเสริมที่มุ่งส่งเสริมคุณลักษณะด้านจริยธรรมอย่างเข้มข้น ควบคู่ไปกับการเสริมสร้างทักษะ ความรู้ และบุคลิกภาพที่จำเป็นต่อการประกอบวิชาชีพบัญชีอย่างครบถ้วนและมีประสิทธิภาพ โดยควรออกแบบเนื้อหาและกิจกรรมที่สอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา เพื่อให้บัณฑิตสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมืออาชีพ ยึดมั่นในจรรยาบรรณ และพร้อมรับมือกับความท้าทายของตลาดแรงงานในปัจจุบัน และอนาคตอย่างยั่งยืน

1.2 ควรส่งเสริมการเรียนรู้ที่เน้นการปฏิบัติจริง การพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ และการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและตอบสนองความต้องการของภาคธุรกิจ และสังคมอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์กับผลสัมฤทธิ์ทางการทำงานจริง เพื่อประเมินความสอดคล้องและประสิทธิผลของหลักสูตรในการเตรียมความพร้อมแก่ผู้สำเร็จการศึกษา

2.2 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรพิจารณาใช้เครื่องมือวิจัยที่หลากหลาย เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการสังเกตการณ์ เพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพควบคู่ไปกับข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ภาพรวมที่ครบถ้วน และลึกซึ้งยิ่งขึ้น

2.3 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรพิจารณาเพิ่มเติมการศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อม ทั้งภายในและภายนอกที่ส่งผลต่อการพัฒนาคุณลักษณะของบัณฑิตบัญชี เช่น ความสามารถในการจัดการตนเอง นโยบายและโครงสร้างองค์กร รวมถึงสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เป็นต้น

2.4 ควรศึกษาความคิดเห็นและความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ เช่น นายจ้าง ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี และนักศึกษา เพื่อให้การพัฒนาคุณลักษณะบัณฑิตมีความครอบคลุม และสอดคล้องกับความต้องการของภาคส่วนอย่างแท้จริง

เอกสารอ้างอิง

- คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา. (2565). *รายละเอียดผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ.2565*. สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. <https://www.ops.go.th/th/ches-downloads/edu-standard/item/6940-2022-07-22-02-54-49>
- คณะบัญชี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. (2568). *มาเรียนบัญชีกันเถอะ! เพราะบัญชีคือทักษะสำคัญที่ทุกธุรกิจต้องการ*. คณะบัญชี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. <https://accountancy.utcc.ac.th/blogs/study-accounting-essential-skill-for-business/>
- ชญาภา นัยนิตย์ และ พรณทิพย์ อย่างกลิ่น. (2567). สมรรถนะของนักบัญชียุคดิจิทัลและการบริหารจัดการองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของสำนักงานบัญชีคุณภาพในประเทศไทย. *วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 7(2), 159-178.
- ชลากร เขียวพิมพา และ จิรพงษ์ จันทรงาม. (2566). มาตรฐานในการปฏิบัติงานและคุณสมบัติของนักบัญชีมืออาชีพที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์*, 8(1), 627-638.
- ณนิชากร กล้องแก้ว, นิภาพรณ ดุลนีย์, กชพร นามสีฐาน และ ปรียาณัฐ เอียบศิริเมธี. (2564). การพัฒนาความรู้ทางการบัญชีของผู้จัดทำบัญชีในยุคดิจิทัลในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมา: ในมุมมองของผู้ประกอบการ. *วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 15(3), 314-326.
- ดาวพระศุภร์ ทองกลิ่น, จินดา จอกแก้ว และ ณัฐธะปราน คล้ายประสิทธิ์. (2568). การยกระดับความรู้สู่การพัฒนาหลักสูตรบัญชีชุมชนที่มีมาตรฐานโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนเขตดอนเมือง และเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ร่มพฤกษ์*, 43(1), 215-238.
- หัตถ์ฟ้า ลาขุณี และ พรทิพย์ ชุ่มเมืองปัก. (2565). ผลกระทบของความฉลาดทางอารมณ์และศักยภาพทางบัญชีที่มีต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของนักบัญชีในยุควิถีชีวิตใหม่. *วารสารวิชาการ มจร บุรีรัมย์*, 7(2), 272-284.
- ธนภัทร ไชยชาติ และ ภัทรพร พงศาปรมัตต์. (2567). ความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลตามมุมมองของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในเขตภาคเหนือตอนล่าง. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 19(1), 60-68.
- นภัทร ปั่นแวงงาม. (2567). ได้ศึกษาศักยภาพทางการบัญชีและแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของนักบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 8(4), 65-75.
- ปทุมพร ชโนวรรณ และ อัญชลี สุขชีวัน. (2567). จรรยาบรรณผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีของผู้สอบบัญชีภาษีอากรในประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา*, 3(1), 1-11.

ฝ่ายทะเบียน มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก. (2567). *จำนวนบัณฑิตหลักสูตรบัญชีบัณฑิตสะสม จนถึงปีการศึกษา 2567*. มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก.

พัชรภรณ์ มหาชนนท์ และ ฉัตรรัชดา วิโรจน์รัตน์. (2567). ศักยภาพทางการบัญชีดิจิทัลที่มีผลต่อการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จในการทำงานของนักบัญชีในประเทศไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม*, 14(2), 227-239.

พิธาน แสนภักดี และ นฤพล อ่อนวิมล. (2566). สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ที่มีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 9(3), 134-147.

มัลลิกา พรหมดี, สุวรรณ หวังเจริญเดช และ อุทิศ พงศ์จิรวัดนา. (2568). คุณธรรมนักบัญชี การเงินและพัสดุที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จขององค์กรยุคใหม่ กรณีศึกษา: หน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*, 5(2), 839-852.

วชิรญาณ์ สุนทรวิจิต, ไพรัช พรพันธ์เดชวิทยา และ พรทิพย์ ชุ่มเมืองปัก. (2567). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพของนักบัญชีในภาคตะวันออก. *วารสารบัญชีปริทัศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่*, 9(1), 173-193.

วรพรรณ รัตนทรงธรรม, วิศรา ดวงตาน้อย, สุพรรณษา จิตต์มั่น และ ตูลาพร จันทร์กวี. (2564). คุณลักษณะของนักบัญชีที่พึงประสงค์สำหรับสถานประกอบการในจังหวัดอุดรธานี. *วารสารบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม*, 3(2), 5-20.

สลิตญา รักรอด, ไกรวิทย์ หลีกภัย และ มติธิดา กรงเด็น. (2567). อิทธิพลของทักษะด้านบัญชีและระบบบัญชียุคดิจิทัลที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนบน. *วารสารวิชาการร้อยแก่นสาร*, 9(12), 687-703.

สายฝน อุไร, ฐิติพร วรฤทธิ์ และ แก้วมณี อุทัยมัย. (2565). ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความสามารถทางด้านบัญชีกับประสิทธิภาพในการจัดทำบัญชีของนักบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 4(4), 45-57.

สุพรรณษา สุวรรณศรี และ พรทิพา แสงเขียว. (2567). ทักษะของนักบัญชีในยุคดิจิทัลและกระบวนการปฏิบัติงานที่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพในการปฏิบัติงานและคุณภาพการรายงานทางการเงินของผู้ทำบัญชีของสำนักงานบัญชีในเขตภาคเหนือตอนบน. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*, 4(4), 1526-1540.

Aaker, D. A., Kumar, V. and Day, G. S. (2001). *Marketing Research*. John Wiley & Sons.

Best, J. W. (1981). *Research in education* (4th ed.). Prentice Hall.

Hair, J.F., Black, W.C. and Erson, R.E. (2006). *Multivariate Data Analysis* (6th ed.). Pearson.

Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory* (2nd ed.). McGraw-Hill.

การใช้ความรู้ในการบริหารแผนงานโครงการเชิงพื้นที่ของ
โครงการส่งเสริมการเข้าสู่ตลาดสมัยใหม่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลูกผักปลอดภัย:
กรณีศึกษากำนันหนองบัวน้อย จังหวัดกาฬสินธุ์

Applying Knowledge in Managing Spatial Project Plans on
the Project of Promoting Access to Modern Markets for Community Enterprises
Growing Safe Vegetables: A Case Study of Ban Nong Bua Noi, Kalasin Province

สรินญา ลัทธสิริธรรม*

Sarinya Latteerasuwan*

สถาบันวิจัยยุทธศาสตร์และประสานความร่วมมือเพื่อพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
Institute for Strategic Research and Cooperation for Northeastern Thailand, Khon Kaen University

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

วันที่รับบทความ (Received)

23 มกราคม 2569

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

16 มีนาคม 2569

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

28 มีนาคม 2569

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารแผนงานโครงการเชิงพื้นที่ โดยประยุกต์ใช้กระบวนการ PDCA (Plan-Do-Check-Act) ในโครงการส่งเสริมการเข้าสู่ตลาดสมัยใหม่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลูกผักปลอดภัย กรณีศึกษากำนันหนองบัวน้อย จังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อให้โครงการบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ กลุ่มปลูกผักปลอดภัยบ้านหนองบัวน้อย จำนวน 75 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลประกอบด้วยแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เชิงลึก โดยดำเนินการวิจัยตามระเบียบวิธีการวิจัยและพัฒนา แบ่งออกเป็น 4 ระยะ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ร้อยละ (Percentage) และ การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า 1) ระยะวางแผน (Plan) ได้กำหนดเป้าหมายเพื่อพัฒนาระบบการผลิตผักให้มีความปลอดภัยได้มาตรฐาน GAP และยกระดับการขายสินค้าเกษตรในตลาดสมัยใหม่ 2) ระยะปฏิบัติ (Do) ดำเนินการผ่าน 3 กิจกรรมหลัก ได้แก่ การส่งเสริมการผลิตผักปลอดภัย การตรวจรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP และการส่งเสริมการเข้าสู่การตลาดยุคใหม่ 3) ระยะตรวจสอบ/ติดตาม (Check) พบว่า เกษตรกรได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP 3 ชนิดพืช ได้แก่ ผักคะน้า 17 คน ผักกวางตุ้งใบ/ดอก 17 คน และผักกาดหอม 14 คน นอกจากนี้ เกษตรกรยังมีช่องทางจำหน่ายผ่านตลาดสมัยใหม่ 2 ช่องทาง คือ เพจเฟซบุ๊กและไลน์ ซึ่งส่งผลให้มีรายได้ผ่านระบบออนไลน์เพิ่มขึ้นร้อยละ 63.51 และภาพรวมเกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 187.80 เมื่อเทียบกับก่อนดำเนินโครงการ 4) ระยะปรับปรุงให้เกิดความยั่งยืน (Act) ได้มีการถอดบทเรียนจากการดำเนินงานจัดทำเป็น

คู่มือองค์ความรู้ 2 เล่ม ได้แก่ องค์ความรู้ระบบการผลิตผักให้ได้รับการรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP และ องค์ความรู้การตลาดสมัยใหม่ผักอารมณดี เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลอ้างอิงที่มีคุณค่าสำหรับนักวิชาการ นักพัฒนา ชุมชน และผู้ปฏิบัติงานภาครัฐ ในการศึกษารูปแบบการบริหารโครงการที่มุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์และการสร้างความยั่งยืนให้กับวิสาหกิจชุมชน

คำสำคัญ: บริหารแผนงานโครงการ, กระบวนการ PDCA, ตลาดสมัยใหม่

ABSTRACT

The purpose of the research was to study the spatial project management by applying the PDCA (Plan-Do-Check-Act) process on a project promoting modern marketing access for a safe-vegetable community enterprise: A case study of Ban Nong Bua Noi, Kalasin Province in order to ensure that the project was achievement. The sample group consisted of 75 members in the Ban Nong Bua Noi safe-vegetable growing group, selected by using purposive sampling. The research instruments included the questionnaires and the in-depth interviews which conducted through a Research and Development (R&D) methodology and the study was divided into four phases. The statistical methods used included the mean, percentage, and qualitative analysis. The research findings revealed that 1) the planning phase set goals to develop a vegetable production system that was safe and meets GAP standards and to upgrade the sale of agricultural products in modern marketing, 2) the implementation Phase (Do): this was carried out through three main activities; promoting the production of safe vegetables, certifying agricultural products according to GAP standards and promoting access to modern marketing, 3) Monitoring/Follow-up Phase (Check): it was found that farmers received GAP certification for 3 types of crops, namely: Kale was 17 people, Choy sum was 17 people and Lettuce was 14 people. In addition, farmers have two modern market channels for selling their products: Facebook pages and Line. The resulted in a 63.51% increase in online income and an overall 187.80% increase in farmers' income compared to before the project was implemented, and 4) the sustainability improvement process (Act) involved extracting lessons learned from operations them into a knowledge management in two volumes, namely knowledge of vegetable production systems that meet GAP (Good Agricultural Practices) standards and modern marketing knowledge for vegetables that bring "happiness to consumers". This serves as a valuable reference resource for academics, community

developers and government officials in studying results-oriented project management models and creating sustainability for community enterprises.

Keywords: Project management, PDCA process, Modern Marketing

บทนำ

ในปัจจุบัน ประเทศไทยมุ่งเน้นการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) โดยมีเป้าหมายหลักคือการพาประเทศไทยให้ มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ยุกระดับประเทศไทยสู่การเป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ.2561-2580), 2561) ยุทธศาสตร์ชาติที่สำคัญคือการสร้างความสามารถในการแข่งขัน และการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ซึ่งเน้นกระจายศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีสู่ภูมิภาคต่าง ๆ มุ่งสู่การเป็นประเทศที่มีรายได้สูง สร้างพลังทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง พัฒนาจากฐานราก (Bottom-up Development) ผ่านการส่งเสริมเศรษฐกิจระดับชุมชน การเปลี่ยนผ่านจากการเกษตรแบบดั้งเดิมไปสู่ "เกษตรมูลค่าสูง" เพื่อยกระดับศักยภาพของท้องถิ่นให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ และสร้างความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในประเทศและตลาดต่างประเทศ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2568)

วิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise) ถือเป็นกลไกสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจฐานรากของประเทศไทยในการกระจายรายได้และสร้างความเข้มแข็งให้สังคม (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์, 2566). โดย World Economic Forum เดือนพฤศจิกายน 2564 ระบุว่า SMEs มีสัดส่วนมากถึงร้อยละ 90 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งหมดทั่วโลก โดยจำนวนนี้สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจมากถึงร้อยละ 70 ของ GDP โลก และจ้างงานกว่าร้อยละ 70 ของการจ้างงานทั้งหมด (World Economic Forum, 2022) สำหรับประเทศไทยในปี 2565 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีวิสาหกิจชุมชนมากที่สุด โดยมีจำนวน 42,004 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51.38 ของจำนวนวิสาหกิจชุมชนทั้งหมด และเป็นวิสาหกิจชุมชนภาคธุรกิจเกษตรมากที่สุด จำนวน 44,921 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.95 ของจำนวนวิสาหกิจชุมชนทั้งหมด (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2565)

การที่จะขับเคลื่อนนโยบายดังกล่าวไปสู่การปฏิบัติให้เกิดผลสัมฤทธิ์จำเป็นต้องอาศัย การบริหารแผนงานโครงการเชิงพื้นที่ (Area-based Project Management) ซึ่งมีลักษณะเฉพาะในการเป็นตัวเชื่อมโยงระหว่าง "นโยบายส่วนกลาง" กับ "ความต้องการที่แท้จริงของคนในพื้นที่" โดยหลักการบริหารโครงการที่มีประสิทธิภาพต้องประกอบด้วยจัดการทรัพยากรภายใต้เงื่อนไขจำกัด 3 ประการ หรือที่เรียกว่า ข้อจำกัดสามด้าน (Triple Constraints) ได้แก่ เวลา (Time) งบประมาณ (Budget) และคุณภาพ (Quality) เพื่อให้โครงการบรรลุวัตถุประสงค์สูงสุด (หน่วยตรวจสอบภายใน มหาวิทยาลัยมหิดล, 2567) การบริหารเชิงพื้นที่ช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถคาดการณ์ความเสี่ยง จัดลำดับความสำคัญของปัญหา และสร้างการมีส่วนร่วม

จากทุกภาคส่วน ซึ่งนำไปสู่การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Efficiency) และประสิทธิผล (Effectiveness) เครื่องมือเชิงทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับในการบริหารจัดการคุณภาพเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องคือ วงจรเดมมิง (Deming Cycle) หรือ PDCA ซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอนหลัก ได้แก่การวางแผน (Plan) คือการกำหนดวัตถุประสงค์และกระบวนการที่จำเป็นการปฏิบัติ (Do) คือการลงมือทำตามแผนการตรวจสอบ (Check) คือการติดตามและวัดผลกระบวนการเทียบกับเป้าหมายการปรับปรุงแก้ไข (Act) คือการดำเนินการเพื่อปรับปรุงผลงานอย่างต่อเนื่อง (วรัญญา ศีลาเจริญ และคณะ, 2567) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลูกผักปลอดภัย บ้านหนองบัวน้อย จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นกลุ่มมีศักยภาพในด้านการผลิตสินค้าเกษตร มีทักษะความรู้ในการผลิตพืช มีโรงเรือนเพาะกล้า โรงเรือนปลูกพืช มีหนองน้ำสาธารณะที่สามารถใช้ได้ตลอดทั้งปี และมีบูรณาการการทำงานร่วมกับภาคราชการ ภาคการศึกษา ภาคประชาสังคม ตลอดจนองค์กร และประชาชนในพื้นที่ แต่ปัญหาสำคัญที่พบ คือ เกษตรกรในพื้นที่ยังขาดแรงจูงใจ ทักษะที่ดีในการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย และยังไม่ได้มีการรับรองมาตรฐานความปลอดภัย GAP รวมทั้งขาดความเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิต ผู้ค้า ผู้บริโภคและการตลาดยังมีข้อจำกัด ผลผลิตที่ได้จำหน่ายเฉพาะในพื้นที่ยังไม่ตอบสนองกับตลาดในระดับภาคและระดับจังหวัด ปัญหาด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการสร้างตราสินค้าที่ยังไม่เป็นที่น่าสนใจต่อตลาด (สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ, 2566) จากสภาพปัญหาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลูกผักปลอดภัยบ้านหนองบัวน้อย จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่แม้จะมีศักยภาพด้านทรัพยากรแต่ยังขาดมาตรฐาน GAP และช่องทางการตลาดสมัยใหม่ ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นการใช้ความรู้ในการบริหารแผนงานโครงการเชิงพื้นที่ของโครงการส่งเสริมการเข้าสู่ตลาดสมัยใหม่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลูกผักปลอดภัย: กรณีศึกษาบ้านหนองบัวน้อย จังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อเสนอแนวทางการนำวงจร PDCA มาประยุกต์ใช้ในการบริหารแผนงานโครงการเพื่อยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืน และเป็นแหล่งข้อมูลอ้างอิงที่มีคุณค่าสำหรับนักวิชาการ นักพัฒนาชุมชน และผู้ปฏิบัติงานภาครัฐ ในการศึกษารูปแบบการบริหารโครงการที่มุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์และการสร้างความยั่งยืนให้กับวิสาหกิจชุมชน

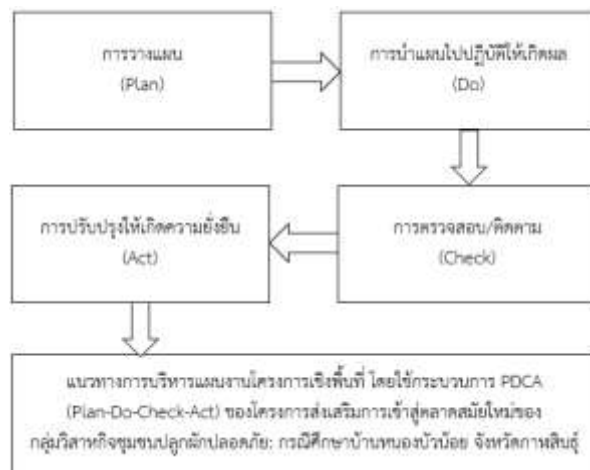
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการบริหารแผนงานโครงการเชิงพื้นที่ โดยกระบวนการ PDCA (Plan-Do-Check-Act) มาประยุกต์ใช้โครงการส่งเสริมการเข้าสู่ตลาดสมัยใหม่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลูกผักปลอดภัย: กรณีศึกษาบ้านหนองบัวน้อย จังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อให้โครงการบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม การบริหารโครงการ (Project Management) ที่ได้มีการจัดการการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ที่มีอยู่อย่างเหมาะสมและสมบูรณ์ที่สุด เพื่อให้การดำเนินโครงการบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในเวลาที่จำกัด ภายใต้เงื่อนไขสามประการ คือ เวลา (Time)

งบประมาณ (Budget) และ คุณภาพ (Quality) (หน่วยตรวจสอบภายใน มหาวิทยาลัยมหิดล, 2567) โดยการนำวงจรการบริหารงานคุณภาพ (PDCA) ของศาสตราจารย์เดมมิง (Deming's cycle) ที่ประกอบด้วย Plan (วางแผน) เป็นการกำหนดเป้าหมายและวิธีการ Do (ปฏิบัติ) ดำเนินการตามแผนที่วางไว้ Check (ตรวจสอบ/ติดตาม) ประเมินผลลัพธ์เทียบกับเป้าหมายและ Act (ปรับปรุง) เป็นการปรับปรุงให้ดีขึ้น และกำหนดเป็นมาตรฐาน (Mycoted, 2004) และงานวิจัยที่ผ่านมา ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัยไว้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยและพัฒนา (Research and Development Design Research) เพื่อให้โครงการบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยแบ่งการดำเนินการออกเป็น 4 ระยะตามวงจร PDCA ได้แก่ การวางแผน (Plan) การนำแผนไปปฏิบัติให้เกิดผล (Do) การตรวจสอบ/ติดตาม (Check) และการปรับปรุงให้เกิดความยั่งยืน (Act)

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง คือ วิสาหกิจชุมชนปลูกผักปลอดภัยบ้านหนองบัวน้อย ตำบลหนองตอกแป้น อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 38 คน และ กลุ่มเกษตรกรบ้านหนองบัวน้อย ตำบลหนองตอกแป้น อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 37 คน กลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบไปด้วยแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยการหาความเที่ยงตรงด้านเนื้อหาของแบบสอบถาม (Content Validity) หาค่า IOC จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องรวมทั้งฉบับ เป็น 0.90 ($IOC \geq 0.5$) ค่าถาม

ตรงวัตถุประสงค์ของการวิจัย และทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach ได้ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.93 (มากกว่า 0.70) อยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ เนื้อหาในแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม ดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการ ทั้งระยะก่อนเริ่มดำเนินโครงการ แบบสัมภาษณ์ ได้แก่ ส่วนผู้ให้ข้อมูล ส่วนข้อกำหนด 8 ด้านในการรับรองมาตรฐาน GAP ส่วนการตลาดสมัยใหม่ ประกอบด้วย ช่องทางการตลาด กลยุทธ์ทางการตลาด การเข้าสู่ตลาดสมัยใหม่ ส่วนสมรรถนะด้านต่าง ๆ ของเกษตรกร ส่วนปัญหาและอุปสรรค ความต้องการของเกษตรกร และเมื่อโครงการเสร็จสิ้น แบบสัมภาษณ์ ได้แก่ ส่วนผู้ให้ข้อมูล ส่วนข้อมูลการเพาะปลูก ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับการขอรับรองมาตรฐาน GAP ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับการเข้าสู่ตลาดสมัยใหม่ ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับสมรรถนะด้านต่าง ๆ ของเกษตรกร ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด

2. แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรมและการอบรมเชิงปฏิบัติการ หัวข้อต่าง ๆ รวมจำนวน 12 หัวข้อ แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ความพึงพอใจด้านวิทยากร ด้านความรู้ ความเข้าใจ และด้านการนำความรู้ไปใช้

การรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ศึกษาวิเคราะห์ในการวิจัย ประกอบด้วย

ข้อมูลปฐมภูมิ ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมโดยใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ จากการประชุม กลุ่มย่อยร่วมกับปราชญ์ชาวบ้าน และกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทุติยภูมิ รวบรวมจากเอกสาร งานวิจัย องค์ความรู้ และบทเรียนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ องค์ความรู้ บทเรียน และประสบการณ์ รายงานผลการดำเนินงานโครงการแก้ไขปัญหาความยากจนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง มหาวิทยาลัยขอนแก่น ปี 2557-2562 รายงานผลการดำเนินงานโครงการยกระดับอาชีพเกษตรกร เพื่อสร้างรายได้ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม ปี 2564 ชุดองค์ความรู้ แก่จน แก่คน แก่ใจ แนวคิดการพึ่งตนเอง ตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และแนวทางการตลาดนำการผลิต

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเป็น 4 ระยะตามวงจร PDCA ได้แก่ การวางแผน (Plan) การนำแผนไปปฏิบัติให้เกิดผล (Do) การตรวจสอบ/ติดตาม (Check) และการปรับปรุงให้เกิดความยั่งยืน (Act) ดังนี้ ระยะที่ 1 วางแผน (Plan) เป็นระยะที่จะกำหนดทิศทางและเตรียมความพร้อมก่อนลงพื้นที่ โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นที่และทุนทางสังคม เน้นการทำแผนที่ยุทธศาสตร์ของพื้นที่ เพื่อให้ได้แผนงานที่ตอบโจทย์ปัญหาจริงของพื้นที่ ระยะที่ 2 การนำแผนไปปฏิบัติให้เกิดผล (Do) เป็นระยะขับเคลื่อนกิจกรรมตามแผนที่วางไว้อย่างเป็นระบบ โดยประสานงานภาคีเครือข่ายเชิงพื้นที่ และลงพื้นที่จัดกิจกรรม/อบรม เน้นการบริหารทรัพยากร (คน งบประมาณ เวลา) เพื่อที่จะได้ดำเนินกิจกรรมครบถ้วนตามแผนงานที่วางแผนไว้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดตามบริบทของพื้นที่ ระยะที่ 3 ตรวจสอบ/ติดตาม (Check) เป็นระยะการตรวจสอบความก้าวหน้าและประเมินปัญหาท่างาน โดยติดตามผลการดำเนินงานตามงวดงาน และ

ประเมินผลลัพธ์เทียบกับตัวชี้วัด เพื่อบรรยายความก้าวหน้าและปัญหาที่พบ อีกทั้งเพื่อตรวจสอบว่ากลุ่มตัวอย่างได้ประโยชน์จริงหรือไม่ **ระยะที่ 4 การปรับปรุงให้เกิดความยั่งยืน (Act)** เป็นระยะการสรุปบทเรียนและพัฒนาแนวทางการทำงานให้ยั่งยืน โดยถอดบทเรียน มาทำ KM (Knowledge Management) และให้ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา หรือ ขยายผล เพื่อคนที่มาทำงานต่อสามารถเรียนรู้จากคู่มือได้ทันที

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่

1) ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้ในการวิเคราะห์ระดับความรู้ความเข้าใจและความสามารถในการนำความรู้ไปใช้จริง รวมถึงรายได้เฉลี่ยของเกษตรกร

2) ร้อยละ (Percentage) ใช้ในการเปรียบเทียบการเติบโต เช่น อัตราการเพิ่มขึ้นของรายได้ผ่านระบบออนไลน์ (เพิ่มขึ้นร้อยละ 63.51) และรายได้รวมของเกษตรกรที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 187.80

3) การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ใช้การถอดบทเรียน (Knowledge Management - KM) จากกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อจัดทำเป็นคู่มือองค์ความรู้จำนวน 2 เล่ม

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย เรื่อง การใช้ความรู้ในการบริหารแผนงานโครงการเชิงพื้นที่ของโครงการส่งเสริมการเข้าสู่ตลาดสมัยใหม่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลูกผักปลอดภัย:กรณีศึกษาบ้านหนองบัวน้อย จังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อเสนอแนวทางการบริหารแผนงานโครงการเชิงพื้นที่ โดยใช้กระบวนการ PDCA (Plan-Do-Check-Act) ดังนี้

ระยะที่ 1 วางแผน (Plan)

ขั้นตอนการดำเนินงานของโครงการในระยะวางแผน ผู้วิจัยมีข้อมูลพื้นฐานจากการรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานราชการและคนในพื้นที่ พบว่าพื้นที่บ้านหนองบัวน้อย ตำบลหนองดอแก้ว อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นอีกพื้นที่หนึ่งที่มีศักยภาพในด้านการผลิตสินค้าเกษตร มีทักษะความรู้ในการผลิตพืชมีโรงเรือนเพาะกล้า โรงเรือนปลูกพืช และมีหนองน้ำสาธารณะที่สามารถใช้ได้ตลอดทั้งปี ได้จดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนปลูกผักปลอดภัยบ้านหนองบัวน้อย จำนวน 38 คน และกลุ่มเกษตรกรบ้านหนองบัวน้อย จำนวน 37 คน ปลูกผักในพื้นที่สาธารณะจำนวน 8 ไร่ ใช้องค์ความรู้จากสถาบันวิจัยยุทธศาสตร์ฯ และมหาวิทยาลัยขอนแก่น พร้อมก็น้อมนำศาสตร์พระราชาพร้อมกับการใช้ศาสตร์ท้องถิ่นหรือภูมิปัญญาชาวบ้านในพื้นที่ร่วมในการพัฒนาพื้นที่ และประชาชนเป้าหมายให้มีการพัฒนาตามลำดับ เน้นบูรณาการการทำงานร่วมกับภาคราชการ ภาคการศึกษา ภาคประชาสังคม ตลอดจนองค์กร และประชาชนในพื้นที่ และพบว่าเกษตรกรในพื้นที่ยังขาดแรงจูงใจ ทักษะที่ดีในการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย และสินค้าเกษตรยังไม่ได้มีการรับรองมาตรฐานความปลอดภัย GAP รวมทั้งขาดความเชื่อมโยงระหว่าง ผู้ผลิต ผู้ค้า ผู้บริโภค และการตลาดยังมีข้อจำกัด ผลผลิตที่ได้จำหน่ายเฉพาะในพื้นที่ ยังไม่ตอบสนองกับตลาดในระดับภาค และระดับจังหวัด ปัญหาด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการสร้างตราสินค้าที่ยังไม่เป็นที่น่าสนใจต่อตลาด

ผู้วิจัยและทีมผู้วิจัยที่ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านเกษตรปลอดภัย ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด ได้มีการวางแผนวิธีการจัดการในการเข้าร่วมโครงการของกลุ่มตัวอย่าง โดยจะมีการประชุมเพื่อสร้างความเข้าใจให้กับกลุ่มตัวอย่างให้มีข้อตกลงร่วมกันในการดำเนินโครงการ และใช้กระบวนการนำเสนอองค์ความรู้การวิจัยเชื่อมโยงศาสตร์พระราชาสู่การพัฒนาวิสาหกิจพึ่งตนเองได้ ได้แก่ เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างได้มีความยั่งยืนต่อไป ซึ่งมีวิธีการจัดการ ดังนี้

1. องค์ความรู้ที่จะนำมาจัดการความรู้และถ่ายทอดขยายผล ได้แก่ 1) โครงการแก้ไขปัญหาความยากจนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง (มช.แก้จน) 2) โครงการพัฒนาเกษตรกรผู้เลี้ยงจิ้งหรีดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือสู่ระบบการผลิตที่ได้มาตรฐานความปลอดภัย 3) โครงการยกระดับรายได้เกษตรกรเพื่อสร้างอาชีพด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม 4) แนวคิดการพึ่งตนเองตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 5) แนวทางการตลาดนำการผลิต 6) ผักปลอดภัย 7) มาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี

2. กระบวนการนำเสนอองค์ความรู้การวิจัยเชื่อมโยงศาสตร์พระราชาสู่การพัฒนาวิสาหกิจพึ่งตนเองได้ เข้าใจ คือ ศึกษาข้อมูลพื้นฐานทุกมิติของกลุ่มตัวอย่าง เข้าใจปัญหาด้านการผลิตผักปลอดภัย และด้านการตลาด และรวบรวมจัดการองค์ความรู้ เพื่อพัฒนาตามบริบทของกลุ่มตัวอย่าง

เข้าถึง คือ ทีมผู้วิจัยร่วมกับปราชญ์ชาวบ้าน เกษตรกรของกลุ่มเป้าหมาย ร่วมกันวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยสร้างความเข้าใจ และความร่วมมือร่วมใจกันของคนในกลุ่มเป้าหมาย พัฒนา คือ สร้างทีมพี่เลี้ยง ประกอบด้วย ทีมผู้วิจัย หน่วยงานภายใต้กรมส่งเสริมการเกษตร และเกษตรกรของกลุ่มเป้าหมาย โดยให้คำแนะนำ ติดตาม และสนับสนุน

ผู้วิจัยได้ประชุมระดมความคิดเห็นกับผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งประกอบไปด้วย ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยยุทธศาสตร์และประสานความร่วมมือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ที่ปรึกษาโครงการ) ผู้เชี่ยวชาญด้านการขอรับรองมาตรฐาน GAP ผู้เชี่ยวชาญด้านเกษตรศาสตร์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดสมัยใหม่ คณะทีมงานเพื่อกำหนดทิศทางในการดำเนินโครงการให้เป็นตามวัตถุประสงค์ประสงค์ของโครงการ ซึ่งกำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการได้ 2 ข้อ คือ 1) เพื่อพัฒนาระบบการผลิตผักให้มีความปลอดภัยได้มาตรฐาน GAP ของวิสาหกิจชุมชนปลูกผักปลอดภัยบ้านหนองบัวน้อย จังหวัดกาฬสินธุ์ และ 2) เพื่อพัฒนาและยกระดับการขายสินค้าเกษตรในตลาดสมัยใหม่ ผลลัพธ์สำคัญของโครงการ คือ เกษตรกรได้รับมาตรฐาน GAP ไม่ต่ำกว่า 10 คน มีช่องทางการซื้อขายผ่านออนไลน์ ต้นฉบับองค์ความรู้ 2 เล่ม และเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการมีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 20

จากการระดมความคิดเห็นของที่ประชุมสามารถสรุปประเด็นข้อคิดเห็น ดังต่อไปนี้ 1) การพัฒนาระบบการผลิตผักให้มีความปลอดภัยได้มาตรฐาน GAP ของวิสาหกิจชุมชน โดยการสร้างความรู้ความเข้าใจในการทำการเกษตรที่ดีให้ได้มาตรฐาน GAP 2) ต้องทราบถึงบริบทพื้นฐานของกลุ่มหรือชุมชนเป้าหมายที่ดำเนินงานโครงการ หากจุดเด่น หรือจุดด้อยของพื้นที่ เพื่อส่งเสริมช่องทางการตลาดสมัยใหม่ให้กับเกษตรกรในโครงการได้ตรงตามความต้องการของตลาด นอกจากนี้ยังได้กำหนดแผนงานและวางแผนกิจกรรม

ที่จะดำเนินงาน โดยพิจารณาภายใต้งบประมาณของโครงการ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการ ทั้ง 2 ข้อ และผลลัพธ์สำคัญของโครงการ ดังตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 แผนงานการดำเนินงานของโครงการ

กิจกรรม	ระยะเวลา
1. กิจกรรมส่งเสริมการผลิตผักปลอดภัย เพื่อมาตรฐานสินค้าเกษตร	
1.1 ประชุมทำความเข้าใจกับเกษตรกรในการยื่นขอการรับรองมาตรฐาน GAP	เดือนที่ 1
1.2 ให้ความรู้ในระบบการผลิตผักด้วยมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP	เดือนที่ 1-2
1.3 การถ่ายทอดความรู้ในเรื่องของการรับรองมาตรฐานการทำการเกษตรที่ดี	เดือนที่ 1-3
1.4 การสำรวจพื้นที่แปลงเกษตร และแหล่งน้ำที่ใช้ในการทำเกษตร	เดือนที่ 2-3
1.5 การฝึกปฏิบัติเกี่ยวกับการเตรียมพื้นที่และการปลูกผักถูกต้องตามหลักเกณฑ์และข้อกำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP	เดือนที่ 3-6
1.6 การฝึกปฏิบัติต่อผลผลิตผักที่ทำการเก็บเกี่ยวแล้วถูกต้องตามหลักเกณฑ์และข้อกำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP	เดือนที่ 3-6
2. กิจกรรมการตรวจรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP	
2.1 ตรวจประเมินเบื้องต้นของผลผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย	เดือนที่ 7-8
2.2 การยื่นคำขอรับการตรวจรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP	เดือนที่ 8-10
3. กิจกรรมส่งเสริมการเข้าสู่การตลาดยุคใหม่	
3.1 ส่งเสริมการตลาดและการบริโภคสินค้าเกษตรปลอดภัย	เดือนที่ 7-9
3.2 การฝึกอบรมด้านการตลาดสมัยใหม่แก่เกษตรกร	เดือนที่ 9-11
3.3 เชื่อมโยงตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย	เดือนที่ 10-12

ระยะที่ 2 การนำแผนไปปฏิบัติให้เกิดผล (Do)

ขั้นตอนการดำเนินงานของโครงการในระยะการนำแผนไปปฏิบัติให้เกิดผล การดำเนินงานโครงการผ่านกระบวนการของคนในพื้นที่ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน โดยจะมีการบันทึกเก็บข้อมูลสิ่งที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินงานอย่างละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 ส่งเสริมการผลิตผักปลอดภัยเพื่อมาตรฐานสินค้าเกษตร เป็นพัฒนาระบบการผลิตผักให้มีความปลอดภัยได้มาตรฐาน GAP โดยการสร้างความเข้าใจ และถ่ายทอดองค์ความรู้และฝึกปฏิบัติในเรื่องของการรับรองมาตรฐานการทำการเกษตรที่ดี แนวทางการดำเนินงานของกิจกรรมส่วนที่ 1 ส่งเสริมการผลิตผักปลอดภัยเพื่อมาตรฐานสินค้าเกษตร ดังตารางที่ 2 รายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 การดำเนินงานของกิจกรรมกลุ่มที่ 1 ส่งเสริมการผลิตผักปลอดภัยเพื่อมาตรฐานสินค้าเกษตร

กิจกรรม	การดำเนินงาน
1) ประชุมทำความเข้าใจกับเกษตรกรในการยื่นขอการรับรองมาตรฐาน GAP	1) การประชุมหรือทำความเข้าใจกับทีมผู้วิจัย 2) การประชุมชี้แจงและทำความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินโครงการ ตลอดจนความเข้าใจในการยื่น GAP 3) การเก็บแบบสัมภาษณ์เชิงลึกของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการก่อนเริ่มโครงการ 4) เกษตรกรเข้าร่วมโครงการ 38 คน โดยปลูกพืชผัก 29 ชนิด 5 อันดับแรก ได้แก่ (1) ผักกาดหอม (2) ต้นหอม (3) คะน้า (4) ขึ้นฉ่าย (5) ผักชี โดยมีรายได้เฉลี่ย 12,292 บาทต่อคนต่อปี
2) ให้ความรู้ในระบบการผลิตผักด้วยมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP	อบรมเชิงปฏิบัติการวางแผนการผลิตและการรวบรวมเอกสารยื่น GAP ได้ขนาดแปลงปลูก 1.2X5 เมตร จำนวน 4 แปลง
3) การถ่ายทอดความรู้ในเรื่องของการรับรองมาตรฐานการทำเกษตรที่ดี	อบรมเชิงปฏิบัติการถ่ายทอดความรู้ในเรื่องการขอรับรองมาตรฐานการทำเกษตรที่ดี
4) การสำรวจพื้นที่แปลงเกษตรและแหล่งน้ำที่ใช้ในการทำ	สำรวจพื้นที่แปลงเกษตรและแหล่งน้ำที่ใช้ในการทำเกษตร พบว่า ดิน pH 6.48 กรดเล็กน้อย ระดับอินทรีย์วัตถุ และน้ำ pH 6.6 น้ำมีความเป็นกลาง
5) การฝึกปฏิบัติเกี่ยวกับการเตรียมพื้นที่และการปลูกผักถูกต้องตามหลักเกณฑ์และข้อกำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP	1) อบรมเชิงปฏิบัติการทำความเข้าใจในการกรอกเอกสาร การเตรียมเอกสาร และการยื่นขอการรับรองมาตรฐาน GAP 2) อบรมเชิงปฏิบัติการการวิเคราะห์โรคพืชและแมลงศัตรูพืช 3) อบรมเชิงปฏิบัติการการขยายสารชีวภัณฑ์
6) การฝึกปฏิบัติต่อผลผลิตผักที่ทำ การเก็บเกี่ยวแล้วถูกต้องตามหลักเกณฑ์และข้อกำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP	อบรมเชิงปฏิบัติการขั้นตอนและวิธีการเก็บเกี่ยวผลผลิตที่ถูกต้องตามมาตรฐาน GAP

ส่วนที่ 2 การตรวจรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP เป็นการจัดการคุณภาพระบบการผลิตผักให้ได้การรับรองมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP) แนวทางการดำเนินงานของกิจกรรมส่วนที่ 2 การตรวจรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP ดังตารางที่ 3 รายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3 การดำเนินงานของกิจกรรมส่วนที่ 2 การตรวจรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP

กิจกรรม	การดำเนินงาน
1) การตรวจประเมินเบื้องต้นของผลผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย	1) การตรวจประเมินเบื้องต้นก่อนการยื่นขอรับรองมาตรฐาน GAP โดยคณะทีมวิจัย 2) การติดตามการตรวจประเมินแปลงเพื่อขอการรับรองมาตรฐาน GAP รอบให้คำแนะนำ โดยเจ้าหน้าที่ สวพ.กาฬสินธุ์

ตารางที่ 3 (ต่อ)

กิจกรรม	การดำเนินงาน
2) การยื่นคำขอรับการตรวจรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP	3) การติดตามการตรวจประเมินแปลงเพื่อขอการรับรองมาตรฐาน GAP ครั้งที่ 1 และ ครั้งที่ 2 โดยเจ้าหน้าที่ สวพ.ภาพสินธุ์ เกษตรกรยื่นขอรับการตรวจรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP จำนวน 19 คน

ส่วนที่ 3 ส่งเสริมการเข้าสู่การตลาดยุคใหม่ เป็นการยกระดับการขายสินค้าเกษตรในตลาดสมัยใหม่ เน้นเพิ่มช่องทางการตลาด แนวทางการของกิจกรรมส่วนที่ 3 การตรวจรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP ดังตารางที่ 4 รายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4 การดำเนินงานของกิจกรรมส่วนที่ 3 ส่งเสริมการเข้าสู่การตลาดยุคใหม่

กิจกรรม	การดำเนินงาน
1) ส่งเสริมการตลาดและการบริโภคสินค้าเกษตรปลอดภัย	1) รู้และเข้าใจถึงรูปแบบการบริโภคสินค้าเกษตรในพื้นที่และนอกพื้นที่ ทั้ง Offline และ Online 2) รู้ถึงบริบทการตลาดปัจจุบันของเกษตรกร
2) การฝึกอบรมด้านการตลาดสมัยใหม่แก่เกษตรกร	1) อบรมเชิงปฏิบัติการการเปิดโลกการตลาดสมัยใหม่ 2) อบรมเชิงปฏิบัติการการเจาะลึกการตลาดสมัยใหม่ 3) อบรมเชิงปฏิบัติการส่งเสริมช่องทางการตลาดผ่านเพจเฟซบุ๊ก (Page Facebook) 4) อบรมเชิงปฏิบัติการส่งเสริมช่องทางการตลาดผ่านระบบไลน์
3) เชื่อมโยงตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย	อบรมเชิงปฏิบัติการบรรจุหีบห่อและการขนส่ง

ระยะที่ 3 ตรวจสอบ/ติดตาม (Check)

ขั้นตอนการดำเนินงานของโครงการในระยะตรวจสอบ/ติดตาม การดำเนินงานโครงการที่ผู้วิจัยจะติดตามดูว่าสิ่งที่ทำไปนั้นบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายผลลัพธ์ที่กำหนดไว้ และตรวจสอบว่ากิจกรรมที่ดำเนินงานเป็นไปตามแผนงานที่วางแผนไว้ ดังนี้

ตารางที่ 5 สรุปผลการดำเนินงานของกิจกรรมแต่ละกลุ่ม ผลลัพธ์ของกลุ่ม และผลผลิตของโครงการ

กิจกรรม	การดำเนินงาน	ผลลัพธ์	ผลผลิตของโครงการ
กลุ่มที่ 1 ส่งเสริมการผลิตผักปลอดภัย เพื่อมาตรฐานสินค้าเกษตร	ดำเนินการครบทั้งหมด 6 กิจกรรมย่อย	เกษตรกรเข้าร่วมโครงการ 38 คน ปลุกพืชผักมากที่สุด 5 อันดับแรก คือ ผักกาดหอม ต้นหอม กระเทียม ขึ้นฉ่าย และผักชี และมีรายได้สุทธิเฉลี่ย 12,292 บาท/คน/ปี รวมถึงได้ค่า pH ของดินและน้ำ	1. เกษตรกรได้รับรองมาตรฐาน GAP มาตรฐานสินค้าเกษตร GAP 3 ชนิดพืช ได้แก่ ผักคะน้า 17 คน ผักกวางตุ้งใบ/ดอก 17 คน และผักกาดหอม (ตระกูลสลัดทั้งหมด) 14 คน
กลุ่มที่ 2 การตรวจรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP	ดำเนินการครบทั้งหมด 2 กิจกรรมย่อย	เกษตรกรได้รับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP ผักกาดหอม (ตระกูลสลัดทั้งหมด) 14 คน ผักกวางตุ้งใบ/ดอก 17 คน และผักสลัด 17 คน	2. เกษตรกรใช้ช่องทางตลาดสมัยใหม่จำหน่ายผลผลิตของกลุ่มเพิ่มขึ้น 2 ช่องทาง ได้แก่ ช่องทางเพจเฟซบุ๊กและช่องทางไลน์ ชื่อ สวนปันฮัก ผักอารมณ์ดี บ้านหนองบัวน้อย
กลุ่มที่ 3 ส่งเสริมการเข้าสู่การตลาดยุคใหม่	ดำเนินการครบทั้งหมด 3 กิจกรรมย่อย	ความรู้ ความเข้าใจ หลังอบรม คณะแผนเฉลี่ย 4.62 ความสามารถนำความรู้เอาไปใช้ได้จริง 4.65 และมีช่องทางการตลาดผ่าน เพจเฟซบุ๊ก ชื่อ สวนปันฮัก ผักอารมณ์ดี บ้านหนองบัวน้อย รวมถึงมีช่องทางการตลาดผ่านระบบไลน์ ชื่อ สวนปันฮัก ผักอารมณ์ดี บ้านหนองบัวน้อย	3. รายได้ผ่านออนไลน์เพิ่มขึ้นร้อยละ 63.51 หลักการดำเนินโครงการ เปรียบเทียบกับก่อนดำเนินโครงการ

ระยะที่ 4 การปรับปรุงให้เกิดความยั่งยืน (Act)

ขั้นตอนการดำเนินงานของโครงการในระยะเวลาการปรับปรุงให้เกิดความยั่งยืน การดำเนินงานโครงการได้สรุปบทเรียนพร้อมถอดบทเรียนจากกิจกรรมทั้ง 3 ส่วน นำมาจัดทำเป็นคู่มือองค์ความรู้ จำนวน 2 เล่มดังต่อไปนี้

เล่ม 1 องค์ความรู้ระบบการผลิตผักให้ได้รับการรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP เนื้อหาในเล่มประกอบด้วย 1) กระบวนการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลูกผักเพื่อขอรับรองมาตรฐาน GAP 2) การกระตุ้นให้เกษตรกรตระหนักถึงความสำคัญของระบบมาตรฐาน 3) การสร้างกติกา 4) การวิเคราะห์ข้อมูลเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ 5) การเสริมสร้างชุดองค์ความรู้ที่จำเป็นในการขอรับรองมาตรฐาน GAP 6) ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับ GAP 7) ความรู้การจัดการแปลง และ 8) ความรู้ขั้นตอนการขอรับรองมาตรฐาน GAP และการจดบันทึก ได้รับการเผยแพร่ออนไลน์ที่สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ

https://explore.nrct.go.th/file_upload/submitter/file_upload//2096640ff3de8cb9ba717046ba34a2a3b6cdf068bbf464000.pdf

เล่ม 2 องค์ความรู้การตลาดสมัยใหม่ฝักอารมณดี เนื้อหาในเล่มประกอบด้วย 1) รากฐานธุรกิจต้องวางภายใต้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน 2) การตลาดสมัยใหม่ 3) การเตรียมตัวก่อนทำการตลาดสมัยใหม่ 4) Supply Chain การตลาดใหม่ฝักปลอดภัย สวนปันอีกฝักอารมณดี บ้านหนองบัวน้อย 5) สวนปันอีก ฝักอารมณดี บ้านหนองบัวน้อย (ผู้ผลิต) 6) ทำการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายฝักอารมณดีในตลาดสมัยใหม่ 7) สัมผัสประสบการณ์ฝักอารมณดีกับส่วนผสมทางการตลาด (สินค้า: สินค้าที่เราจะเสนอให้กับลูกค้า ราคา: การตั้งราคาให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และกลุ่มเป้าหมาย การส่งเสริมการขาย: การนำเสนอคุณสมบัติสินค้าให้ลูกค้า ผ่านการโฆษณา หรือกิจกรรมให้คนมาซื้อ ช่องทางการจำหน่าย: การนำสินค้าไปสู่มือของลูกค้า) และ 8) กลุ่มเป้าหมาย (ผู้บริโภค) ได้รับการเผยแพร่ออนไลน์ที่สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ

https://explore.nrct.go.th/file_upload/submitter/file_upload//2096640ff3de8cb9ba717046ba34a2a3b6df068b520d23b6.pdf

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารแผนงานโครงการเชิงพื้นที่ ในโครงการส่งเสริมการเข้าสู่ตลาดสมัยใหม่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลูกฝักปลอดภัย กรณีศึกษาบ้านหนองบัวน้อย จังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อให้โครงการบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยได้นำกระบวนการ PDCA (Plan-Do-Check-Act) มาประยุกต์ใช้เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อน ซึ่งสามารถอภิปรายผลตามระยะการดำเนินงานได้ดังนี้

1. ระยะการวางแผน (Plan) การบริหารโครงการเริ่มต้นจากการวิเคราะห์บริบทพื้นที่และศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบัวน้อย เพื่อกำหนดเป้าหมายร่วมกันในการยกระดับผลผลิตให้ได้มาตรฐานสินค้าเกษตร (GAP) และการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ตลาดออนไลน์ การให้ความสำคัญกับการวางแผนอย่างเป็นระบบและการใช้ข้อเท็จจริงในพื้นที่เป็นฐาน (Area-based) ทำให้ผู้วิจัยสามารถออกแบบกิจกรรมที่ตอบโจทย์ปัญหาและความต้องการของเกษตรกรได้อย่างแม่นยำ ซึ่งผลการดำเนินการนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุมณฑา สุภาวิมล (2566) ที่ระบุว่า กระบวนการพัฒนาและบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนให้ประสบความสำเร็จนั้น ต้องเริ่มต้นจากการวางแผน (Plan) ที่ชัดเจน โดยบูรณาการการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นร่วมกับการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่ม เพื่อสร้างความเข้มแข็งและทิศทางการดำเนินงานที่ตรงจุด

2. ระยะการปฏิบัติตามแผน (Do) เมื่อแผนงานชัดเจน ได้มีการนำแผนลงสู่การปฏิบัติจริงผ่านการขับเคลื่อน 3 ส่วนหลัก ได้แก่ การส่งเสริมกระบวนการผลิตฝักปลอดภัย การเตรียมเอกสารและพื้นที่เพื่อขอรับรองมาตรฐาน GAP และการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อส่งเสริมช่องทางการตลาดผ่านแพลตฟอร์ม Facebook และ LINE ภายใต้แบรนด์ของชุมชน การเน้นให้เกษตรกรได้ลงมือทำจริง (Action Learning) ควบคู่ไปกับการสนับสนุนทางวิชาการ ทำให้เกษตรกรเกิดการตื่นตัวและสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบจากการทำเกษตรแบบดั้งเดิมไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรที่ใช้การตลาดนำการผลิตได้จริง

3. ระยะการตรวจสอบและประเมินผล (Check) จากการติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่องพบว่าโครงการสามารถบรรลุเป้าหมายเชิงประจักษ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสูงกว่าตัวชี้วัดที่ตั้งไว้ โดยมีเกษตรกรได้รับการรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP จำนวน 14-17 คน (จากเป้าหมาย 10 คน) ในมิติเศรษฐกิจพบว่า การเปิดช่องทางตลาดสมัยใหม่ส่งผลให้เกษตรกรมีรายได้ผ่านระบบออนไลน์เพิ่มขึ้นร้อยละ 63.51 และมีรายได้รวมเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 187.80 การตรวจสอบผลลัพธ์เชิงปริมาณที่ชัดเจนนี้เป็นเครื่องยืนยันว่ากระบวนการที่นำมาใช้เหมาะสมกับบริบทของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

4. ระยะการปรับปรุงและการจัดทำมาตรฐาน (Act) ในระยะสุดท้าย ผู้วิจัยและกลุ่มเกษตรกรได้นำผลการดำเนินงานทั้งหมดมาสรุป ถอดบทเรียน และจัดทำเป็นคู่มือองค์ความรู้จำนวน 2 เล่ม ได้แก่ "คู่มือระบบการผลิตผักมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP" และ "คู่มือการตลาดสมัยใหม่ผักอารมณ์ดี" เพื่อใช้เป็นมาตรฐานการทำงานของกลุ่มและเป็นต้นแบบสำหรับการขยายผลต่อไป การนำผลประเมินมาปรับปรุงและจัดทำเป็นมาตรฐานกระบวนการ (Standardization) นี้ สอดคล้องกับการศึกษาของ Hunnak et al. (2023) ที่พบว่า การพัฒนากระบวนการทำงานของวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่องแบบครบวงจร (ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ) จนเกิดเป็นมาตรฐานการจัดการ จะช่วยลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และนำไปสู่ความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. เกษตรกร ควรรวมกลุ่มวางแผนการผลิตและการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางการจำหน่ายทั้งแบบออฟไลน์และแบบออนไลน์ เพื่อให้มีผลผลิตอย่างต่อเนื่อง สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และสามารถสร้างอำนาจในการกำหนดราคาขายที่เป็นไปตามมาตรฐานของสินค้าเกษตรปลอดภัยได้

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่จะให้การสนับสนุนความรู้ ตลอดจนกระบวนการต่าง ๆ ในการดำเนินงาน ควรมีการจัดกลุ่มเกษตรกรตามระดับความสามารถและมาตรฐานการผลิตสินค้าเกษตร โดยแบ่งออกเป็น 1) กลุ่มเกษตรกรรายใหม่ที่ยังไม่ผ่านการรับรองมาตรฐาน 2) กลุ่มเกษตรกรที่ผ่านการรับรองมาตรฐานการผลิตสินค้าเกษตรแล้ว เพื่อวางแผนการพัฒนาศักยภาพให้กับเกษตรกร

3. หน่วยงานภาครัฐควรทำการตลาดให้กับเกษตรกร ด้วยการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการจัดกิจกรรมเปิดตลาดสินค้าเกษตรผักปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งควรส่งเสริมและสนับสนุนให้กับกลุ่มเกษตรกรจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เนื่องจากปัจจุบันตลาดมีความนิยมในการท่องเที่ยวธรรมชาติ วิถีชนบท ซึ่งจะส่งผลให้เกษตรกรเกิดการพัฒนาและเกิดความยั่งยืนต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยได้รับทุนอุดหนุนการทำกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยและนวัตกรรม การยกระดับศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยการใช้ประโยชน์จากผลงานวิจัยและนวัตกรรมเพื่อชุมชนสังคม ประจำปี 2565 จาก สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

เอกสารอ้างอิง

- สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. (2561, 8 ตุลาคม). *ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561–2580)*. ราชกิจจานุเบกษา, 135(82 ก), 1–71. https://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2561/A/082/T_0001.PDF
- วรัญญา ศีลาเจริญ, ภัทริยา คู่สันเทียะ, และ สมสวัสดิ์ ยาสิงห์ทอง. (2567). *กระบวนการคุณภาพ (PDCA) กับ การพัฒนานโยบาย*. สำนักงานคณะกรรมการนโยบายที่ดินแห่งชาติ. https://www.onlb.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=2682:publish15&catid=106:publish&Itemid=435
- สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ. (2566). *รายงานกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยและนวัตกรรม โครงการ ส่งเสริมการเข้าสู่ตลาดสมัยใหม่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลูกผักปลอดภัย บ้านหนองบัวน้อย จังหวัด ภาพลันธุ์*. https://explore.nrct.go.th/search_detail/result/15674
- สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. (2566). *การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนเพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานราก*. กระทรวงพาณิชย์. <https://url.in.th/hbXRU>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2565). *รายงานสถานการณ์ MSME ปี 2566*. <https://url.in.th/lqdXP>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2568). *ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561–2580) ฉบับ ประชาชน*. <https://www.nesdc.go.th/wordpress/wp-content/uploads/2025/06/NATIONAL-STRATEGY-PRIVATE-SECTOR.pdf>
- สุมนตา สุภาวิมล. (2566). การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเชิงพุทธ. *วารสารสหวิทยาการนวัตกรรมปริทรรศน์*, 6(1), 179-188.
- หน่วยตรวจสอบภายใน มหาวิทยาลัยมหิดล. (2567). *KM06/2566 การบริหารโครงการ (Project Management)*. มหาวิทยาลัยมหิดล. <https://url.in.th/occjl>
- Hunnak, P., Sompong, N. and Soonjanda, P. (2023). Development of community enterprise for sustainable success: Lessons from the Tha Sap coconut shell group in Yala, Thailand. *PSAKU International Journal of Interdisciplinary Research*, 12(1), 45-60.
- Mycoted. (2004). *Plan do check act (PDCA)*. <http://www.mycoted.com/creativity/techniques/pdca.php>.
- World Economic Forum. (2022). *Annual report 2021-2022*. https://www3.weforum.org/docs/WEF_Annual_Report_2021_22.pdf

การคุ้มครองลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญาในสินทรัพย์ NFT
วิเคราะห์ปัญหา NFT กับการคุ้มครองลิขสิทธิ์งานศิลปกรรมดิจิทัล
Copyright and Intellectual Property Protection in NFT Assets: Analysis of NFT
Legal Issues and Copyright Protection of Digital Artworks

แสนทอง อภิบาลศรี*

Santhanong Apibansri*

คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น

Faculty of Law, Sripatum University, Khon Kaen Campus

*Corresponding author's email: santhanong.ap@spu.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

21 มกราคม 2569

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

19 มีนาคม 2569

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

28 มีนาคม 2569

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มุ่งศึกษาปัญหาและแนวทางการคุ้มครองลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญาในสินทรัพย์ดิจิทัลประเภท Non-Fungible Token (NFT) โดยเฉพาะในส่วนของงานศิลปกรรมดิจิทัล ซึ่งมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วและก่อให้เกิดข้อถกเถียงทางกฎหมายในระดับสากล การวิจัยมุ่งวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง NFT กับสิทธิในลิขสิทธิ์ ตลอดจนศึกษาช่องว่างในกฎหมายไทยที่อาจไม่สามารถรองรับการคุ้มครองสิทธิของผู้สร้างสรรค์ผลงานได้อย่างเพียงพอ วิธีการวิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงเอกสาร (Documentary research) จากกฎหมาย หลักทฤษฎี และแนวคำพิพากษาทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการเปรียบเทียบโมเดลกฎหมายสำคัญ เช่น สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น เพื่อตรวจสอบลักษณะของสิทธิในสินทรัพย์ NFT ประเด็นการโอนสิทธิผ่านสัญญาอัจฉริยะ (Smart contract) การพิสูจน์ความเป็นเจ้าของ และปัญหาการบังคับใช้สิทธิในระดับข้ามพรมแดน ผลการศึกษาพบว่า NFT มิได้เป็นลิขสิทธิ์ในตัวเอง แต่เป็นเพียงโทเคนที่แทนค่าการถือครองข้อมูลดิจิทัล ซึ่งอาจไม่ก่อให้เกิดสิทธิในงานอันมีลิขสิทธิ์โดยตรง เว้นแต่มีการกำหนดไว้ในสัญญาอย่างชัดเจน ช่องว่างทางกฎหมายจึงอยู่ที่การไม่สอดคล้องกันระหว่างการครอบครอง NFT กับการเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์จริง ทั้งในแง่การโอนสิทธิ การรับรายได้จากการขายซ้ำ และการบังคับใช้สิทธิในต่างประเทศ ข้อเสนอแนะสำคัญคือควรมีการปรับปรุงกฎหมายไทยให้สอดคล้องกับบริบทของเทคโนโลยีบล็อกเชน โดยเฉพาะกฎหมายลิขสิทธิ์และกฎหมายสินทรัพย์ดิจิทัล เพื่อให้สามารถรับรองสิทธิและความรับผิดชอบของผู้สร้าง ผู้ซื้อ และผู้ให้บริการแพลตฟอร์มได้อย่างเหมาะสม รวมถึงพัฒนาแนวปฏิบัติและมาตรฐานทางเทคโนโลยีที่ส่งเสริมความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือในระบบนิเวศ NFT ของไทย

คำสำคัญ: NFT, งานศิลปกรรมดิจิทัล, สัญญาอัจฉริยะ, กฎหมายดิจิทัล, การโอนสิทธิ

ABSTRACT

This research examines the protection of copyright and intellectual property in Non-Fungible Tokens (NFTs), with a special focus on digital artworks. The study aims to analyze the relationship between NFTs and copyright ownership, as well as to identify legal gaps in Thailand's current framework regarding copyright protection for digital art assets. A documentary research method is employed, examining relevant laws, theoretical principles, and judicial precedents from both domestic and international jurisdictions. Comparative legal models from the European Union, the United States, and Japan are studied to explore key issues such as ownership, rights transfer through smart contracts, proof of ownership, and cross-border enforcement in digital marketplaces. The findings reveal that NFTs do not constitute copyright by themselves but only serve as a digital representation of ownership over metadata or linked digital content. Therefore, possessing an NFT does not necessarily confer copyright ownership unless explicitly expressed in a contract. The main legal challenges concern the ambiguity of rights, inadequacy of legal mechanisms for revenue sharing from resales, and difficulties in international enforcement. This study suggests that Thai copyright and digital asset laws should be reformed to align with new technological realities, especially concerning blockchain-based ownership and smart contracts. Furthermore, it recommends development of regulatory standards and technological frameworks to ensure transparency, reliability, and fair protection for creators, buyers, and platform operators within Thailand's growing NFT ecosystem.

Keywords: NFT, Digital Artworks, Smart Contract, Digital Law, Ownership Transfer

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของโลกสารสนเทศในช่วงทศวรรษหลังไม่เพียงเปลี่ยนแปลงรูปแบบวิถีชีวิตและการสร้างสรรค์ผลงาน หากแต่ยังเป็นแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้กฎหมายลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญาต้องปรับตัวต่อเนื่อง การถือกำเนิดของ Non-Fungible Token (NFT) ส่งผลให้ข้อถกเถียงด้านสิทธิในงานศิลปะและเนื้อหาดิจิทัลกลายเป็นประเด็นหลักในวงวิชาการ สถานะของ NFT เป็นได้มากกว่าการถูกนิยามว่าเป็นสินทรัพย์ดิจิทัลทั่วไปเนื่องจากเป็นจุดเชื่อมโยงระหว่างเทคโนโลยีบล็อกเชนกับแนวคิดการเป็นเจ้าของในมิติใหม่ของกฎหมาย

ผลงานของศาสตราจารย์ วิเชียร สุทธิสาคร (2565) ได้สะท้อนมุมมองว่างานศิลปะที่แปลงเป็นดิจิทัลและนำไปประกอบกับ NFT ยังอยู่ในพื้นที่ที่ต้องอาศัยการตีความทางกฎหมายอย่างเข้มข้นโดยเฉพาะในเรื่อง

สิทธิในการควบคุมและการใช้ประโยชน์ตามหลักลิขสิทธิ์ แม้ NFT จะเป็นเครื่องมือที่ใช้ในระบบเทคโนโลยีเพื่อรับรองกรรมสิทธิ์ดิจิทัล แต่กฎหมายปัจจุบันยังไม่ได้ตอบโจทยความสัมพันธระหว่างสิทธิในโทเคนกับสิทธิในเนื้อหาต้นฉบับในระดับเด็ดขาด

Non-Fungible Token (NFT) คือ สิ่งแทนสิทธิในทรัพย์สินดิจิทัลที่มีลักษณะเฉพาะตัวแต่ละหน่วย (Unique digital asset) โดยใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนเป็นกลไกรับรองความเป็นเจ้าของ ตรวจสอบธุรกรรมย้อนหลัง และกำหนดสิทธิในระดับกรรมสิทธิ์ Token อย่างโปร่งใส NFT ไม่ใช่ “สิทธิในเนื้อหาต้นฉบับ” หรือ “ลิขสิทธิ์ในงานสร้างสรรค์” โดยอัตโนมัติ หากแต่เป็นเครื่องมือยืนยันการถือครองหรือเป็นหลักฐาน ownership ในเชิงดิจิทัลที่ผูกกับไฟล์เนื้อหาหรือผลงานใดผลงานหนึ่งในรูปแบบ Metadata จุดเด่นของ NFT คือ การสร้างหลักฐานหลักฐานการสืบสายที่มาเชิงดิจิทัล (Digital provenance) หรือ ห่วงโซ่การโอนกรรมสิทธิ์ (Chain of title) ตามระบบ Common law และ Civil law โดยอาศัย แพลตฟอร์มบล็อกเชน (Blockchain platform) ว่าใครเป็นผู้ถือกรรมสิทธิ์ Token ในช่วงเวลาใด และมีสิทธิในการโอนหรือถ่ายโอน Token นั้นในอนาคตได้

การ Mint NFT หมายถึงการนำผลงานดิจิทัล (เช่น ภาพวาด ไฟล์เพลง หรือข้อมูลใด ๆ) มาลงทะเบียนบนบล็อกเชน แล้วสร้าง “โทเคน” (NFT) ที่มีรหัสเฉพาะและเก็บประวัติว่าผลงานนี้เป็นของใคร ใครเป็นเจ้าของโทเคนขึ้นในในแต่ละช่วงเวลา NFT ที่ได้จะไม่ต่างอะไรกับการออก “โฉนด” หรือ “หลักฐานกรรมสิทธิ์” สำหรับทรัพย์สินที่ไม่มีรูปร่างจริง (สินทรัพย์ไร้ตัวตน) ระบบจะบันทึกข้อมูลกรรมสิทธิ์ไว้ทั้งหมดใน Blockchain ซึ่งตรวจสอบย้อนหลังได้เสมอ แม้ตัวงานจริงจะเป็นแค่ไฟล์ดิจิทัล ไม่มีตัวตนแบบทรัพย์สินทั่วไป เช่น หากมีงานศิลปะที่เคยมีอยู่เพียงในรูปดิจิทัล เมื่อนำมาทำเป็น NFT การ Mint นั้นก็เปรียบเหมือนการออกเอกสารสิทธิสำหรับผลงานชิ้นนั้นในโลกดิจิทัล ผู้ถือ NFT จะเป็นเจ้าของ “สิทธิในโทเคน” สามารถซื้อขาย โอน หรือสะสม NFT ได้ตามที่ระบบรองรับ แต่ไม่ได้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์หรือเนื้อหาต้นฉบับที่เกี่ยวข้อง โดยอัตโนมัติ ดังนั้นการ Mint NFT คือ การออกหลักฐานกรรมสิทธิ์ให้กับทรัพย์สินชนิดที่ไม่มีรูปร่างจริงในระบบดิจิทัล ด้วยเทคโนโลยี Blockchain ที่บันทึกประวัติความเป็นเจ้าของแบบโปร่งใสและยืนยันตัวตนย้อนหลังได้ แม้ไฟล์งานนั้นจะไม่มีตัวตนทางกายภาพหรือไม่ใช้วัตถุจับต้อง ดังนั้น NFT คือหลักฐานความเป็นเจ้าของสินทรัพย์บนบล็อกเชนที่เชื่อถือได้โดยไม่ต้องมีเอกสารหรือสินทรัพย์จริงมาเกี่ยวข้อง

เมื่อพิจารณามิติทางทฤษฎีและบทวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบจะเห็นว่า NFT ทำหน้าที่เป็นตัวกลางแห่งการเปลี่ยนคุณค่าและวิถีการใช้สิทธิในผลงานจากระบบเดิมสู่ระบบดิจิทัลที่ตรวจสอบและบันทึกได้แบบเรียลไทม์ สิทธิในกรรมสิทธิ์หรือการโอนโทเคนผ่านการ Mint และธุรกรรมในบล็อกเชนสร้างหลักฐาน Ownership โดยไม่ต้องพึ่งพาเอกสารซึ่งอำนวยความสะดวกและความโปร่งใสแก่ผู้สร้างและผู้ซื้อในยุคใหม่ อย่างไรก็ตาม สิทธิในเนื้อหาต้นฉบับยังถูกควบคุมภายใต้มาตรฐานสัญญาต่างหากที่บังคับใช้โดยเจ้าของสิทธิเดิม ไม่ใช่สิทธิภายใต้กรรมสิทธิ์ Token โดยอัตโนมัติ

การกำเนิดของ NFT จึงเป็นบททดสอบที่สำคัญว่าระบบกฎหมายไทยและสากลจะสามารถออกแบบกลไกการรับรองสิทธิ ศิลปินผู้สร้าง ตลอดจนการแบ่งปันผลประโยชน์ในระบบใหม่ที่ขับเคลื่อนโดยเทคโนโลยีได้อย่างเที่ยงตรงและเป็นธรรมหรือไม่ งานทั้งทางวิจัยและคำอธิบายของอาจารย์ต่าง ๆ อ้างถึงสำหรับการชี้ช่องว่างทางกฎหมายและการสร้างข้อถกเถียงเพื่อพัฒนาแนวทางบริหารสิทธิในยุคดิจิทัลที่สอดคล้องกับพลวัตเทคโนโลยีและเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างแท้จริง

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่าง NFT กับลิขสิทธิ์ ยังพบการตีความหลากหลายทั้งในระดับสากลและในกฎหมายไทย งานของ Faulhaber (2020) วิเคราะห์ว่า NFT เป็นกลไกสร้างแนวคิดความเป็นเจ้าของยุคใหม่ แต่ไม่ได้เปลี่ยนสภาพสิทธิในเนื้อหาของงานศิลปะต้นฉบับ ปัญหาคือ สิทธิใดที่เจ้าของ NFT สามารถใช้ได้โดยชอบด้วยกฎหมาย ซึ่งในทางปฏิบัติการซื้อขาย NFT จำนวนมากมิได้ก่อให้เกิดการโอนสิทธิในลิขสิทธิ์ เว้นแต่มีข้อตกลงเฉพาะหรือระบุไว้สัญญาอัตโนมัติที่ทำงานตามเงื่อนไขที่กำหนดล่วงหน้า (Smart contract) อย่างชัดเจน หลักฐานจากงานวิจัยของ Nishimura (2025) และข้อบทความของ Ochoa (2023) สอดคล้องในประเด็นนี้ กล่าวคืออิทธิพลของกฎหมายลิขสิทธิ์ใน NFT อยู่ในภาวะพึ่งพาอาศัยกันมากกว่าบังคับในเชิงกฎหมาย

กฎหมายลิขสิทธิ์ในโลกของ NFT มิได้มีผลบังคับโดยตัวบทกฎหมายในเชิง “สิทธิเด็ดขาด” แต่กลับอาศัยข้อตกลงแบบ “สัญญา” (Contract) หรือกลไกที่อยู่ใน สัญญาอัตโนมัติที่ทำงานตามเงื่อนไขที่กำหนดล่วงหน้า (Smart contract) ของ NFT เป็นหลักในการกำหนดขอบเขตและสิทธิประโยชน์ของ NFT

กล่าวคือ การซื้อ NFT หรือการได้มาซึ่งกรรมสิทธิ์ใน NFT ไม่ได้ทำให้ผู้ซื้อได้สิทธิลิขสิทธิ์ในผลงานต้นฉบับ (Digital artwork) โดยอัตโนมัติ แต่มีสิทธิเฉพาะในตัวโทเคนหรือโค้ดที่จะสามารถโอน เปลี่ยนมือ หรือใช้ในขอบเขตที่สัญญาหรือเงื่อนไขในระบบระบุไว้ เช่น ข้อกำหนดใน License term หรือ Smart Contract ซึ่งอาจให้ใช้แบบส่วนตัว (Personal use) หรือ อนุญาตสร้างรายได้บางขอบเขต (Royalty split) โดยอัตโนมัติ แต่ถ้าไม่ได้เขียนเอาไว้ใน สัญญาอัตโนมัติที่ทำงานตามเงื่อนไขที่กำหนดล่วงหน้า (Smart contract) หรือไม่มีสัญญาอนุญาตโดยตรง ผู้ซื้อไม่สามารถนำเนื้อหาต้นทางไปใช้หรือดัดแปลงโดยชอบด้วยกฎหมายลิขสิทธิ์ได้

NFT ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนเป็นกลไกบันทึกความเป็นเจ้าของและตรวจสอบธุรกรรมย้อนหลัง ทำให้ผู้ถือโทเคนสามารถพิสูจน์ Chain of title ได้อย่างโปร่งใส แต่สิทธิที่ได้รับกลับจำกัดอยู่ในระดับกรรมสิทธิ์ของ Token มิได้หมายความว่าผู้ซื้อนั้นได้รับลิขสิทธิ์ในผลงานดิจิทัลโดย ผลงานของ วิเชียร สุทธิสาคร (2565) ชี้ว่าศิลปะที่แปลงเป็นดิจิทัลและนำไปผูกกับ NFT ยังคงต้องอาศัยการตีความทางกฎหมายอย่างเข้มข้น โดยเฉพาะเรื่องสิทธิในการควบคุมและการใช้ประโยชน์ตามกฎหมายลิขสิทธิ์

ในบริบทไทย พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 (แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2561) และพระราชกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ. 2561 ยังมิได้บัญญัติถึง NFT อย่างเฉพาะเจาะจง ส่งผลให้การซื้อขายและการโอนสิทธิใน NFT ต้องอาศัยการตีความจากบทบัญญัติเดิมและกลไกสัญญา

โดยเฉพาะสัญญาอัจฉริยะ (Smart contract) และเงื่อนไขการอนุญาตให้ใช้สิทธิ (License term) ของแพลตฟอร์ม (วิชัย อริยะนันท์, 2562) ขณะที่คดีต่างประเทศ เช่น *Hermès International v. Rothschild* และคำวินิจฉัยของศาลอังกฤษ–สิงคโปร์ต่างยืนยันแนวคิดว่าการมสธิ์ใน NFT เป็นคนละเรื่องกับสิทธิในผลงานศิลปะต้นฉบับหรือเครื่องหมายการค้า ซึ่งสะท้อนความจำเป็นที่กฎหมายไทยต้องกำหนดกรอบแนวคิดให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล (Ochoa, 2023; World Intellectual Property Organization [World Intellectual Property Organization], 2022)

จากช่องว่างดังกล่าว งานวิจัยฉบับนี้มุ่งวิเคราะห์สถานะสิทธิในสินทรัพย์ดิจิทัลประเภท NFT ภายใต้กฎหมายลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญาไทย โดยเปรียบเทียบกับแนวคิดและแนวคำพิพากษาในต่างประเทศ เพื่อชี้ให้เห็นปัญหาเชิงโครงสร้างและเสนอแนวทางปรับปรุงกฎหมายไทยให้รองรับเทคโนโลยีดังกล่าวอย่างเหมาะสม โดยเน้น 4 มิติหลัก ได้แก่ 1) ความคลุมเครือเรื่องสิทธิใน NFT 2) ปัญหาสัญญาอัจฉริยะกับการโอนสิทธิและรายได้ 3) ปัญหาการพิสูจน์เจ้าของและการบังคับใช้ และ 4) ข้อจำกัดการบังคับใช้ข้ามประเทศในตลาดดิจิทัล (วิชัย อริยะนันท์, 2562; WIPO, 2022)

วรรณกรรมและกรอบแนวคิด

งานศึกษาทั้งในและต่างประเทศส่วนใหญ่เห็นพ้องกันว่า NFT เป็นเพียงกลไกยืนยันการถือครองโทเคนดิจิทัลบนบล็อกเชน มิใช่การโอนสิทธิในเนื้อหาต้นฉบับหรือสิทธิในงานอันมีลิขสิทธิ์โดยอัตโนมัติ (Nishimura, 2025; Ochoa, 2023) แนวคิดนี้สอดคล้องกับบทวิเคราะห์ของ วิเชียร สุทธิสาคร (2565) ที่อธิบายว่า NFT ทำหน้าที่คล้าย “โฉนดดิจิทัล” สำหรับสินทรัพย์ไร้รูปร่าง โดยสิทธิในงานศิลปะหรือเนื้อหาต้นฉบับยังคงอยู่กับผู้สร้างสรรค์หรือเจ้าของสิทธิเดิม เว้นแต่มีการโอนหรืออนุญาตตามกฎหมายลิขสิทธิ์อย่างชัดแจ้ง

ในเชิงทฤษฎี งานของ Kher (2023) และนักวิชาการด้านลิขสิทธิ์ได้ใช้ทฤษฎีบุคลากรพื้นฐานและทฤษฎีประโยชน์นิยมเพื่ออธิบายฐานคิดของการคุ้มครองผู้สร้างสรรค์และการสร้างสมดุลกับประโยชน์สาธารณะ ซึ่งยังคงมีผลแม้โครงสร้างการใช้สิทธิจะย้ายเข้าสู่แพลตฟอร์มดิจิทัลและระบบบล็อกเชน (Kher, 2023; วิชัย อริยะนันท์, 2562) ในมิติระหว่างประเทศ สนธิสัญญาเบิร์นว่าด้วยการคุ้มครองงานวรรณกรรมและศิลปกรรมยืนยันว่าการโอนสิทธิในผลงานต้องตั้งอยู่บนความยินยอมที่ชัดแจ้งของเจ้าของสิทธิ ซึ่งไม่อาจถือว่าเกิดขึ้นโดยอัตโนมัติจากการใช้เทคโนโลยีใหม่อย่าง NFT (WIPO, 2022)

ด้านกฎหมายไทย งานของ วิชัย อริยะนันท์ (2562) ชี้ให้เห็นช่องว่างสำคัญของพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 และพระราชกำหนดสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ. 2561 ที่ยังไม่รองรับสถานะของ NFT ในฐานะสินทรัพย์ดิจิทัลเฉพาะตัว ข้อเสนอของงานวิจัยดังกล่าวเน้นการพัฒนาระบบจดทะเบียนผลงานดิจิทัล การใช้ Metadata–digital signature เป็นหลักฐาน ตลอดจนการกำหนดมาตรฐาน License term สำหรับแพลตฟอร์ม NFT เพื่อป้องกันความเข้าใจผิดของผู้ซื้อและลดข้อพิพาทเชิงลิขสิทธิ์ (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2563; ภัทรชัย กิริตสิน, 2564)

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพทางด้านนิติศาสตร์แบบวิเคราะห์-เปรียบเทียบ (Doctrinal and comparative legal research) โดยมุ่งศึกษาบทบัญญัติกฎหมายลิขสิทธิ์และสิทธฺ์ทรัพย์สินทางปัญญาควบคู่กับการวิเคราะห์กฎหมาย คำพิพากษา และมาตรฐานระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับ NFT และสัญญาอัจฉริยะ แหล่งข้อมูลหลักประกอบด้วย 1) กฎหมายไทย ได้แก่ พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 (แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2561) พระราชกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ. 2561 และกฎหมายว่าด้วยพยานหลักฐานดิจิทัล 2) กฎหมายและแนวคำพิพากษาของต่างประเทศ เช่น คดี *Hermès International v. Rothschild*, คำวินิจฉัยของศาลอังกฤษและสิงคโปร์ และคดีที่เกี่ยวข้องกับ NFT ในจีน และ 3) วรรณกรรมทางวิชาการและรายงานวิจัยของหน่วยงานระหว่างประเทศ เช่น WIPO (2022) รวมทั้งงานของวิชัย อริยะนันทกะ (2562)

การวิเคราะห์ใช้วิธีตีความบทบัญญัติกฎหมายตามหลักกฎหมายลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญาเปรียบเทียบกับแนวโน้มในต่างประเทศ และสังเคราะห์ข้อเท็จจริงจากคดีตัวอย่างเพื่อระบุปัญหาเชิงโครงสร้างทั้งสี่มิติ ได้แก่ ความคลุมเครือเรื่องสิทธิ สัญญาอัจฉริยะ การพิสูจน์เจ้าของ และการบังคับใช้ข้ามประเทศ นอกจากนี้ยังนำข้อเสนอเชิงนโยบายจากรายงานของ กรมทรัพย์สินทางปัญญา (2563) และงานวิจัยของสถาบันการศึกษาไทยมาประกอบการออกแบบข้อเสนอแนะสำหรับการปรับปรุงกฎหมายไทยให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล (สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยี, 2566)

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ใช้กรอบแนวคิดเชิงนิติศาสตร์เปรียบเทียบ โดยพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่าง 1) ลักษณะทางเทคโนโลยีและสัญญาของโทเคน NFT (เช่น โครงสร้างบล็อกเชน สัญญาอัจฉริยะ และ license terms) กับ 2) หลักสิทธิในงานอันมีลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญาตามกฎหมายไทย และ 3) แบบจำลองกฎหมายเปรียบเทียบจากต่างประเทศ (สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น) เพื่อวิเคราะห์ช่องว่างของกฎหมายไทยและออกแบบข้อเสนอเชิงกฎหมายสำหรับการรองรับ NFT ในฐานะสินทรัพย์ดิจิทัล ดังแสดงในภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

2. ปัญหาสัญญาอัจฉริยะกับการโอนสิทธิและรายได้

การฝังสัญญาอัจฉริยะใน NFT เปิดโอกาสให้โอนกรรมสิทธิ์ใน Token และแบ่งรายได้ (Royalty) จากการขายต่อได้โดยอัตโนมัติ โปร่งใส และตรวจสอบย้อนหลังผ่านบล็อกเชน (Nishimura, 2025; WIPO, 2020) อย่างไรก็ตาม การโอนสิทธิตามสมาร์ทคอนแทรกต์มักครอบคลุมเฉพาะสิทธิใน Token หรือ Metadata ไม่ใช่ ชุดสิทธิในทางลิขสิทธิ์ (Bundle of rights) เช่น สิทธิทำซ้ำ ดัดแปลง และเผยแพร่ต่อสาธารณชน ตามกฎหมายลิขสิทธิ์ เว้นแต่จะมีการระบุเงื่อนไขโอนหรืออนุญาตสิทธิในตัวงานอย่างชัดเจนตามหลักสัญญาแบ่งผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ไทยยังไม่มีมาตรฐานกลางสำหรับเนื้อหาและโครงสร้างสมาร์ทคอนแทรกต์ที่ใช้กับ NFT และยังไม่มียกเว้นข้อบังคับที่รับรองสถานะสมาร์ทคอนแทรกต์ในฐานะนิติกรรมดิจิทัลโดยตรง ทำให้เมื่อเกิดข้อพิพาทต้องอาศัยการตีความตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์และกลไกอนุญาโตตุลาการหรือศาลทรัพย์สินทางปัญญาเป็นหลัก

3. ปัญหาการพิสูจน์เจ้าของและการบังคับใช้

แม้บล็อกเชนจะรับรองความถูกต้องของธุรกรรมและแสดงประวัติการถือครอง NFT อย่างโปร่งใส แต่ข้อมูลดังกล่าวสะท้อนเพียงที่อยู่กระเป๋าดิจิทัล มิใช่ตัวบุคคลตามกฎหมาย ทำให้การพิสูจน์ว่าใครคือเจ้าของสิทธิในผลงานต้นฉบับยังต้องพึ่งพาลักษณะภายนอก เช่น เอกสารจดทะเบียนลิขสิทธิ์ ไฟล์ต้นฉบับ หรือ หลักฐานการสร้างสรรค (วิชัย อริยานันตะกะ, 2562; กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2563) กรณีที่ผู้อื่นนำผลงานไป Mint เป็น NFT โดยไม่ได้รับอนุญาต ผู้สร้างสรรค์มักต้องใช้กลไก notice and takedown ของแพลตฟอร์ม เช่น OpenSea หรือ Foundation.io ซึ่งโดยมากจบลงเพียงการลบผลงานออกจากระบบ ไม่ได้ต่อยอดสู่การดำเนินคดีเนื่องจากปัญหาการระบุตัวผู้ละเมิด ค่าใช้จ่าย และความซับซ้อนของการบังคับใช้ข้ามแดน

4. ข้อจำกัดการบังคับใช้ข้ามประเทศและคดีตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ตามหลักกฎหมายระหว่างประเทศเอกชนพบว่า สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญายังอยู่ภายใต้หลัก Lex protectionis แต่ธุรกรรม NFT เกิดในพื้นที่ดิจิทัลที่ไม่ผูกกับรัฐเดียว การนำคำพิพากษาของศาลไทยไปบังคับใช้กับแพลตฟอร์มต่างประเทศจึงทำได้จำกัด และแพลตฟอร์มมักอาศัยข้อกำหนดบริการและมาตรการกำกับดูแลตนเองมากกว่ารองรับคำสั่งศาลจากทุกเขตอำนาจศาล (World Intellectual Property Organization, 2020; EU Digital Services Act อ้างใน Karnchanapayap, 2023) โดยคดี Hermès International v. Rothschild แสดงให้เห็นว่าศาลสหรัฐอเมริกายืนยันหลัก Bundle of rights และการคุ้มครองเครื่องหมายการค้า แม้การใช้เครื่องหมายจะอยู่ในรูป NFT ที่เรียกตนเองว่า Digital art ศาลยังตัดสินให้ชดเชยค่าเสียหายและย้ำว่า NFT ไม่ใช่ข้ออ้างให้หลีกเลี่ยงกฎหมายเครื่องหมายการค้าเดิม (Ochoa, 2023) ขณะที่คำวินิจฉัยของศาลอังกฤษและสิงคโปร์ต่างยืนยันว่ากรรมสิทธิ์ใน NFT หมายถึงกรรมสิทธิ์ในข้อมูลหรือ Metadata บนบล็อกเชน ซึ่งแยกจากสิทธิในเนื้อหาต้นทางโดยสิ้นเชิง (สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยี, 2566)

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยสะท้อนอย่างชัดเจนว่าความคลุมเครือเรื่องสิทธิใน NFT เป็นวิวัฒนาการล่าสุดของปัญหากฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาในยุคดิจิทัล ซึ่งเกิดจากช่องว่างระหว่างกลไกกรรมสิทธิ์ในเทคโนโลยีบล็อกเชน กับหลักสิทธิในผลงานสร้างสรรค์แบบดั้งเดิม (วิชัย อริยะนันท์กะ, 2562; Kher, 2023) การถือครอง NFT จึงควรถูกตีความว่าเป็นการถือครอง “ทรัพย์สินดิจิทัล” ที่แยกจากสิทธิในงานอันมีลิขสิทธิ์ และการโอนหรืออนุญาตให้ใช้สิทธิในเนื้อหาต้นทางจำเป็นต้องเกิดจากสัญญาหรือ ข้อกำหนดของสัญญาอนุญาตใช้สิทธิที่มีสาระสำคัญตรงตามหลักกฎหมายแพ่งและกฎหมายลิขสิทธิ์ มิใช่อาศัยเพียงข้อเท็จจริงของธุรกรรมบนบล็อกเชน

ในมิติของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไทย NFT เป็นโอกาสสำคัญที่ช่วยให้ศิลปินและผู้สร้างสรรค์เข้าถึงตลาดโลก สร้างกลไกแบ่งรายได้แบบอัตโนมัติ และยกระดับคุณค่าของผลงานดิจิทัล แต่หากปราศจากกรอบกฎหมายที่ชัดเจน ระบบจดทะเบียนและหลักฐานดิจิทัลที่เชื่อถือได้ และกลไกบังคับใช้สิทธิที่เข้าถึงได้จริง ความเสี่ยงจากการละเมิด การโจรกรรมผลงาน และข้อพิพาทข้ามแดนจะยังเป็นอุปสรรคต่อการเติบโตอย่างยั่งยืนของตลาด NFT ไทย ทิศทางการปฏิรูปกฎหมายจึงควรมอง NFT เป็นจุดตัดระหว่างเศรษฐกิจดิจิทัล และนิติรัฐ ที่ต้องการทั้งความยืดหยุ่นเชิงเทคโนโลยีและความมั่นคงของสิทธิในผลงานสร้างสรรค์

บทสรุป

การประมวลภาพรวมของประเด็นวิเคราะห์และข้อเสนอแนะทั้งหมดเกี่ยวกับกฎหมายลิขสิทธิ์และการกำกับดูแล NFT ภายใต้บริบทของเศรษฐกิจดิจิทัลในปัจจุบัน ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าแม้เทคโนโลยี NFT จะเปลี่ยนโฉมการสร้างมูลค่าและการบริหารสิทธิในงานศิลปกรรมดิจิทัล แต่การรองรับ NFT ให้มีสถานะที่แน่นอนในระบบกฎหมายไทยยังเป็นโจทย์สำคัญที่ต้องการการบูรณาการจากทั้งภาครัฐ อุตสาหกรรม และกลุ่มผู้สร้างสรรค์

การดำเนินงานในอนาคตต้องมุ่งเน้นไปที่การวางมาตรฐานกฎหมายและเทคโนโลยีที่สมดุลระหว่างการคุ้มครองสิทธิของผู้สร้างสรรค์กับการส่งเสริมนวัตกรรมในตลาดเสรี ผลการศึกษาในครั้งนี้ได้แสดงจุดเปลี่ยนในเชิงความคิดและแนวทางการออกแบบมาตรการทางกฎหมายที่เหมาะสมสำหรับสังคมดิจิทัลไทย ควบคู่กับการเผยแพร่ความรู้และความตระหนักรู้ต่อสาธารณะในมิติสิทธิ ความเสี่ยง และกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการถือครองและทำธุรกรรม NFT

ข้อเสนอแนะที่ปรากฏในงานชิ้นนี้จึงเป็นเสมือนแนวทางเบื้องต้นเพื่อปฏิรูปนโยบาย บทบัญญัติกฎหมายหลัก และระบบบังคับใช้ อันจะนำไปสู่สังคมดิจิทัลที่ยั่งยืน ครอบคลุม และเป็นธรรมต่อคู่สัญญาทางดิจิทัลและผู้สร้างสรรค์ในบริบทโลกใหม่อย่างแท้จริง

ในการพัฒนากฎหมายและกลไกกำกับดูแลตลาด NFT ในประเทศไทยจำเป็นต้องขับเคลื่อนแก้ไขทั้งโครงสร้างนโยบายกฎหมายและกลไกปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญาในยุคดิจิทัล ควรเร่งแก้ไข

พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์และพระราชกำหนดทรัพย์สินดิจิทัลให้ครอบคลุมรูปแบบ NFT อย่างละเอียด โดยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2537

1. ประการที่หนึ่ง เสนอให้แก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 โดยเพิ่มนิยามคำว่า “สินทรัพย์ดิจิทัล” “โทเคน NFT” และ “กรรมสิทธิ์ดิจิทัล” ในมาตรา 4 เพื่อกำหนดสถานะทางกฎหมายของสิทธิในทรัพย์สินดิจิทัลดังกล่าวให้มีความชัดเจนในฐานะทรัพย์สินทางปัญญา และเป็นฐานในการตีความสิทธิและหน้าที่ของผู้สร้างสรรค์ เจ้าของสิทธิ และผู้ถือครองโทเคนในทางปฏิบัติ
2. ประการที่สอง เสนอให้แก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 ในหมวด 2 ว่าด้วยสิทธิของเจ้าของลิขสิทธิ์ โดยเพิ่มมาตราใหม่ที่กำหนดให้การโอนหรือการอนุญาตให้ใช้สิทธิในรูปแบบดิจิทัลหรือโทเคน NFT ต้องกระทำผ่านสัญญาอิเล็กทรอนิกส์หรือสัญญาอัจฉริยะที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ เพื่อให้การโอนสิทธิและการใช้สิทธิดังกล่าวมีหลักฐานเชิงดิจิทัลที่ชัดเจนและสอดคล้องกับหลักกฎหมายแพ่งและกฎหมายลิขสิทธิ์
3. เสนอให้แก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติว่าด้วยใบอนุญาตตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 โดยแก้ไขมาตราเกี่ยวกับใบอนุญาตให้ครอบคลุมถึงการให้สิทธิในเชิงพาณิชย์ผ่านเทคโนโลยีบล็อกเชนและการจัดการรายได้ดิจิทัล
4. เพิ่มมาตราในหมวด 4 ว่าด้วยการละเมิดและการบังคับใช้เพิ่มมาตราใหม่เกี่ยวกับ "การละเมิดสิทธิในระบบดิจิทัลหรือ NFT" และกำหนดให้มีมาตรฐานการแจ้งลบผลงานละเมิด (Notice and takedown) เป็นกลไกการบังคับใช้ที่มีผลตามกฎหมาย
5. ปรับปรุง/เพิ่มบทพิสูจน์สิทธิและหลักฐานดิจิทัลกำหนดให้พิจารณาหลักฐานบล็อกเชน, Digital signature, Metadata ในการพิสูจน์สิทธิในศาลไทย

พระราชกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ.2561

1. เพิ่มมาตราในหมวดการกำกับดูแลตลาด NFT ระบุข้อกำหนดเฉพาะสำหรับธุรกิจ NFT Marketplace การกำกับดูแล Utility Token และการตรวจสอบการโอนสิทธิข้ามประเทศ
2. เพิ่มมาตรการตรวจสอบและกำกับธุรกรรมกำหนดมาตรฐาน KYC, AML เฉพาะสำหรับ NFT และสินทรัพย์ดิจิทัล

เอกสารอ้างอิง

กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2563). รายงานวิจัยและแนวทางการพัฒนาระบบจดทะเบียนลิขสิทธิ์ดิจิทัลของ

ประเทศไทย (รายงานวิจัย). กรุงเทพฯ:

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2564). สัญญาอัจฉริยะและการบังคับใช้ในกฎหมายไทย (รายงานวิจัย).

กรุงเทพฯ:

วิชัย อริยะนันท์ทกะ. (2562). *การคุ้มครองลิขสิทธิ์ในบริบทเศรษฐกิจดิจิทัลและข้อเสนอเชิงนโยบายสำหรับประเทศไทย* (รายงานวิจัย). กรุงเทพฯ:

วิเชียร สุทธิสาคร. (2565). *กฎหมายลิขสิทธิ์ในยุคดิจิทัลและการคุ้มครองงานศิลปะบนแพลตฟอร์มออนไลน์*. หนังสือวิชาการ

สถาบันวิทยบริการและเทคโนโลยี. (2566). *การพัฒนากรอบกฎหมายทรัพย์สินดิจิทัลและการใช้บล็อกเชนในระบบจดทะเบียนสิทธิ* (รายงานวิจัย). กรุงเทพฯ:

Faulhaber, Y. (2020). Non-fungible tokens and copyright: The concept of digital ownership.

Journal of Intellectual Property Law & Practice, 15(12), 980–988.

<https://doi.org/10.1093/jiplp/jpaa176>

Karnchanapayap, K. (2023). *NFT, digital communication, and creative economy governance in Thailand* (Research report). Bangkok, Thailand

Nishimura, T. (2025). *Smart contracts, copyright, and NFTs: A comparative legal analysis* (Research monograph). Tokyo, Japan

Ochoa, T. T. (2024). Non-fungible tokens (NFTs) and copyright law. *Santa Clara High Technology Law Journal*, 40(1), 1–72.

World Intellectual Property Organization. (2022). *NFTs, blockchain and copyright: Policy perspectives for member states* (Policy report). WIPO.

<https://www.wipo.int/documents/d/cws/docs-en-blockchain-for-ip-ecosystem-whitepaper.pdf>

กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางธุรกิจ Online Marketing Strategies Influencing on Business Success

วชิราภรณ์ ขมารอำไพ^{1*} และ เสาวลักษณ์ จิตติมงคล²

Vachiraporn Kanampai^{1*} and Saowaluk Jittimongkon²

^{1,2}หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์

^{1,2}Master of Business Administration, Faculty of Administrative Science, Kalasin University

*Corresponding author's email address: vachirapornkanampai@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

17 ธันวาคม 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

26 กุมภาพันธ์ 2569

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

28 กุมภาพันธ์ 2569

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดออนไลน์ และความสำเร็จทางธุรกิจผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ ในประเทศไทย เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ต่อความสำเร็จทางธุรกิจผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ ในประเทศไทย เพื่อทดสอบผลกระทบของกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ ในประเทศไทย การวิจัยเป็นแบบเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือเจ้าหน้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ที่ปฏิบัติงานในเรือนจำของประเทศไทย จำนวน 143 แห่ง รวมจำนวนทั้งสิ้น 286 คน ได้จากการสุ่มแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC = 0.67–1.00) และมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.71–0.84 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางธุรกิจ ด้านการสร้างภาพลักษณ์และตราสินค้า ด้านการตอบสนองต่อตลาดอย่างทันเวลา ด้านการนำเสนอข้อมูลที่น่าเชื่อถือ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และ มีความคิดเห็นต่อความสำเร็จทางธุรกิจเรือนจำ พบว่ามีกระบวนการบริหารจัดการทางด้านผลิตภัณฑ์ที่ดีเป็นระบบ ได้รับรายได้จากลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ในร้านค้าออนไลน์ ทำให้มียอดขายเพิ่มขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับตลาดออฟไลน์ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับความสำเร็จทางธุรกิจในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางธุรกิจ

คำสำคัญ: กลยุทธ์การตลาดออนไลน์, ความสำเร็จทางธุรกิจ, ผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์

ABSTRACT

This research aimed to 1) study online marketing strategies and the business success of prison products in Thailand, 2) test the relationship between online marketing strategies

and business success; and 3) analyze the impact of online marketing strategies on the business success of prison products. This study employed a quantitative research methodology. The sample consisted of 286 correctional product sales officers from 143 prisons across Thailand, selected through purposive sampling. The research instrument was a questionnaire validated for content validity (IOC = 0.67–1.00) with a reliability coefficient of 0.71–0.84. Data were analyzed using descriptive statistics and multiple regression analysis. The research findings revealed that online marketing strategies—comprising brand image building, timely market responsiveness, and the presentation of credible information—were overall at a high level. Regarding business success, it was found that there was a systematic and effective product management process, increased revenue from new customers, and high customer satisfaction with online purchases. These factors led to higher sales compared to offline markets. Furthermore, online marketing strategies had a statistically significant positive relationship with, and a direct influence on, business success.

Keywords: Online Marketing Strategy, Business Success, Prison Products

บทนำ

ในปัจจุบันเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะในฐานะเครื่องมือสื่อสารทางการตลาด ที่เข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วและหลากหลาย ส่งผลให้ธุรกิจสามารถปรับตัวและตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง พาณิชนียอิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ซึ่งเป็นการซื้อขายสินค้าและบริการผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ได้กลายเป็นรูปแบบการค้าที่สำคัญในการขยายตลาดและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งในอดีตผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์จะถูกจำกัดอยู่แค่ในร้านสวัสดิการหน้าเรือนจำ การทำตลาดออนไลน์จึงช่วยให้เข้าถึงได้ง่ายลูกค้าไม่ต้องเดินทางไปถึงเรือนจำ ซึ่งลูกค้าบางคนอาจจะรู้สึกไม่สะดวกใจ เรือนจำจึงควรสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์ใหม่ด้วยการใช้ Social Media สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้น สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคทั่วโลกที่หันมาซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

จากผลสำรวจในปี 2567 พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมีจำนวนสูงถึง 63.2 ล้านคน (ร้อยละ 88 ของประชากร) และผู้ใช้งานโซเชียลมีเดีย 49.1 ล้านคน (ร้อยละ 68.3 ของประชากร) (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2567) ตัวเลขเหล่านี้ชี้ให้เห็นถึงศักยภาพอันมหาศาลของตลาดอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย ซึ่งคาดการณ์ว่าจะมีมูลค่าเติบโตต่อเนื่องเฉลี่ยปีละ 9.6% และจะสูงถึง 7.47 แสนล้านบาทในปี 2568 (Krungthai Compass, 2567) โดยมีกรณีศึกษาที่น่าสนใจคือ กรมราชทัณฑ์ที่ได้ใช้ประโยชน์จากช่องทางออนไลน์ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากฝีมือผู้ต้องขัง ภายใต้ชื่อร้าน

"วันสุข (Wansook)" และ "หับเผย (Hub Poei Cafe)" บนแพลตฟอร์มยอดนิยม เช่น Shopee, Lazada, LINE และ Shop Mania รวมถึง Facebook Page ด้วยผลิตภัณฑ์แฮนด์เมดกว่า 40 รายการ ทำให้ยอดขายผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์เติบโตสูงถึง 3,000% ภายใน 4 เดือน และมีผู้เข้าชมสื่อการตลาดออนไลน์กว่า 700,000 คน แสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการต่อยอดผลิตภัณฑ์ และกำไรสุทธิยังถูกนำไปพัฒนาทักษะอาชีพให้กับผู้ต้องขัง (สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยี, 2564)

ความสำเร็จนี้สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของ กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ (Online Marketing Strategy) ซึ่งเป็นกระบวนการวางแผนทางการตลาดผ่านอินเทอร์เน็ต เพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับแบรนด์ผลิตภัณฑ์ หรือบริการไปสู่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กลยุทธ์นี้ช่วยเพิ่มศักยภาพการแข่งขันและบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจในการปรับตัวเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัลพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไปอย่างสิ้นเชิง ซึ่งเรือนจำมีข้อจำกัดด้านทำเลที่ตั้ง โดยเรือนจำส่วนใหญ่ไม่ได้ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจหรือห้างสรรพสินค้า และปัจจุบันคนซื้อของผ่านสมาร์ทโฟนเป็นหลัก โดยในงานวิจัยนี้ได้ระบุถึงกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ 6 ด้านที่สำคัญ ได้แก่ 1) การมุ่งเน้นช่องทางการสื่อสาร 2) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ 3) การตอบสนองต่อความต้องการอย่างทันเวลา (นันทิพร พงศ์ศิริยะกุล และคณะ, 2563) 4) การสร้างภาพลักษณ์และตราสินค้า 5) การนำเสนอข้อมูลที่น่าเชื่อถือ และ 6) การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (ยาวลักษณ์ ม่วงวงษา และ ดารณี เกตุชมภู, 2565) ซึ่งการนำกลยุทธ์เหล่านี้มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ ไม่เพียงช่วยให้องค์กรมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จทางการตลาด แต่ยังสร้างความพึงพอใจในสินค้าและบริการ สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าและเพิ่มยอดขายได้มากขึ้น ดังนั้น การตลาดออนไลน์จึงเป็นช่องทางสำคัญในการสร้างรายได้ และการวัดผลความสำเร็จของธุรกิจสามารถทำได้ 4 ด้าน คือ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านการเรียนรู้และการเติบโต และด้านกระบวนการภายใน (Kaplan and Norton, 1996)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดออนไลน์และความสำเร็จทางธุรกิจผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ในประเทศไทย
2. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ต่อความสำเร็จทางธุรกิจผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ในประเทศไทย
3. เพื่อทดสอบผลกระทบของกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ในประเทศไทย

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ ด้านการมุ่งเน้นช่องทางการสื่อสารกับลูกค้า ด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ด้านการตอบสนองต่อความต้องการอย่างทันเวลา ด้านการสร้างภาพลักษณ์และตราสินค้า ด้านนำเสนอข้อมูลที่น่าเชื่อถือ และด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทางธุรกิจผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ ในประเทศไทย

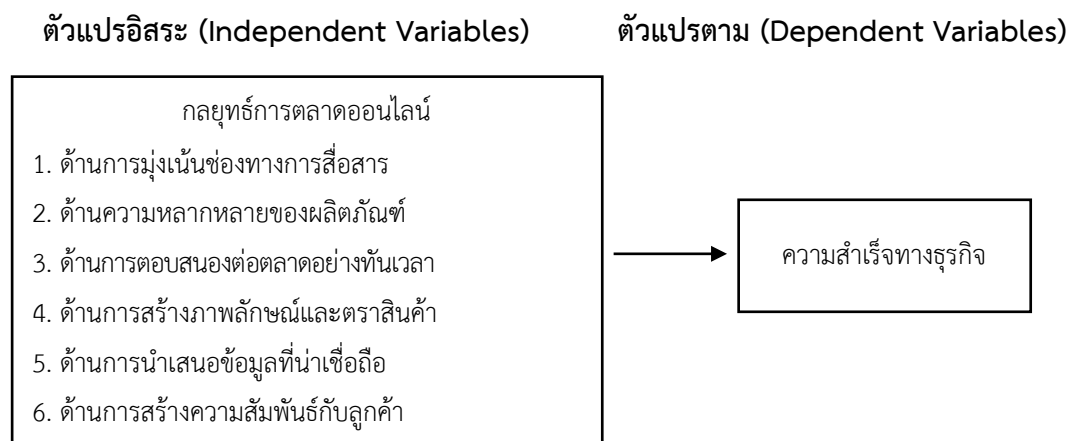
สมมติฐานที่ 2 กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ ด้านการมุ่งเน้นช่องทางการสื่อสารกับลูกค้า ด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ด้านการตอบสนองต่อความต้องการอย่างทันเวลา ด้านการสร้างภาพลักษณ์ และตราสินค้า ด้านนำเสนอข้อมูลที่น่าเชื่อถือ และด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า มีผลกระทบกับความสำเร็จทางธุรกิจผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ ในประเทศไทย

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ใช้ในการวิจัย ได้ดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) คือ กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ ประกอบด้วย 6 ด้าน คือ ด้านการมุ่งเน้นช่องทางการสื่อสารกับลูกค้า ด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ด้านการตอบสนองต่อตลาดอย่างทันเวลา โดยประยุกต์จากแนวคิดของ นันทิพร พงศ์ศิริยะกุล และคณะ (2563) ด้านการสร้างภาพลักษณ์ และตราสินค้า ด้านการนำเสนอข้อมูลที่น่าเชื่อถือ และ ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยประยุกต์จากแนวคิด เขียวลักษณ์ ม่วงวงษา และ ดารณี เกตุชมภู (2565)

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ความสำเร็จทางธุรกิจ ประยุกต์จากแนวคิดของ Kaplan and Norton (1996)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เจ้าหน้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ที่ปฏิบัติงานที่ในเรือนจำของประเทศไทยมี จำนวน 143 แห่ง รวมจำนวนทั้งสิ้น 286 คน โดยใช้ประชากรทั้งหมด ในการศึกษาเป็นกลุ่มตัวอย่าง (กรมราชทัณฑ์, 2567)

กลุ่มตัวอย่าง คือ เจ้าหน้าที่ที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ที่ปฏิบัติงานที่ในเรือนจำของประเทศไทย มี 143 แห่ง จำนวน 286 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จากการเก็บข้อมูลผู้วิจัยเก็บได้

จำนวน 246 คน โดยใช้สูตรของทาโรยามาเน่ (Yamane, 1973) ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 ผ่านแบบสอบถามจาก Google form คิดเป็นร้อยละ 86.01

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

ส่วนที่ 1 กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ (30 ข้อ) เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์การประเมินความสำเร็จทางธุรกิจ 5 ระดับ

ส่วนที่ 2 ความสำเร็จทางธุรกิจ (13 ข้อ) เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์การประเมินความสำเร็จทางธุรกิจ 5 ระดับ

ตอนที่ 3 ข้อคิดเห็น ปัญหา และข้อเสนอแนะ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ ใช้สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติที่ใช้ทดสอบคุณลักษณะของตัวแปร

สถิติที่ใช้ทดสอบคุณลักษณะของตัวแปร คือ การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity Test) โดยหาค่า Variance Inflation Factor (VIFs)

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางธุรกิจ โดยวิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

การสร้างและการตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามแบบมีโครงสร้างที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่านพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องความสอดคล้องและความเหมาะสมทุกข้อคำถามมีค่า 0.5 ขึ้นไป จากนั้นหาความเชื่อมั่นเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือโดยนำไปทดลองใช้จำนวน 30 ชุดมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคที่ยอมรับได้ด้วยมีค่าความเชื่อมั่นของกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ เท่ากับ 0.710-0.84 และความสำเร็จทางธุรกิจ เท่ากับ 0.756 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 (สุวิมล ติรกานันท์, 2555) ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 286 ชุดโดยแจกแบบสอบถามผ่านระบบ Google Form มีระยะเวลา 30 วัน สามารถเก็บแบบสอบถามได้จำนวน 246 ชุด

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดออนไลน์และความสำเร็จของธุรกิจผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ในประเทศไทย

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ในประเทศไทย โดยรวมและเป็นรายด้าน

กลยุทธ์การตลาดออนไลน์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการมุ่งเน้นช่องทางการสื่อสาร	4.25	0.73	มาก
2. ด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์	4.19	0.84	มาก
3. ด้านการตอบสนองต่อตลาดอย่างทันเวลา	4.30	0.78	มาก
4. ด้านการสร้างภาพลักษณ์และตราสินค้า	4.31	0.71	มาก
5. ด้านการนำเสนอข้อมูลที่น่าเชื่อถือ	4.28	0.74	มาก
6. ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	4.25	0.79	มาก
รวม	4.27	0.69	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า เจ้าหน้าที่ปฏิบัติหน้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ในประเทศไทยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์รายละเอียดเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ สามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการสร้างภาพลักษณ์และตราสินค้า รองลงมาคือ ด้านการตอบสนองต่อตลาดอย่างทันเวลา และด้านการนำเสนอข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความสำเร็จทางธุรกิจกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ในประเทศไทย โดยรวมและเป็นรายด้าน

ความสำเร็จทางธุรกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านการเงิน			
1. การขายบนตลาดออนไลน์ ทำให้ผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ยอดขายเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับตลาดออฟไลน์	4.46	0.70	มาก
2. ผลตอบแทนจากการลงทุนเพิ่มขึ้น เช่น การขายผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ บนตลาดออนไลน์ทำให้มีเงินทุนที่จะนำไปผลิตสินค้า เพื่อขายเพิ่มมากขึ้นมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับตลาดออฟไลน์	4.37	0.73	มาก
3. การขายผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์บนตลาดออนไลน์ ได้รับรายได้จากลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับตลาดออฟไลน์	4.47	0.71	มาก
ด้านลูกค้า			
4. ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ในร้านค้าออนไลน์ที่ทำให้ลูกค้าเข้าร่วมกิจกรรมการตลาดและพร้อมบอก ต่อถึงตัวผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี	4.35	0.78	มาก
5. ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ โดยการกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์ซ้ำอีก	4.37	0.79	มาก
6. ร้านค้าผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ ออนไลน์สามารถรักษฐานลูกค้ารายเก่าไว้ได้อย่างเหนียวแน่นและมีลูกค้าใหม่ที่เพิ่มขึ้น	4.34	0.81	มาก

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ความสำเร็จทางธุรกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
7. ร้านค้าผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ออนไลน์สามารถให้บริการที่ดีจากการรับฟังความคิดเห็นจากลูกค้า	4.40	0.75	มาก
ด้านการเรียนรู้และการเติบโต			
8. มีการสนับสนุน ส่งเสริมการเรียนรู้ และการพัฒนาผู้ปฏิบัติงาน ให้มีขีดความสามารถในการพัฒนางานระบบออนไลน์สามารถเข้าถึงการตลาดออนไลน์ในรูปแบบใหม่ ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.37	0.79	มาก
9. พนักงานของร้านค้าผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ออนไลน์ มีความรู้และทักษะการตลาดออนไลน์ที่ดี เช่น ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ความสามารถในการสื่อสารกับลูกค้าที่สามารถสร้างความประทับใจ	4.37	0.75	มาก
ด้านกระบวนการภายใน			
10. มีการบริหารจัดการที่ดีของเรือนจำ เช่น การให้บริการลูกค้าพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และการทำงานเป็นทีมเวิร์ค	4.42	0.71	มาก
11. มีการบริหารจัดการที่ดีของเรือนจำ เช่น การให้บริการลูกค้าพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และการทำงานเป็นทีมเวิร์คมีกระบวนการบริหารจัดการทางด้านผลิตภัณฑ์ที่ดีเป็นระบบเช่น จัดส่งสินค้าตรงตามเวลาการจัดส่งรวดเร็วและเช่น จัดส่งสินค้าตรงตามเวลาการจัดส่งรวดเร็วและผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน	4.43	0.78	มาก
12. มีกระบวนการบริหารจัดการทางการเงินที่ดี เช่น ระบบการชำระเงินที่น่าเชื่อถือ ปลอดภัย มีการจัดทำบัญชีรายรับ - รายจ่าย และมีการจัดทำงบการเงิน	4.55	0.71	มาก
13. มีกระบวนการบริหารจัดการด้านการบริการลูกค้าที่ดี เช่น คุณภาพผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ ที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า มีการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ใหม่แก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ มีโปรโมชั่นแฉงให้ลูกค้าทราบอย่างต่อเนื่อง	4.39	0.74	มาก
รวม	4.40	0.62	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า เจ้าหน้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ในเรือนจำของประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์รายละเอียดเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ มีกระบวนการบริหารจัดการทางการเงินที่ดี เช่น ระบบการชำระเงินที่น่าเชื่อถือปลอดภัย มีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย และมีการจัดทำงบการเงิน อยู่ในระดับมาก รองลงมา การขายผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์บนตลาดออนไลน์ ได้รับรายได้จากลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับตลาดออฟไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันอยู่ในระดับมาก และการขายบนตลาดออนไลน์ทำให้ผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์มียอดขายเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับตลาดออฟไลน์ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามของความสำเร็จ
ผลิตภัณฑ์ ในประเทศไทย

ตัวแปร	FOC	VAR	RES	IMA	REL	CUS	SUC	VIFs
$\bar{X}$	4.25	4.19	4.30	4.31	4.28	4.25	4.00	
S.D.	0.73	0.84	0.78	0.71	0.74	0.79	0.72	
FOC		0.650**	0.612**	0.690**	0.652**	0.688**	0.755**	2.950
VAR			0.645**	0.685**	0.698**	0.689**	0.778**	3.200
RES				0.630**	0.610**	0.635**	0.765**	2.650
IMA					0.720**	0.740**	0.790**	3.850
REL						0.710**	0.768**	3.600
CUS							0.760**	3.700

**มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 3 พบว่าตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยหาค่า Variance Inflation Factors (VIFs) ปรากฏว่าค่า (VIFs) ระหว่างตัวแปรอิสระมีค่าตั้งแต่ 2.650 - 3.850 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 ถือว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระไม่ทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Hair et al., 2010)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระคือ กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ผลิตภัณฑ์ ราชทัณฑ์ ในประเทศไทย พบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับตัวแปรตาม คือ ความสำเร็จทางธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ตั้งแต่ 0.755-0.790 โดยกลยุทธ์การตลาดออนไลน์มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทางธุรกิจ มากที่สุด คือ ด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านการสร้างภาพลักษณ์และตราสินค้า ด้านการนำเสนอข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อตลาดอย่างทันเวลา ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และ ด้านการมุ่งเน้นช่องทางการ จึงสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 1

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจผลิตภัณฑ์ ราชทัณฑ์ ในประเทศไทย

กลยุทธ์การตลาดออนไลน์	ความสำเร็จทางธุรกิจ (SUC)			t	Sig.
	(B)	(S.E.)	(Beta)		
ค่าคงที่ (CONSTANT)	1.008	0.134		7.505	0.000**
1. ด้านการมุ่งเน้นช่องทางการสื่อสาร (FOC)	0.041	0.052	0.480	0.775	0.439
2. ด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (VAR)	0.023	0.053	0.031	0.425	0.670
3. ด้านการตอบสนองอย่างทันเวลา (RES)	0.071	0.045	0.089	1.561	0.120
4. ด้านการสร้างภาพลักษณ์และตราสินค้า (IMA)	0.253	0.066	0.289	3.826	0.000**

ตารางที่ 4 (ต่อ)

กลยุทธ์การตลาดออนไลน์	ความสำเร็จทางธุรกิจ (SUC)			t	Sig.
	(B)	(S.E.)	(Beta)		
5.ด้านการนำเสนอข้อมูลที่น่าเชื่อถือ (REL)	0.164	0.061	0.196	2.704	0.007**
6.ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (CUS)	0.242	0.058	0.309	4.145	0.000**
F = 126.773 p = 0.000 ^b Adjusted R ² = 0.791					

** มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ พบว่า กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ในประเทศไทย ที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจ โดยใช้การวิเคราะห์แบบกำหนดตัวแปรกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ ที่ส่งผลกระทบเข้าไปในสมการทั้งหมด ตามวิธีการ (Enter) พบว่า

1. ตัวแปรอิสระทั้งหมดที่นำเข้าสู่สมการความถดถอย มีความสามารถในการอธิบายผลความสำเร็จทางธุรกิจ เท่ากับร้อยละ 79.10 (Adjusted R² = 0.791)

2. กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีจำนวน 3 ตัวแปร ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้เรียง จากตัวแปรที่มีผลต่อการผันแปรในตัวแปรตามในรูปของคะแนนดิบมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ได้แก่

- 1) ด้านการสร้างภาพลักษณ์และตราสินค้า (IMA) (B=.253)
- 2) ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (CUS) (B=.242)
- 3) ด้านการนำเสนอข้อมูลที่น่าเชื่อถือ (REL) (B=.164)

ผลการวิจัย พบว่า ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จทางธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ ในประเทศไทย คือ ความสำเร็จทางธุรกิจในทิศทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ด้านการสร้างภาพลักษณ์และตราสินค้า (IMA) สูงขึ้น 1 หน่วย ทำให้ความสำเร็จทางธุรกิจ เพิ่มขึ้น 0.253 หน่วย รองลงมาคือ ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (CUS) สูงขึ้น 1 หน่วย ทำให้ความสำเร็จทางธุรกิจ เพิ่มขึ้น 0.242 หน่วย และ ด้านการนำเสนอข้อมูลที่น่าเชื่อถือ (REL) สูงขึ้น 1 หน่วย ทำให้ความสำเร็จทางธุรกิจ เพิ่มขึ้น 0.164 หน่วย ส่งผลกระทบเชิงบวกในทิศทางเดียวกันต่อความสำเร็จทางธุรกิจผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2

ดังนั้น เมื่อทราบค่าคงที่เท่ากับ 1.008 ทำให้ทราบว่าน้ำหนักความสำเร็จทางธุรกิจของตัวพยากรณ์ซึ่งอยู่ในรูปคะแนนดิบและทราบค่าน้ำหนักสำคัญของตัวพยากรณ์ซึ่งอยู่ในรูปคะแนนมาตรฐาน จึงสามารถสร้างสมการพยากรณ์ความสำเร็จทางธุรกิจ ได้ ดังนี้

$$SUC = 1.008 + 0.253 (IMA) + 0.242 (CUS) + 0.164 (REL)$$

จากผลการวิจัย จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2 คือ กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ ในประเทศไทย คือ ด้านการสร้างภาพลักษณ์และตราสินค้า (IMA) ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (CUS)

และด้านการนำเสนอข้อมูลที่น่าเชื่อถือ (REL) ส่งผลกระทบเชิงบวกในทิศทางเดียวกันกับความสำเร็จทางธุรกิจ ในส่วนด้านการมุ่งเน้นทางช่องทางการสื่อสาร (FOC) ด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (VAR) และด้านการตอบสนองอย่างทันเวลา (RES) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติมีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางธุรกิจ สามารถ อภิปรายผลการวิจัย ได้ดังนี้

1. ผลจากการวิจัยกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ของผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ ในประเทศไทย พบว่า เจ้าหน้าที่ปฏิบัติหน้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ในประเทศไทย ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการสร้างภาพลักษณ์และตราสินค้า รองลงมาคือ ด้านการตอบสนองต่อตลาดอย่างทันเวลา และด้านการนำเสนอข้อมูลที่น่าเชื่อถือตามลำดับ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 ด้านการสร้างภาพลักษณ์และตราสินค้า พบว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ ที่หลากหลายสไตล์ที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตราสินค้าราชทัณฑ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนรัตน์ อรุณรัชย์รัตน์ (2560) พบว่า การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางเดอร์มาลิสสกินแคร์ ปัจจัย ด้านอัตลักษณ์ ได้แก่ ด้านตำแหน่งตราสินค้า และด้านการสื่อสารตราสินค้า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kotler and Keller (2005) พบว่า การรับรู้ตราสินค้า (Brand Perception) คือการที่ผู้บริโภครับรู้และจดจำตราสินค้าภายใต้เงื่อนไขต่าง ๆ ผ่านความคิดเห็น ทศนคติ และอารมณ์ที่มีต่อตราสินค้า ซึ่งสะท้อนภาพลักษณ์และตัวตนของตราสินค้าในมุมมองผู้บริโภค

1.2 ด้านการนำเสนอข้อมูลที่น่าเชื่อถือ พบว่า มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ ที่เข้าใจง่าย ไม่มีความซับซ้อน ไม่ทำให้เกิดความสับสนในตัวผลิตภัณฑ์และบริการ อยู่ในระดับมาก มีการนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ ผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าได้รับรู้ถึงผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เช่าหทัย แซ่พัง (2561) พบว่า การสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า เพื่อสร้างความผูกพันที่ยั่งยืน หรือที่เรียกกันว่าการตลาดเชิงสัมพันธ์ (Relationship Marketing) เป็นการสร้างความเชื่อมั่นและความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า ผ่านคุณภาพสินค้า การบริการ การสื่อสาร และการตอบสนองต่อข้อร้องเรียน

1.3 ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า พบว่า มีการสร้างระบบติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ผ่านช่องทางออนไลน์ ให้ลูกค้าแนะนำหรือติชมได้ง่าย มีการสื่อสารกับลูกค้าที่มาใช้บริการผลิตภัณฑ์เรือนจำ ในระหว่างการซื้อ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิดา อิงคสุภญ์ และ ฉัตรพล ไชแสงทอง (2563) พบว่า ปัจจัย ที่มีผลต่อความภักดีในการซื้อสินค้า และบริการผ่านออนไลน์ของคนเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ นวัตกรรมมีบทบาทสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับองค์กรธุรกิจ

2. ผลการวิจัยความสำเร็จของธุรกิจผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ในประเทศไทย พบว่า มีกระบวนการบริหารจัดการทางการเงินที่ดี เช่น ระบบการชำระเงินที่น่าเชื่อถือ ปลอดภัย มีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย และมีการจัดทำงบการเงิน การขายผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์บนตลาดออนไลน์ ได้รับรายได้จากลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับตลาดออฟไลน์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พนาวัลย์ ชูศรีพัฒน์ (2564) พบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดแบบออนไลน์ สู่ความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกความสำเร็จทางธุรกิจที่ประสบผลความสำเร็จ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และ ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kaplan and Norton (1996) พบว่า ปัจจุบันดัชนีวัดความสำเร็จแบบสมดุลที่ไม่ได้พัฒนามากกว่าเป็นเพียงแค่ระบบในการประเมินผลองค์กรเท่านั้น แต่ได้กลายเป็นเครื่องมือในการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติและเป็นเครื่องมือในการบริหารที่ช่วยทำให้องค์กรมุ่งมั่น และให้ความสำคัญกับกลยุทธ์มากขึ้น โดยมีองค์ประกอบของความสำเร็จต่อธุรกิจ ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา

3. ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การตลาดออนไลน์กับความสำเร็จทางธุรกิจผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ในประเทศไทย พบว่า กลยุทธ์การตลาดออนไลน์แต่ละด้านมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม คือ ความสำเร็จทางธุรกิจในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สามารถอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

3.1 ด้านการมุ่งเน้นช่องทางการสื่อสาร การใช้สื่อออนไลน์ในการนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร และสื่อสารแบบรายบุคคลอย่างต่อเนื่อง ช่วยกระตุ้นความสนใจและพฤติกรรมการซื้อของลูกค้า มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จทางธุรกิจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิฑิตมา พงษ์พานทอง (2561) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนกฤต เงินอินตะ และคณะ (2564) พบว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ผ่านออนไลน์ส่งผลต่อผลการดำเนินงานโดยรวม

3.2 ด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ การมีผลิตภัณฑ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลาย ช่วยตอบสนองความต้องการที่แตกต่างและเสริมภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทั้งด้านการเงินและด้านลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ พนาวัลย์ ชูศรีพัฒน์ (2564) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทิพร พงษ์ศิริยะกุล และคณะ (2563) พบว่า ความหลากหลายและกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ มีผลเชิงบวกต่อความสำเร็จขององค์กร

3.3 ด้านการตอบสนองต่อตลาดอย่างทันเวลา การให้บริการข้อมูลอย่างรวดเร็ว การจัดส่งตรงเวลา และการดูแลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ช่วยสร้างความพึงพอใจ ความประทับใจ และแนวโน้มการซื้อซ้ำ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เช่าหทัย แซ่พัง (2561) พบว่า ความสามารถในการตอบสนองอย่างทันทั่วทั้งที่เป็นปัจจัยสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขัน

3.4 ด้านการสร้างภาพลักษณ์และตราสินค้า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ ทันสมัย และสื่อสารภาพลักษณ์ผ่านช่องทางออนไลน์ ช่วยเสริมความไว้วางใจและความภักดีต่อตราสินค้า สอดคล้องกับ

งานวิจัยของ ดวงกมล ทับทิมหิน (2565) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรญา มาณวัฒน์ (2560) พบว่า ภาพลักษณ์และประสบการณ์ต่อตราสินค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความไว้วางใจและความภักดี

3.5 ด้านการนำเสนอข้อมูลที่น่าเชื่อถือ การให้ข้อมูลที่ถูกต้อง โปร่งใส และเปิดโอกาสให้ลูกค้า มีปฏิสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ ส่งผลต่อทัศนคติ ความตั้งใจซื้อ และการบอกต่อ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Xiao et al. (2018) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ooi et al. (2023) พบว่า ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร และผู้มีอิทธิพลทางความคิดมีผลต่อการรับรู้และการตัดสินใจของผู้บริโภค

3.6 ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การดูแลและสื่อสารกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องทั้งก่อน และหลังการซื้อ ช่วยพัฒนาความผูกพันจากระดับเหตุผลไปสู่ความผูกพันทางอารมณ์ ก่อให้เกิดความพึงพอใจ ความเชื่อมั่น และความภักดีในระยะยาว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bowden (2009)

4. ผลการทดสอบผลกระทบระหว่างกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ ซึ่งสามารถสร้างสมการถดถอยได้ ดังนี้

$$SUC = 1.008 + 0.253 (IMA) + 0.242 (CUS) + 0.164 (REL)$$

จากสมการพยากรณ์ที่ได้จากการวิเคราะห์สหสัมพันธ์การถดถอย สามารถอธิบายผล การศึกษา ผลกระทบของกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจ พบว่า

4.1 กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ด้านการสร้างภาพลักษณ์และตราสินค้า (IMA) กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ด้านการสร้างภาพลักษณ์และตราสินค้า ส่งผลเชิงบวกต่อความสำเร็จทางธุรกิจ โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ เยาวลักษณ์ ม่วงวงษา และ ดารณี เกตุชมภู (2565) พบว่า การสร้างตัวตน มูลค่าเพิ่ม และนวัตกรรมผ่านช่องทางออนไลน์ รวมถึงการออกแบบโลโก้ที่โดดเด่น ช่วยเสริมความสำเร็จทางการตลาด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สราลี พุ่มกุมาร และ วิรัตน์ สนธิจันทร์ (2562) พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณภาพตราสินค้า

4.2 กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (CUS) กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ส่งผลเชิงบวกต่อความสำเร็จทางธุรกิจ โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ เยาวลักษณ์ ม่วงวงษา และดารณี เกตุชมภู (2565) พบว่าการให้ข้อมูลอย่างสม่ำเสมอและการมีระบบ ติดต่อสื่อสารที่สะดวก ช่วยเสริมความสำเร็จทางการตลาด และสอดคล้องกับ ธนกฤต เงินอินตะ (2564) พบว่า การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลมีความเชื่อมโยงเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์

4.3 กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ด้านการนำเสนอข้อมูลที่น่าเชื่อถือ (REL) กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ด้านการนำเสนอข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจ โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ เยาวลักษณ์ ม่วงวงษา และดารณี เกตุชมภู (2565) พบว่า การวางแผนเผยแพร่ข้อมูลที่ตรวจสอบได้ ชัดเจน และมีมาตรฐาน ช่วยเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญญ์วิ ธรศิริบุญโรจน์ และคณะ (2562) พบว่า การพัฒนาเว็บไซต์ให้ค้นหาและเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย สอดรับกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 เนื่องจากการพัฒนาของเทคโนโลยี กรมราชทัณฑ์ควรนำผลจากการศึกษาไปพัฒนาเนื้อหาของการวิจัยการประกอบธุรกิจ ในการสร้างเนื้อหาที่มีความน่าเชื่อถือ และตรงกับความต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะเนื้อหาในรูปแบบการรีวิวผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ออนไลน์ รวมถึงการออกแบบภาพลักษณ์องค์กรให้มีมาตรฐาน โปร่งใส และน่าไว้วางใจ เพื่อเสริมสร้างทัศนคติเชิงบวกต่อผลิตภัณฑ์

1.2 ควรนำเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์มาใช้ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งจะช่วยให้เรือนจำในประเทศไทย สามารถวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างแม่นยำยิ่งขึ้น

1.3 ควรมีการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย โดยประยุกต์การนำเทคโนโลยี AI และ Big Data มาร่วมกับการทำตลาดออนไลน์ผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์ของเรือนจำ และในการวิจัยในอนาคต ควรพิจารณาการนำเทคโนโลยีขั้นสูงมาใช้ในธุรกิจ เช่น การใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ระบบแนะนำสินค้า มาประยุกต์ใช้ในธุรกิจของเรือนจำในประเทศไทย เพื่อลดจำนวนต้นทุนของบุคลากรในเรือนจำ

1.4 ควรศึกษากลยุทธ์การตลาดเฉพาะกลุ่ม เช่น ธุรกิจบริการ หรือธุรกิจรักษาสภาพธุรกิจร้านนวดแผนไทย ธุรกิจคาร์แคร์ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดียิ่งขึ้นโดยเรือนจำในประเทศไทย รวมทั้งผู้ให้บริการที่ผ่านการฝึกอบรมจากเรือนจำแล้ว เมื่อภายหลังพ้นโทษสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการต่อยอดทางธุรกิจได้

เอกสารอ้างอิง

- กรมราชทัณฑ์. (2567). กองบริการทรัพยากรบุคคล. <http://www.correct.go.th/newweb>
- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. 2567. ดีอี เผยผลสำรวจพบคนไทยใช้เน็ตวันละกว่า 9 ชม. ข้อปอนไลน์สัปดาห์ละครั้ง. กรุงเทพธุรกิจ <https://www.bangkokbiznews.com/tech/gadget/1150947>
- เช่าหียี แซ่ฟ้ง. (2561). การสร้างความผูกพันของลูกค้า และความภักดีอิเล็กทรอนิกส์ในการใช้บริการ Mobile Banking ด้วยการตลาดเชิงสัมพันธ์ออนไลน์ [วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ฐิติมา พงษ์พานทอง. (2561). ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและส่วนประสมด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสมาร์ทโฟนตราสินค้าห่วยเว่ยของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ดวงกมล ทับทิมหิน. (2565). การสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้า ประสบการณ์ในตราสินค้า และการรับรู้คุณภาพสินค้าด้วย QR code บนฉลากสินค้าน้ำมันหล่อลื่นรถยนต์ที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจในตราสินค้าและความภักดีในตราสินค้า [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- ธนกฤต เงินอินตะ, ประทานพร จันทรอินทร์ และ แคทลียา ชาปะวัง. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่าง การบริหารการตลาดออนไลน์กับความสำเร็จของการตลาดออนไลน์ของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 12(2), 26-36.
- ธนรัตน์ อรุณพรชัยรัตน์. (2560). การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางเดอร์มาลิสสกินแคร์ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธัญญ์วี ธรศิริบุญโรจน์, กฤษฎา ตันเปาว์ และ กัญญาณน กาญจนาวีกุล. (2562). กลยุทธ์การตลาดสู่ ความสำเร็จของการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์สปาผ่านช่องทางดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. *วารสารสมาคม นักวิจัย สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 24(1), 72-84.
- ธิดา อิงคสุภฎ และ ฉัตรพล ไชแสงทอง. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีในการซื้อสินค้าและบริการ ผ่านออนไลน์ของคนเจนเนอเรชันเอ็กซ์. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 34(110), 159-170.
- นันทิพร พงษ์ศิริยะกุล, นิตพงษ์ ส่งศรีโรจน์ และ สุวรรณ หวังเจริญเดช. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่าง กลยุทธ์ การตลาดออนไลน์กับความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจนันทนาการในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 12(1), 88-89.
- สุวิมล ติรกันันท์. (2555). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยี. (2564). *สาขาคำร่วร่วมกับกรมราชทัณฑ์ กระทรวงยุติธรรม ยกระดับคุณภาพ ชีวิตผู้ต้องขังต่อยอดสร้างโอกาสใหม่หลังพ้นโทษ*.
<https://gotomanager.com/content/113451/>
- พนาวลัย ชูศรีพัฒน์. (2564). *กลยุทธ์ทางการตลาดแบบออนไลน์สู่ความสำเร็จของการประกอบธุรกิจการผลิต ผลิตภัณฑ์อาหารของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ภาคตะวันออกเฉยงเหนือ* [ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต]. มหาลัยมหาสารคาม.
- เยาวลักษณ์ มุงวงษา และ ดารณี เกตุขมภู. (2565). *ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การตลาดออนไลน์และ ความสำเร็จทางการตลาดของธุรกิจค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย* [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยนครพนม.
- สราลี พุ่มกุมาร และ วิรัตน์ สนธิจันทร์ (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการตลาดกับบุคลิกภาพ ตราสินค้าสโมสรชลบุรี เอฟซี. *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิตย์*, 13(1), 188-221.
- อรญา มาณวพัฒน์. (2560). ประสพการณ์ ความไว้วางใจและความภักดีต่อตราสินค้าของผู้ใช้บริการในธุรกิจ สายการบินของไทย. *วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม*, 4(1), 77-85.
- Bowden J. L. (2009). The Process of Customer Engagement: A Conceptual Framework. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 17(1), 63-74.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. and Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. (7th ed.). Pearson.

- Kaplan, R. S. and Norton, D. P. (1996). *Strategic learning: The balanced scorecard*. *Strategy and Leadership*, 24(5), 18-24.
- Kotler, P. and Keller, K. (2005). *Marketing Management*, Pearson International Prentice– Hall.
- Krungthai Compass. (2567). *Digital Thailand: 2567 Krungthai Compass ชวนติดตาม Digital Profile คนไทยปี 2567*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-thailand>
- Ooi, K., Lee, V., Hiw, J., Leong, L., Tan, G. W. and Lim, A. (2023). Social media influencers: An effective marketing approach?. *Journal of Business Research*, 160(1), 430–444.
- Xiao, M., Wang, R. and Chan-Olmsted, S. (2018). Factors affecting YouTube influencer marketing credibility: a heuristic-systematic model. *Journal of Media Business Studies*, 15(3), 188-213.
- Yamane, T. (1973). *Statistics, An Introductory Analysis*, 2nd Ed.. Harper and Row.

การเปรียบเทียบประสิทธิภาพระหว่างแบบจำลอง Geometric Brownian Motion และ
Heston Model สำหรับการประเมินความเสี่ยงราคาโลหะเงินภายใต้ความผันผวน
ของอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ

Performance Comparison between Geometric Brownian Motion and Heston
Model for Assessing Silver Price Risk under Thai Baht to US Dollar Exchange
Rate Volatility

นที สุวรรณเวทิน*

Natee Suwanwetin*

นักวิจัยอิสระ

Independent Researcher

*Corresponding author's email address: natee_s@live.com

วันที่รับบทความ (Received)

22 มกราคม 2569

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

17 มีนาคม 2569

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

28 มีนาคม 2569

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบประสิทธิภาพของแบบจำลอง Geometric Brownian Motion และ Heston Model ในการประเมินความเสี่ยงของราคาโลหะเงิน 2) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างราคาสilverกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ (THB/USD) และ 3) ประเมินความเสี่ยงส่วนหาง (Tail Risk) ภายใต้บริบทของความเสี่ยงคู่ขนาน (Dual Risk Exposure) ความสำคัญของงานวิจัยสะท้อนผ่านบทบาทของอุตสาหกรรมอัญมณีไทย ซึ่งพึ่งพาการนำเข้าโลหะเงินมูลค่าเฉลี่ยมากกว่า 50,000 ล้านบาทต่อปี การวิจัยนี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิรายวันย้อนหลัง 5 ปี (พ.ศ. 2564–2568) จากฐานข้อมูล Yahoo Finance โดยอ้างอิงราคาปิดของสัญญาโลหะเงินล่วงหน้า (SI=F) และอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ (THB=X) จากนั้นใช้เทคนิค Monte Carlo Simulation จำนวน 5,000 รอบ เพื่อวิเคราะห์การกระจายตัวของราคาและประเมินความเสี่ยงส่วนหางในรูปแบบสกุลเงินบาท ผลการวิจัยพบว่า Heston Model ซึ่งรองรับความผันผวนแบบสุ่ม (Stochastic volatility) สามารถสะท้อนพฤติกรรมหางหนา (Fat Tails) ได้ดีกว่า Geometric Brownian Motion โดยให้ค่าความโด่ง (Kurtosis) 6.31 สูงกว่าค่าที่ได้จาก Geometric Brownian Motion ที่ 3.87 นอกจากนี้ การวิเคราะห์ ค่าสหสัมพันธ์เคลื่อนที่ (Rolling correlation) พบความสัมพันธ์เชิงบวกในระยะสั้นที่ระดับ $r = 0.287$ ซึ่งสะท้อนว่ากลไกการป้องกันความเสี่ยงตามธรรมชาติ (Natural hedge) ไม่สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในสภาวะตลาดปัจจุบัน อีกทั้ง Heston Model ยังสามารถประเมินความสูญเสียในสถานการณ์เลวร้ายที่สุด (Worst-Case Scenario)

ได้ครอบคลุมมากกว่า ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเสนอให้ภาคธุรกิจพิจารณาใช้ กลยุทธ์การป้องกันความเสี่ยงแบบแยกส่วน (Decoupled Hedging) เพื่อรักษาเสถียรภาพของต้นทุนนำเข้าในสภาวะตลาดที่มีความผันผวนสูง

คำสำคัญ: โลหะเงิน, ความเสี่ยงอัตราแลกเปลี่ยน, การจำลองมอนติคาร์โล, Geometric Brownian Motion, Heston Model

ABSTRACT

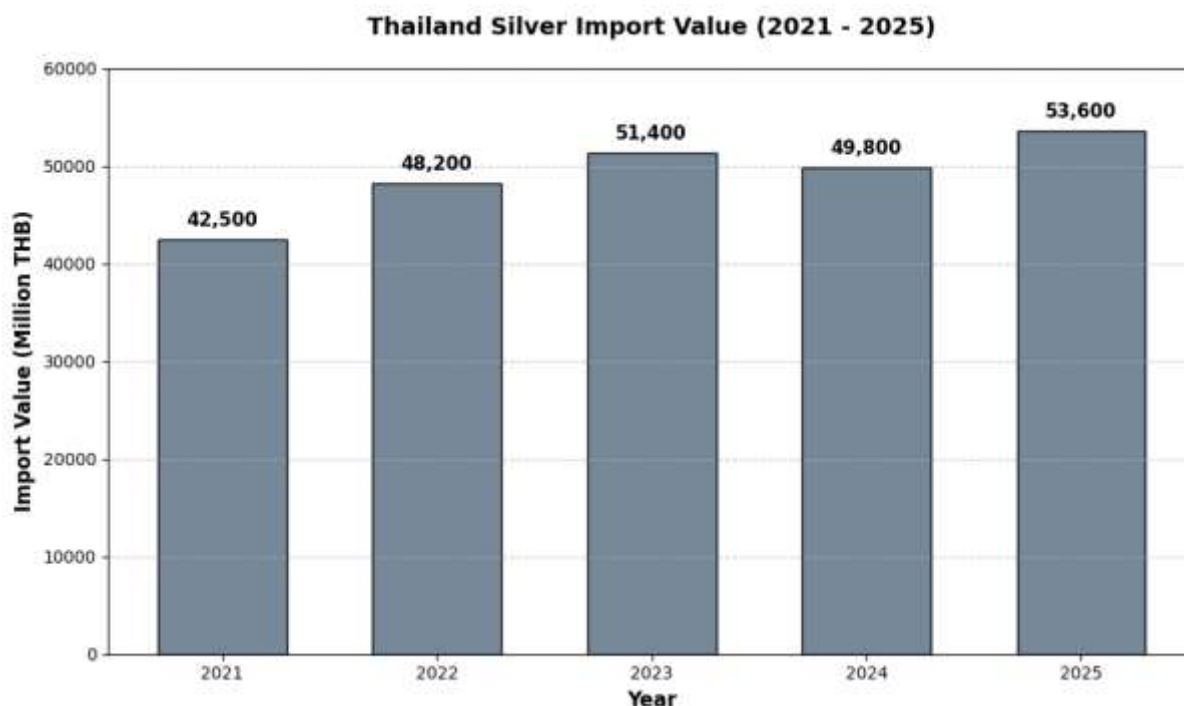
This study aims to 1) compare the performance of the Geometric Brownian Motion model and the Heston Model in assessing silver price risk, 2) analyze the relationship between global silver prices and the Thai baht-US dollar exchange rate (THB/USD), and 3) evaluate tail risk in the context of dual risk exposure. The significance of this research is reflected in the Thai jewelry industry, which relies heavily on silver imports with an average annual value exceeding 50 billion baht. The study employs daily secondary data covering a five-year period (2021–2025) obtained from the Yahoo Finance database, using the closing prices of silver futures contracts ($SI=F$) and the Thai baht-US dollar exchange rate ($THB=X$). Monte Carlo simulation with 5,000 iterations was then conducted to analyze the price distribution and evaluate tail risk in Thai baht terms. The results indicate that the Heston Model, which incorporates stochastic volatility, performs better than the Geometric Brownian Motion model in capturing fat-tail behavior, producing a kurtosis value of 6.31, compared with 3.87 for the Geometric Brownian Motion model. In addition, rolling correlation analysis reveals a short-term positive relationship at $r = 0.287$, suggesting that the natural hedging mechanism does not operate effectively under current market conditions. Furthermore, the Heston Model provides a more comprehensive estimation of losses under worst-case scenarios. Based on these findings, the study recommends that businesses consider adopting a decoupled hedging strategy to maintain the stability of import costs under conditions of heightened market volatility.

Keywords: Silver, Exchange Rate Risk, Monte Carlo Simulation, Geometric Brownian Motion, Heston Model

บทนำ

ปัจจุบันโลหะเงิน (Silver) ถือเป็นสินทรัพย์ที่มีคุณลักษณะพิเศษ ที่เป็นทั้งโลหะมีค่าเพื่อการลงทุน และวัตถุดิบสำคัญในภาคอุตสาหกรรม โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และพลังงานสะอาด ส่งผลให้ราคาโลหะเงินมีความผันผวน สูงกว่าทองคำและสินทรัพย์ปลอดภัยอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญ (DWS Group, 2025; CME Group, 2026) ทำให้มีความท้าทายอย่างยิ่งต่อผู้ประกอบการนำเข้าและค้าโลหะมีค่าในประเทศไทย ซึ่งต้องเผชิญกับความเสี่ยงแบบทวีปัจจัย (Dual Risk Exposure) คือ ความเสี่ยงด้านราคาสินค้าโภคภัณฑ์ (Commodity Price Risk) และความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยน (Exchange Rate Risk) เนื่องจากต้นทุนการนำเข้าอ้างอิงสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ (Papaioannou, 2006) ในขณะที่รายได้จากการจัดจำหน่ายใช้เป็นสกุลเงินบาท

สำหรับบริบทของประเทศไทย อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับถือเป็นหนึ่งในภาคการส่งออกที่สำคัญอย่างยิ่ง โดยประเทศไทยได้รับการยอมรับว่าเป็นหนึ่งในฐานการผลิตและส่งออกเครื่องประดับโลหะเงิน (Silver jewelry) ในระดับแนวหน้าของโลก อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมดังกล่าวยังคงต้องพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบโลหะเงินจากต่างประเทศเป็นหลักเพื่อรองรับกระบวนการผลิต ข้อมูลเชิงสถิติจากสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT, 2568) บ่งชี้ว่ามูลค่าการนำเข้าเงินและของที่ทำด้วยเงินของไทยมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีมูลค่าเฉลี่ยแต่ละระดับกว่า 50,000 ล้านบาทต่อปี สถานการณ์นี้สะท้อนให้เห็นถึงความรุนแรงของปัญหาความผันผวนราคาสำหรับผู้ประกอบการไทยต้องเผชิญ ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 มูลค่าการนำเข้าโลหะเงินของประเทศไทยในรอบ 5 ปี (พ.ศ. 2564 - 2568)

ด้วยปริมาณการนำเข้าที่มีมูลค่าสูงดังกล่าว ทำให้ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ผู้ประกอบการไทยต้องเผชิญกับความเสี่ยงด้านราคาที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ สะท้อนผ่านการแกว่งตัวของราคาโลหะเงินในตลาดโลกที่อยู่ในช่วงกว้าง ตั้งแต่ประมาณ 28-72 ดอลลาร์สหรัฐต่อออนซ์ ขณะเดียวกัน อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทก็มีความผันผวน โดยเคลื่อนไหวอยู่ในช่วง 30.00–38.00 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ ความผันผวนของทั้งสองปัจจัยที่เกิดขึ้นพร้อมกัน หรือที่เรียกว่า ความเสี่ยงแบบทวีปัจจัย (Dual Risk Exposure) ได้ส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการบริหารต้นทุนการนำเข้า สภาพคล่อง และความสามารถในการรักษำอัตรากำไรของผู้ประกอบการในประเทศ ดังแสดงใน ภาพที่ 2



ภาพที่ 2 การเปรียบเทียบความผันผวนของราคาโลหะเงินในตลาดโลก (USD/oz) และอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาท (THB/USD) ย้อนหลัง 5 ปี สะท้อนให้เห็นถึงสถานะความเสี่ยงแบบทวีปัจจัย (Dual Risk Exposure)

ปัญหาสำคัญที่พบในการบริหารความเสี่ยงคือ ความเชื่อดั้งเดิมเรื่อง "การป้องกันความเสี่ยงตามธรรมชาติ" (Natural Hedge) ที่มีแนวคิดว่าการราคาสินค้าโภคภัณฑ์และค่าเงินดอลลาร์มักเคลื่อนไหวในทิศทางตรงกันข้าม ซึ่งจะช่วยลดความผันผวนของต้นทุนในรูปเงินบาทได้ (Chen and Rogoff, 2003; World Bank, 2025) อย่างไรก็ตาม ในสภาวะตลาดปัจจุบันที่มีความไม่แน่นอนสูง ความสัมพันธ์ดังกล่าวอาจไม่มีเสถียรภาพ หรือเกิดปัจจัยเสี่ยงเคลื่อนไหวในทิศทางเดียวกัน (DeftHedge, 2024) ซึ่งจะส่งผลให้ความเสี่ยงรวมของผู้ประกอบการทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น

ในการประเมินความเสี่ยงและมูลค่าความเสี่ยง (Value at Risk: VaR) ด้วยแบบจำลองดั้งเดิมอย่าง Geometric Brownian Motion (GBM) มักถูกนำมาใช้เนื่องจากง่ายต่อการคำนวณ โดยสมมติว่าความผันผวนของราคามีค่าคงที่ (Siegrist, 2021; Hull, 2021) และมีการแจกแจงแบบปกติ (Normal Distribution) อย่างไรก็ตาม มีข้อมูลเชิงประจักษ์ที่บ่งชี้ว่าราคาโลหะเงินมักมีพฤติกรรมแบบ "หางหนา" (Fat Tails) และมีการกระโดดของราคา (Jumps) ซึ่งขัดแย้งกับสมมติฐานของ GBM ทำให้การประเมินความเสี่ยงต่ำกว่า

ความเป็นจริง (Mandelbrot, 1963; Kitagawa et al., 1999) เพื่อลดข้อจำกัดดังกล่าว งานวิจัยนี้จึงนำ Heston Model มาใช้เปรียบเทียบ เนื่องจากโมเดลนี้กำหนดให้ความผันผวนมีลักษณะเป็นกระบวนการสุ่ม (Stochastic Volatility) ซึ่งเป็นที่ยอมรับว่าสามารถสะท้อนพฤติกรรมราคาในตลาดจริงได้แม่นยำกว่า (Heston, 1993) อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันงานวิจัยที่เปรียบเทียบประสิทธิภาพของทั้งสองแบบจำลองนี้ โดยเจาะจงที่ราคาโลหะเงินและค่าเงินบาทไทยยังมีอยู่น้อยมาก

ถึงแม้ที่ผ่านมาจะมีการศึกษาด้านการบริหารความเสี่ยงของราคาสินค้าโภคภัณฑ์และอัตราแลกเปลี่ยนอยู่บ้าง แต่งานวิจัยส่วนใหญ่ยังมีข้อจำกัดและไม่สะท้อนบริบทที่แท้จริงของตลาดในปัจจุบัน ข้อจำกัดแรกคืองานในอดีตมักอิงกับสมมติฐานที่ว่า ราคาสินค้าโภคภัณฑ์และค่าเงินดอลลาร์จะเคลื่อนไหวสวนทางกัน (Negative Correlation) ซึ่งช่วยให้เกิดกลไกป้องกันความเสี่ยงตามธรรมชาติ (Natural Hedge) แต่ในสภาวะตลาดของโลหะเงินและเงินบาทปัจจุบัน ความสัมพันธ์นี้กลับขาดความเสถียรและบ่อยครั้งก็เคลื่อนไหวไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้ผู้ประกอบการต้องแบกรับต้นทุนความเสี่ยงที่สูงขึ้นแบบทวีคูณ

นอกจากนี้ เครื่องมือหลักที่งานวิจัยส่วนใหญ่ใช้ประเมินมูลค่าความเสี่ยง (Value at Risk) มักจะเป็นแบบจำลองพื้นฐานอย่าง Geometric Brownian Motion (GBM) ซึ่งมีจุดอ่อนสำคัญคือการสมมติให้ความผันผวนมีค่าคงที่และมีการแจกแจงแบบปกติ (Normal Distribution) สมมติฐานดังกล่าวขัดแย้งกับพฤติกรรมจริงของราคาโลหะเงิน ที่มักมีความผันผวนแบบสุ่มและมีลักษณะข้อมูลแบบหางหนา (Fat Tails) การใช้แบบจำลอง GBM จึงมักนำไปสู่การประเมินระดับความเสี่ยงที่ต่ำกว่าความเป็นจริง (Underestimation of Risk)

เพื่ออุดช่องว่างทางการวิจัยดังกล่าว งานวิจัยชิ้นนี้จึงนำแบบจำลอง Heston Model ซึ่งมีจุดเด่นในการรองรับความผันผวนแบบสุ่ม (Stochastic Volatility) มาประยุกต์ใช้เพื่อประเมินความเสี่ยงแบบทวิปัจจัยของอุตสาหกรรมโลหะเงินไทย พร้อมทั้งเปรียบเทียบประสิทธิภาพกับแบบจำลอง GBM เพื่อค้นหาเครื่องมือที่สามารถวัดระดับความเสี่ยงได้อย่างแม่นยำ และเป็นประโยชน์ต่อการวางกลยุทธ์ของผู้ประกอบการอย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพระหว่างแบบจำลอง Geometric Brownian Motion (GBM) และ Heston Model ในการประเมินความเสี่ยงราคาโลหะเงิน (Silver)
2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบของความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐที่มีต่อต้นทุนราคาโลหะเงิน โดยประยุกต์ใช้การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) และเทคนิคการจำลองมอนติคาร์โล (Monte Carlo Simulation)
3. เพื่อประเมินความเสี่ยงส่วนหาง (Tail Risk) ของราคาโลหะเงินภายใต้ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ

สมมติฐานการวิจัย

เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานไว้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1: แบบจำลอง Heston Model มีประสิทธิภาพในการประเมินความเสี่ยงได้ดีกว่าแบบจำลอง Geometric Brownian Motion (GBM) ในการจับสัญญาณความเสี่ยงส่วนหาง (Tail Risk) และความผันผวนของราคาที่รุนแรง (Fat Tails)

สมมติฐานที่ 2: ความสัมพันธ์ระหว่างราคาโลหะเงินในตลาดโลกและอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระยะสั้น ซึ่งส่งผลให้กลไกการป้องกันความเสี่ยงตามธรรมชาติ (Natural Hedge) ไม่สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการประเมินความเสี่ยง โดยสามารถสังเคราะห์ประเด็นสำคัญออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. ความเสี่ยงราคาโลหะเงินและผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ในยุคหลังวิกฤตเศรษฐกิจ โครงสร้างราคาของสินค้าโภคภัณฑ์มีความซับซ้อนและผันผวนสูงขึ้นอย่างมาก รายงานการศึกษาตลาดสินค้าโภคภัณฑ์โดยธนาคารโลก (Baffes and Nagle, 2022) ระบุอย่างชัดเจนว่าราคาโลหะเงิน (Silver) มีพฤติกรรมความผันผวนแบบกระจุกตัวและมีการแจกแจงของราคาแบบ "หางหนา" (Fat Tails) ซึ่งถูกขับเคลื่อนโดยอุปสงค์ทางอุตสาหกรรมที่เพิ่มสูงขึ้น ยิ่งไปกว่านั้น เมื่อพิจารณาในมิติของการค้าระหว่างประเทศ งานวิจัยของ Itskhoki and Mukhin (2021) ได้ชี้ให้เห็นถึงปรากฏการณ์ "Exchange Rate Disconnect" ซึ่งเป็นการลบความเชื่อเดิมที่ว่า อัตราแลกเปลี่ยนและราคาสินค้าโภคภัณฑ์จะเคลื่อนไหวสวนทางกันเพื่อหักล้างความเสี่ยงตามธรรมชาติ (Natural Hedge) งานวิจัยพิสูจน์ว่าในภาวะที่ตลาดมีความไม่แน่นอนสูง ปัจจัยทั้งสองมักเคลื่อนไหวในทิศทางที่ซ้ำเติมต้นทุน ซึ่งตอกย้ำว่าผู้ประกอบการไทยมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องประเมินความเสี่ยงทั้งจากราคาโลหะเงินและอัตราแลกเปลี่ยนควบคู่กัน

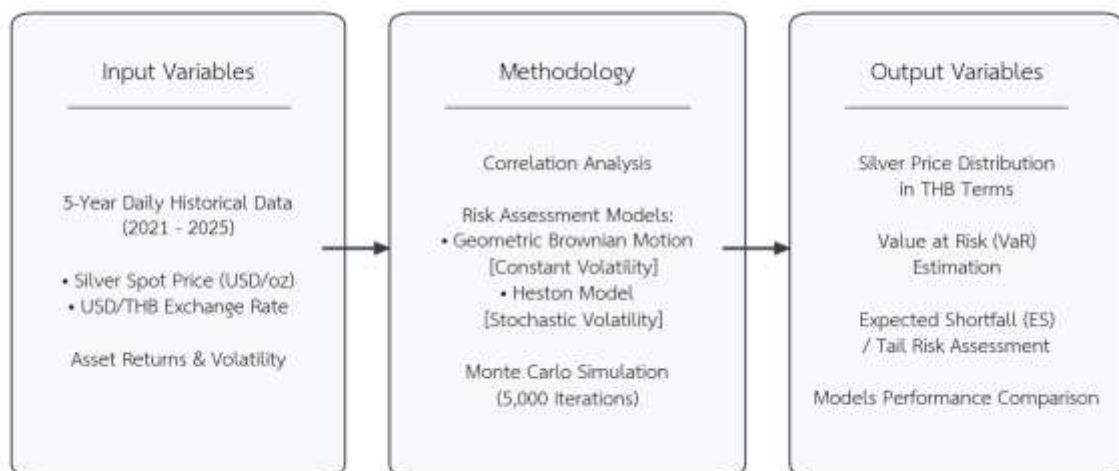
2. ความได้เปรียบของแบบจำลองเฮสตัน (Heston Model) เทียบแบบจำลองดั้งเดิม ในการคำนวณมูลค่าความเสี่ยง (Value at Risk) งานวิจัยในอดีตมักพึ่งพาแบบจำลอง Geometric Brownian Motion (GBM) อย่างไรก็ตาม ข้อสมมติฐานของ GBM ที่กำหนดให้ "ความผันผวนมีค่าคงที่" (Constant Volatility) กลายเป็นจุดอ่อนสำคัญเมื่อนำมาใช้กับตลาดในปัจจุบัน สอดคล้องกับงานวิจัยด้านวิศวกรรมการเงินเชิงปริมาณของ Gruszka and Szwabinski (2023) ที่ระบุว่าการประเมินราคาสินทรัพย์ในยุคปัจจุบันควรเปลี่ยนมาใช้แบบจำลองเฮสตัน (Heston Model) เนื่องจากเป็นแบบจำลองที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อรองรับพฤติกรรม "ความผันผวนแบบสุ่ม" (Stochastic Volatility) การนำ Heston Model มาประยุกต์ใช้จึงช่วยแก้ปัญหาความผิดพลาดจากการประเมินความเสี่ยงที่ต่ำกว่าความเป็นจริง (Underestimation of Risk) และสามารถดักจับพฤติกรรมสุดโต่งของราคาโลหะเงินได้แม่นยำกว่า GBM อย่างมีนัยสำคัญ

3. การขับเคลื่อนแบบจำลองด้วยเทคนิคการจำลองมอนติคาร์โล (Monte Carlo Simulation)

เนื่องจากกลไกทางคณิตศาสตร์ของ Heston Model อาศัยสมการเชิงอนุพันธ์สุ่มที่มีความซับซ้อนสูง การทบทวนวรรณกรรมจึงพบว่าเครื่องมือที่ทรงประสิทธิภาพที่สุดในการหาผลลัพธ์คือ การจำลองมอนติคาร์โล (Monte Carlo Simulation) งานศึกษาของ Bullock and Okoto (2024) ได้สนับสนุนการใช้เทคนิควิธีกึ่งสุ่ม (Randomized Simulation) ในการสร้างแบบจำลองเส้นทางราคาล่วงหน้านับพันรอบ ซึ่งได้รับการพิสูจน์แล้วว่าเป็นวิธีการที่ยืดหยุ่นและสะท้อนภาพรวมของตลาดได้ดีที่สุด การผสมผสานเทคนิคการจำลองมอนติคาร์โลเข้ากับข้อสมมติฐานของ Heston Model จึงถือเป็นมาตรฐานทางวิชาการที่ช่วยให้ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ระดับผลขาดทุนสูงสุด หรือ ความเสี่ยงส่วนหาง (Tail Risk) ได้อย่างสมบูรณ์

สรุปการทบทวนวรรณกรรม: จากการสังเคราะห์งานวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้บูรณาการองค์ความรู้โดยนำข้อจำกัดของทฤษฎี Natural Hedge และจุดอ่อนของโมเดล GBM มาเป็นช่องว่างทางการวิจัย และได้เลือกใช้แบบจำลองเฮสตันร่วมกับเทคนิคการจำลองมอนติคาร์โล เป็นเครื่องมือหลักในกรอบแนวคิดการวิจัย เพื่อยกระดับความแม่นยำในการวัดความเสี่ยงส่วนหางของราคาโลหะเงินภายใต้สภาวะความผันผวนของค่าเงินบาท ซึ่งสอดคล้องกับทิศทางและระเบียบวิธีวิจัยระดับสากลในปัจจุบันอย่างครบถ้วน

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 3 กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยนี้แสดงถึงขั้นตอนการศึกษอย่างเป็นระบบ โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนหลัก เริ่มต้นจาก 1) ข้อมูลนำเข้า (Input Variables) ซึ่งใช้ข้อมูลอนุกรมเวลารายวันย้อนหลัง 5 ปี (พ.ศ.2564 - 2568) ของราคาโลหะเงินในตลาดโลกและอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ เพื่อนำมาวิเคราะห์หาอัตราผลตอบแทนและความผันผวน จากนั้นเข้าสู่ 2) กระบวนการวิเคราะห์ (Methodology) โดยเริ่มจากการประเมินความสัมพันธ์ (Correlation Analysis) และนำไปทดสอบกับแบบจำลอง 2 รูปแบบ

ได้แก่ แบบจำลอง Geometric Brownian Motion (สมมติฐานความผันผวนคงที่) และแบบจำลอง Heston Model (สมมติฐานความผันผวนแบบสุ่ม) โดยขับเคลื่อนผ่านเทคนิคการจำลองมอนติคาร์โล จำนวน 5,000 รอบ ซึ่งการจำลองจำนวน 5,000 รอบถือว่าเพียงพอสำหรับการประมาณการแจกแจงความน่าจะเป็นในงานวิจัยเชิงการเงิน (Hull, 2021) เพื่อนำไปสู่ 3) ผลลัพธ์การวิจัย (Output Variables) คือการสร้างการกระจายตัวของราคาโลหะเงินในรูปสกุลเงินบาท สำหรับใช้ประเมินมูลค่าความเสี่ยง (VaR) วิเคราะห์ความเสี่ยงส่วนหาง (Expected Shortfall / Tail Risk) และเปรียบเทียบประสิทธิภาพของทั้งสองแบบจำลองเพื่อหาเครื่องมือที่เหมาะสมที่สุด

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล (Data and Data Collection) การวิจัยครั้งนี้ออกแบบมาในลักษณะของการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยอาศัยการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ประเภทอนุกรมเวลา (Time-Series Data) ที่มีการบันทึกผลเป็นรายวันทำการ (Daily Frequency) ทั้งนี้ เพื่อให้ผลการประเมินความเสี่ยงมีความน่าเชื่อถือและสะท้อนวัฏจักรความผันผวนของตลาดได้อย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบระยะเวลาการศึกษาไว้ที่ 5 ปีเต็ม เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2564 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2568 (1 January 2021 – 31 December 2025) รวมจำนวนข้อมูลทั้งสิ้น 1,260 วันทำการ โดยมีรายละเอียดของตัวแปรหลักและแหล่งที่มาของข้อมูล ดังต่อไปนี้

1.1 ราคาโลหะเงินในตลาดโลก (Silver Spot Price) กำหนดให้อยู่ในรูปสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐต่อออนซ์ (USD/oz) โดยอ้างอิงข้อมูลราคาปิดรายวัน (Daily Close Price) จากฐานข้อมูลการเงินระดับสากล Yahoo Finance

1.2 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (Exchange Rate) กำหนดให้อยู่ในรูปของอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ (THB/USD) โดยอ้างอิงข้อมูลราคาปิดรายวันจากฐานข้อมูล Yahoo Finance ซึ่งเป็นฐานข้อมูลที่ได้รับการยอมรับในงานวิจัยด้านวิศวกรรมการเงินและเศรษฐมิติอย่างแพร่หลาย

หมายเหตุ: ข้อมูลทั้งสองชุดได้ผ่านกระบวนการทำความสะอาดข้อมูล (Data Cleaning) โดยการตัดวันหยุดทำการที่ตลาดใดตลาดหนึ่งปิดทำการออก (Data Synchronization) เพื่อให้ข้อมูลทั้งสองชุดจับคู่ตรงกันในระดับรายวันอย่างสมบูรณ์ ก่อนนำไปคำนวณหาอัตราผลตอบแทนแบบต่อเนื่อง (Continuous Compounded Return) และความผันผวน (Volatility) เพื่อใช้เป็นพารามิเตอร์นำเข้าสู่แบบจำลองต่อไป

2. แบบจำลองทางคณิตศาสตร์ (Mathematical Models) งานวิจัยนี้เปรียบเทียบประสิทธิภาพของ 2 แบบจำลอง ได้แก่

2.1 แบบจำลอง Geometric Brownian Motion (GBM) เป็นแบบจำลองพื้นฐานที่สมมติว่าราคาหลักทรัพย์มีการเคลื่อนไหวแบบสุ่มโดยมีความผันผวนคงที่ ดังสมการ

$$dS_t = \mu S_t dt + \sigma S_t dW_t$$

โดยที่ S_t คือราคาหลักทรัพย์, μ คืออัตราผลตอบแทนคาดหวัง, σ คือค่าความผันผวนคงที่ และ W_t คือกระบวนการ Wiener Process

2.2 แบบจำลอง Heston Model เป็นแบบจำลองที่กำหนดให้ความผันผวนเป็นกระบวนการสุ่ม (Stochastic Volatility) เพื่อสะท้อนพฤติกรรมราคาที่แท้จริงได้ดียิ่งขึ้น ประกอบด้วย 2 สมการคู่ขนาน

$$\begin{aligned} dS_t &= \mu S_t dt + \sqrt{v_t} S_t dW_t^S \\ dv_t &= \kappa(\theta - v_t)dt + \xi \sqrt{v_t} dW_t^v \end{aligned}$$

โดยที่ v_t คือความแปรปรวน ณ เวลา t , κ คือความเร็วในการกลับสู่ค่าเฉลี่ย, θ คือความแปรปรวนระยะยาว, และ ξ คือความผันผวนของความผันผวน (Vol of Vol) โดยมีค่าสหสัมพันธ์ระหว่างราคาและความผันผวนเท่ากับ ρ

3. การจำลองสถานการณ์และการวิเคราะห์ข้อมูล (Simulation and Analysis)

สำหรับการประมวลผลข้อมูลและการคำนวณทางคณิตศาสตร์ ผู้วิจัยได้พัฒนาชุดคำสั่งคอมพิวเตอร์ (Algorithm) โดยใช้ภาษา Python ซึ่งเป็นเครื่องมือ open-source ที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลสำหรับการวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยมีการเรียกใช้ไลบรารีเฉพาะทาง ได้แก่

3.1 Pandas และ NumPy สำหรับการจัดการโครงสร้างข้อมูลอนุกรมเวลา (Time-Series Data) และการคำนวณทางคณิตศาสตร์เมทริกซ์

3.2 SciPy (Scientific Python) สำหรับการวิเคราะห์ทางสถิติและการประมาณค่าพารามิเตอร์ของแบบจำลอง

3.3 Matplotlib และ Seaborn สำหรับการสร้างแผนภาพแสดงการกระจายตัวของราคา (Probability Distribution) และเส้นทางของราคาจำลอง (Price Paths)

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1. การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) คำนวณค่าสหสัมพันธ์เคลื่อนที่ (Rolling Correlation) ระยะ 60 วัน ระหว่างราคาหลักทรัพย์โลกและค่าเงินบาท เพื่อตรวจสอบสมมติฐานการป้องกันความเสี่ยงตามธรรมชาติ (Natural Hedge)

2. การประมาณค่าพารามิเตอร์ (Parameter Calibration) ใช้วิธี Historical Volatility และ Method of Moments จากข้อมูลอดีต เพื่อกำหนดค่าตัวแปร κ , θ , ξ และ ρ สำหรับแบบจำลอง Heston

3. การจำลองมอนติคาร์โล (Monte Carlo Simulation) ทำการจำลองเส้นทางราคา (Price Paths) จำนวน 5,000 รอบซ้ำ (Iterations) เป็นระยะเวลา 1 ปีข้างหน้า ทั้งในแบบจำลอง GBM และ Heston Model

4. การแปลงค่าเป็นสกุลเงินบาท (Currency Conversion) คำนวณราคาโลหะเงินให้อยู่ในรูปสกุลเงินบาทโดยรวมผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

5. การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment) เปรียบเทียบการแจกแจงความน่าจะเป็น (Probability Distribution) ค่าความโด่ง (Kurtosis) และมูลค่าความเสี่ยง (Value at Risk: VaR) ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% เพื่อสรุปผลประสิทธิภาพของแบบจำลอง

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของราคาโลหะเงินและอัตราแลกเปลี่ยน (Preliminary Data Analysis) จากการเก็บรวบรวมข้อมูลราคาโลหะเงินในตลาดโลก (Silver USD) และอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ (USD/THB) ตลอดระยะเวลา 5 ปี (ค.ศ. 2021 - 2026) เมื่อนำมาปรับฐาน 100 (Rebased to 100) เพื่อเปรียบเทียบการเติบโต ดังภาพที่ 4 พบว่าดัชนีราคาโลหะเงินในสกุลเงินบาท (เส้นสีเขียว) มีความผันผวนและปรับตัวพุ่งสูงกว่าราคาในสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ (เส้นสีม่วง) อย่างเห็นได้ชัดในหลายช่วงเวลา โดยเฉพาะในช่วงปลายปีที่ผ่านมา ปรากฏการณ์นี้เป็นหลักฐานเบื้องต้นที่ชี้ให้เห็นว่า การอ่อนค่าของเงินบาทได้เข้ามาเป็นปัจจัยเสริมที่ทำให้ต้นทุนโลหะเงินของไทยปรับตัวสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 การเปรียบเทียบดัชนีราคาโลหะเงินในสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ (Silver USD) และสกุลเงินบาท (Silver THB) ฐาน 100 ในช่วงปี ค.ศ. 2021 ถึง 2026

2. ผลการวิเคราะห์โครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างราคาโลหะเงินและอัตราแลกเปลี่ยน จากการวิเคราะห์ข้อมูลย้อนหลัง 5 ปี พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างผลตอบแทนราคาโลหะเงินและค่าเงินบาทมีการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้าง (Structural Shift) แม้ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) ในภาพรวมระยะยาวจะอยู่ที่ระดับ -0.02 ซึ่งบ่งชี้ว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน (Decoupled) แต่เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระยะสั้นแบบเลื่อน (Rolling Correlation 60 วัน) ดังภาพที่ 5 พบว่าค่าสัมประสิทธิ์ปรับตัวสูงขึ้นเป็น +0.287 ผลลัพธ์นี้แสดงให้เห็นถึงภาวะที่ราคาสินค้าและค่าเงินเคลื่อนไหวในทิศทางเดียวกัน (Risk Amplification) ส่งผลให้กลไกการป้องกันความเสี่ยงตามธรรมชาติ (Natural Hedge) ไม่สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในสภาวะตลาดปัจจุบัน ตามภาพที่ 5



ภาพที่ 5 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเลื่อน (Rolling Correlation) ระยะ 60 วัน
ระหว่างอัตราผลตอบแทนราคาโลหะเงินโลกและอัตราแลกเปลี่ยน

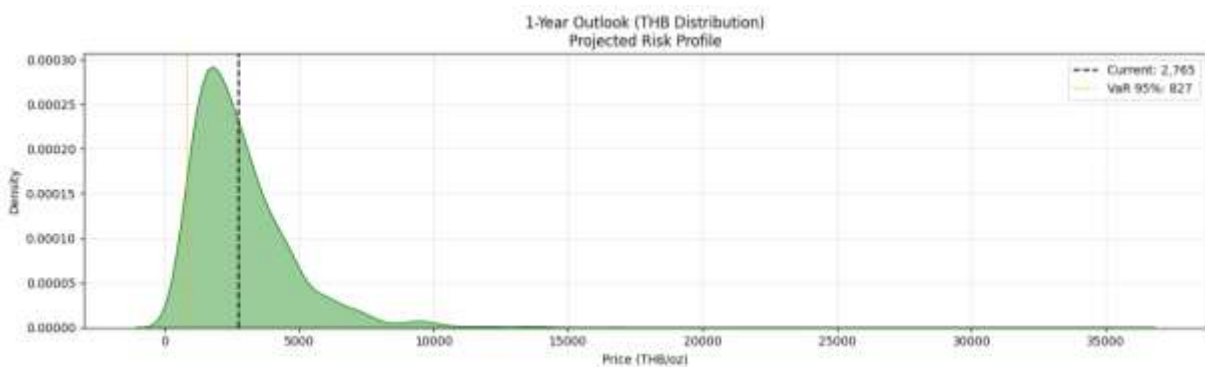
3. ผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพระหว่างแบบจำลอง GBM และ Heston Model จากการจำลองสถานการณ์แบบมอนติคาร์โล (Monte Carlo Simulation) จำนวน 5,000 รอบ พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในการแจกแจงความน่าจะเป็นของราคาโลหะเงิน โดยแบบจำลอง Heston Model มีลักษณะการกระจายตัวแบบ "หางหนา" (Fat Tails) ที่ชัดเจนกว่า สะท้อนจากค่าความโด่ง (Kurtosis) ที่ระดับ 6.31 ซึ่งสูงกว่าแบบจำลอง GBM (3.87) อย่างมาก นอกจากนี้ Heston Model ยังแสดงค่าความเบ้ (Skewness) ขวาที่ 0.92 เทียบกับ 0.70 ของ GBM บ่งชี้ว่าแบบจำลองเฮสตันสามารถจำลองโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ราคาพุ่งสูงขึ้นรุนแรง (Upside Risk) ได้สมจริงกว่า ในขณะที่ GBM ประเมินความเสี่ยงส่วนหางต่ำกว่าความเป็นจริง (Underestimation) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบค่าสถิติจากการจำลองราคาโลหะเงินระหว่างแบบจำลอง GBM และ Heston Model

รายการ (Statistic)	แบบจำลอง GBM	แบบจำลอง Heston	ผลการเปรียบเทียบ (Implication)
1. ค่าเฉลี่ย (Mean Price)	26.12	26.25	ทั้งสองแบบจำลองให้ค่าพยากรณ์ราคากลางที่ใกล้เคียงกัน (Unbiased)
2. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	6.55	6.54	ระดับความผันผวนโดยรวมใกล้เคียงกันเมื่อเฉลี่ยทั้งปี
3. ความเบ้ (Skewness)	0.7	0.92	Heston มีความเบ้ขวามากกว่า บ่งชี้โอกาสที่ราคาจะพุ่งสูงขึ้นรุนแรง (Upside Risk)
4. ความโด่ง (Kurtosis)	3.87	6.31	จุดสำคัญ: Heston สูงกว่ามาก แสดงลักษณะ "หางหนา" (Fat Tails) หรือโอกาสเกิดเหตุการณ์มากเกินไปจนขอบเขตได้จริงกว่า
5. มูลค่าความเสี่ยง (VaR 95%)	16.75	16.66	Heston ประเมินราคาที่จุดเสี่ยงได้ต่ำกว่า (ลึกกว่า) สะท้อนความเสี่ยงขาหลังที่รัดกุมกว่า

4. ผลการประเมินความเสี่ยงส่วนหาง (Tail Risk) ภายใต้ความผันผวนของค่าเงินบาท เมื่อทำการแปลงมูลค่าความเสี่ยงเป็นสกุลเงินบาท (THB) ภายใต้บริบทของความสัมพันธ์เชิงบวกที่ $r = 0.287$ พบว่าต้นทุนโลหะเงินมีความผันผวนเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ (ดังภาพที่ 6) แม้ระดับความสัมพันธ์จะอยู่ในระดับปานกลาง แต่การเปลี่ยนเครื่องหมายจากลบเป็นบวกถือเป็นสัญญาณสำคัญที่สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของตลาด โดย Heston Model ประเมินมูลค่าความเสี่ยงด้านราคาในระดับความเชื่อมั่น 95% (VaR 95%) ที่ประมาณ 827 บาทต่อออนซ์ ซึ่งสะท้อนถึงความเสี่ยงด้านขาขึ้นที่อาจเกิดขึ้นภายใต้สถานการณ์ตลาดที่ไม่เอื้ออำนวย

ผลลัพธ์ดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าผู้ประกอบการกำลังเผชิญกับ “ความเสี่ยงส่วนเพิ่ม” (Incremental Risk) ที่เกิดจากการอ่อนค่าของเงินบาทในช่วงเวลาเดียวกับที่ราคาโลหะเงินในตลาดโลกปรับตัวสูงขึ้น สถานการณ์ความเสี่ยงแบบทวีปัจจัยนี้ส่งผลกระทบโดยตรงต่อ ต้นทุนการนำเข้า สภาพคล่อง และความสามารถในการรักษาอัตรากำไรของผู้ประกอบการ อย่างมีนัยสำคัญ



ภาพที่ 6 การแจกแจงความน่าจะเป็นของราคาโลหะเงินในสกุลเงินบาทในอีก 1 ปีข้างหน้า
จากการจำลองแบบ Heston Model

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยสามารถนำข้อค้นพบมาอภิปรายผลตามลำดับวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

1. ประสิทธิภาพที่เหนือกว่าของแบบจำลองความผันผวนแบบสุ่ม (อภิปรายวัตถุประสงค์ข้อที่ 1) ผลการเปรียบเทียบที่แสดงให้เห็นว่า Heston Model สามารถดักจับลักษณะความโด่ง (Kurtosis 6.31) และหางหนา (Fat Tails) ได้ดีกว่า GBM นั้น สอดคล้องกับแนวคิดคลาสสิกของ Mandelbrot (1963) ที่ระบุว่าราคาสินทรัพย์ทางการเงินไม่ได้มีการแจกแจงแบบปกติ (Non-normal Distribution) ยิ่งไปกว่านั้น ผลลัพธ์นี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยร่วมสมัยของ Gruszka and Szwabinski (2023) ที่ยืนยันว่าการประเมินราคาสินทรัพย์ที่มีความผันผวนรุนแรงในปัจจุบันจำเป็นต้องเปลี่ยนมาใช้แบบจำลองที่รองรับความผันผวนแบบสุ่ม (Stochastic Volatility) การที่ GBM ประเมินความเสี่ยงต่ำเกินไป อาจนำไปสู่การตั้งสำรองเงินทุนที่ผิดพลาด (Under-provisioning) ซึ่งเป็นอันตรายต่อสภาพคล่องขององค์กร

2. ความล้มเหลวของกลไกการป้องกันความเสี่ยงตามธรรมชาติ (อภิปรายวัตถุประสงค์ข้อที่ 2)

ผลการวิเคราะห์ที่พบความสัมพันธ์ระยะสั้นเป็นบวก ($r = 0.287$) เป็นการหักล้างความเชื่อดั้งเดิมทางเศรษฐศาสตร์มหภาค (Chen and Rogoff, 2003) ที่เชื่อว่าราคาสินค้าโภคภัณฑ์และค่าเงินดอลลาร์มักมีความสัมพันธ์ผกผันเพื่อหักล้างความเสี่ยง ปรากฏการณ์ "Risk Amplification" ที่เกิดขึ้นนี้ สอดคล้องอย่างยิ่งกับงานวิจัยของ Itskhoki and Mukhin (2021) ที่ได้นำเสนอปรากฏการณ์ "Exchange Rate Disconnect" ซึ่งพิสูจน์ว่าในสภาวะที่ตลาดมีความไม่แน่นอนสูง อัตราแลกเปลี่ยนและราคาสินทรัพย์จะขาดความเชื่อมโยงในทิศทางตรงกันข้าม ทำให้ผู้ประกอบการไทยต้องเผชิญกับความเสี่ยงทวีคูณ แทนที่จะได้รับการชดเชยต้นทุนตามกลไก Natural Hedge

3. ความสำคัญของการประเมินความเสี่ยงส่วนหางแบบทวีปจจัย (อภิปรายวัตถุประสงค์ข้อที่ 3)

การประเมินผลขาดทุนในกรณีเลวร้ายที่ระดับ 827 บาท/ออนซ์ ยืนยันว่าการใช้แบบจำลองที่ซับซ้อนร่วมกับการจำลองสถานการณ์ เป็นเครื่องมือที่จำเป็นในการรับมือกับความเสี่ยงทวีปจจัย ประเด็นนี้ สอดคล้องกับข้อเสนอแนะของ Bullock and Okoto (2024) ที่สนับสนุนการใช้เทคนิควิธีกึ่งสุ่ม (Randomized Simulation) เพื่อวิเคราะห์ระดับผลขาดทุนสูงสุดในส่วนหาง (Tail Risk) จากผลการวิจัยนี้ ผู้วิจัยจึงเสนอแนะให้ผู้ประกอบการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์จากการพึ่งพา Natural Hedge มาเป็นการบริหารความเสี่ยงเชิงรุก (Active Hedging) โดยแยกส่วนการจัดการความเสี่ยงด้านราคาสินค้า (ใช้ Futures) และอัตราแลกเปลี่ยน (ใช้ Forward) ออกจากกัน (Decoupled Risk Management) เพื่อป้องกันผลกระทบจากความเสี่ยงส่วนหางได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

จากข้อค้นพบในการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ในภาคธุรกิจ และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต ดังต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและการนำไปประยุกต์ใช้ (Managerial Implications)

1.1 การยกระดับเครื่องมือบริหารความเสี่ยง ผู้ประกอบการนำเข้าและค้าโลหะมีค่าควรพิจารณาปรับเปลี่ยนจากการใช้แบบจำลองความผันผวนคงที่ มาใช้แบบจำลองที่มีความยืดหยุ่นสูงอย่าง Heston Model ในการคำนวณมูลค่าความเสี่ยง (VaR) และความเสี่ยงส่วนหาง (Expected Shortfall) เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการกำหนดระดับเงินทุนสำรอง (Capital Reserve) และจุดสั่งซื้อสินค้าคงคลังให้มีความปลอดภัยและสอดคล้องกับสถานะตลาดจริงมากขึ้น

1.2 กลยุทธ์การป้องกันความเสี่ยงแบบแยกส่วน (Decoupled Hedging Strategy)

เนื่องจากผลการวิจัยยืนยันว่ากลไกป้องกันความเสี่ยงตามธรรมชาติ (Natural Hedge) ระหว่างราคาโลหะเงินและค่าเงินบาทไม่สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารการเงินจึงควรเปลี่ยนมาใช้ "การบริหารความเสี่ยงเชิงรุก (Active Hedging)" โดยแยกการจัดการความเสี่ยงออกจากกันอย่างเด็ดขาด เช่น การใช้

สัญญาซื้อขายล่วงหน้า (Futures) เพื่อเปิดความเสี่ยงด้านราคาสินค้า และใช้สัญญาฟอร์เวิร์ด (Forward) หรือ ออปชัน (FX Options) เพื่อเปิดความเสี่ยงด้านต้นทุนอัตราแลกเปลี่ยน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป (Suggestions for Future Research)

2.1 การเพิ่มพารามิเตอร์การกระโดดของราคา (Price Jumps) แม้ Heston Model จะรองรับความผันผวนแบบสุ่มได้ดี แต่ราคาโลหะเงินมักมีพฤติกรรมการผันผวนขึ้นลงอย่างรุนแรง (Price Spikes) เมื่อมีตัวเลขทางเศรษฐกิจมหภาคที่สำคัญประกาศออกมา งานวิจัยในอนาคตจึงควรพิจารณำแบบจำลอง Merton Jump Diffusion หรือ Bates Model มาประยุกต์ใช้ร่วมด้วย เพื่อยกระดับประสิทธิภาพในการสะท้อนโครงสร้างราคาให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2.2 การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) เพื่อเพิ่มความแม่นยำในการพยากรณ์ความผันผวนของราคาสินค้าโภคภัณฑ์ ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพระหว่างแบบจำลองทางคณิตศาสตร์การเงิน (Stochastic Models) กับแบบจำลองการเรียนรู้ของเครื่อง (Machine Learning) หรือโครงข่ายประสาทเทียมขั้นสูง เช่น Long Short-Term Memory (LSTM) และ Transformer ซึ่งอาจเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือทางเลือกที่มีศักยภาพสูงในสายงานวิศวกรรมการเงิน

เอกสารอ้างอิง

- สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน). (2568). *รายงานภาวะการณ์ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยประจำปี 2568*. <https://www.git.or.th>
- Baffes, J. and Nagle, P. (2022). *Commodity Markets: Evolution, Challenges, and Policies*. World Bank Group.
- Bullock, D. W. and Okoto, N. (2024). Improved Value-at-Risk (VaR) Forward Curve Projection Using the Full Option Premium Profile. In *NCCC-134 Conference on Applied Commodity Price Analysis, Forecasting, and Market Risk Management*.
- Chen, Y. and Rogoff, K. (2003). Commodity currencies. *Journal of International Economics*, 60(1), 133-160.
- CME Group. (2026). *Precious metals outlook 2026: Market dynamics following a record-breaking year*. CME Group Insights.
- DeftHedge. (2024). *Correlated currency and commodity risk management*. DeftHedge Corporate Treasury.
- DWS Group. (2025). *Silver a metal of dual purpose in tightening markets*. DWS Research.

- Gruszka, J. and Szwabinski, J. (2023). Estimation of the Heston model using Markov chain Monte Carlo methods. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 615, 128590.
- Heston, S. L. (1993). A closed-form solution for options with stochastic volatility with applications to bond and currency options. *The Review of Financial Studies*, 6(2), 327-343.
- Hull, J. C. (2021). *Options, futures, and other derivatives* (11th ed.). Pearson.
- Itskhoki, O. and Mukhin, D. (2021). Exchange rate disconnects in general equilibrium. *Journal of Political Economy*, 129(8), 2183-2232.
- Kitagawa, G., Sato, S. and Nagahara, Y. (1999). Estimation of geometric brownian motion model with a t-distribution based particle filter. In *Proceedings of the American Statistical Association*, 761-773.
- Mandelbrot, B. (1963). The variation of certain speculative prices. *Journal of Business*, 36(4), 394-419.
- Papaioannou, M. G. (2006). *Exchange rate risk measurement and management: Issues and approaches for firms* (IMF Working Paper WP/06/255). International Monetary Fund.
- Siegrist, K. (2021). *Financial modeling with geometric Brownian motion*. SciRP.
- World Bank. (2025). *Over the hedge: Exchange rate volatility, commodity price correlations, and the structure of trade*. Open Knowledge Repository.

การประกอบสร้างตัวตน และการเล่าเรื่องของอินฟลูเอนเซอร์ปัญญาประดิษฐ์ในสื่อดิจิทัล

Identity Construction and Storytelling of AI Influencers in Digital Media

นั้บทอง ทองใบ¹ และ ชาญวิต พรหมพิทักษ์^{2*}

Nubthong Thongbai¹ and Chanwit Prompitak^{2*}

^{1,2}คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

^{1,2}Faculty of Communication Arts, Sripatum University

*Corresponding author's email address: nubthong.th@spu.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

5 กุมภาพันธ์ 2569

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

21 มีนาคม 2569

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

29 มีนาคม 2569

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มุ่งสำรวจปรากฏการณ์อินฟลูเอนเซอร์ปัญญาประดิษฐ์ ในฐานะนวัตกรรม การสื่อสารรูปแบบใหม่ ผ่านกรอบแนวคิดการประกอบสร้างตัวตนและการเล่าเรื่องในสื่อดิจิทัล โดยศึกษา เปรียบเทียบกรณีศึกษาของอินฟลูเอนเซอร์ปัญญาประดิษฐ์ที่โดดเด่นทั้งในระดับโลกและระดับประเทศ 6 คน ผลการศึกษาพบว่า หัวใจสำคัญของการสร้างอินฟลูเอนเซอร์ปัญญาประดิษฐ์ไม่ใช่เพียงการใช้เทคโนโลยีล้ำสมัย แต่คือศิลปะการปรุงแต่งความจริงให้ดูจริงใจ เพื่อก้าวข้ามสถานะความน่ากลัวของหุ่นยนต์ และกลายมาเป็นการสร้างความผูกพันกับผู้ชม ลักษณะเด่นของการประกอบสร้างตัวตนในปัจจุบัน คือการผสมผสานความงาม ที่สมบูรณ์แบบทางสายตาเพื่อเป็นทั้งพรีเซนเตอร์เสมือนที่สะท้อนภาพลักษณ์และตอบโต้ภัยคุกคามของ แบนด์ รวมทั้งการใช้กลยุทธ์การเล่าเรื่องมุ่งเน้นให้เกิดผลทางอารมณ์ซึ่งแสดงความเปราะบางแบบมนุษย์ เพื่อลดทอนความเป็นปัญญาประดิษฐ์ ดังนั้นบทบาทของนักนิเทศศาสตร์ในอนาคตจึงกำลังเปลี่ยนผ่านไปเป็น "ผู้กำกับความจริงเสมือน" ที่ต้องบริหารจัดการทั้งข้อมูล จิตวิทยา และจริยธรรมสื่ออย่างสมดุล

คำสำคัญ: การประกอบสร้างตัวตน, อินฟลูเอนเซอร์ปัญญาประดิษฐ์, การเล่าเรื่อง

ABSTRACT

This academic article explores the phenomenon of AI Influencers as a transformative communication innovation, analyzed through the conceptual frameworks of identity construction and digital storytelling. Through a comparative analysis of six prominent global and local case studies, the study reveals that the heart of AI influencer development lies not merely in cutting-edge technology but in the art of Calculated Imperfection—the strategic manipulation of reality to appear sincere. This approach is essential for bridging the "Uncanny

Valley" and fostering a deep connection with the audience. The findings indicate a clear strategic divide: Western AI influencers often employ emotional narratives that highlight vulnerability, whereas Thai AI influencers emphasize aesthetic perfection and cultural representation in their roles as Virtual Presenters. In conclusion, the study suggests that the future role of communication professionals is transitioning toward becoming "Directors of Virtual Reality," a position that requires a balanced integration of data analytics, psychology, and media ethics.

Keywords: Identity Construction, AI Influencers, Storytelling

บทนำ

ในทศวรรษที่ผ่านมา สื่อสังคมออนไลน์ได้เกิดการเปลี่ยนผ่านเชิงโครงสร้างครั้งสำคัญ จากยุคที่ผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencers) คือมนุษย์ที่มีข้อจำกัดด้านกายภาพและเวลา สู่การเกิดขึ้นของ "อินฟลูเอนเซอร์ปัญญาประดิษฐ์" (AI Influencers) หรืออินฟลูเอนเซอร์เสมือนที่ถูกสร้างสรรค์ด้วยเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์กราฟิก ปรากฏการณ์นี้ไม่ได้เป็นเพียงกระแสความนิยมชั่วคราว แต่สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงมูลค่าทางเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างชัดเจน ดังกรณีของ Lil Miquela อินฟลูเอนเซอร์เสมือนสัญชาติอเมริกัน-บราซิล ที่มียอดผู้ติดตามบน Instagram สูงกว่า 2.5 ล้านคน และสามารถสร้างรายได้จากแบรนด์ชั้นนำได้สูงถึง 11 ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี (Bloomberg, 2020) หรือกรณีอย่าง Aitana Lopez นางแบบ AI จากประเทศสเปน ที่ถูกพัฒนาโดยเอเจนซี The Clueless เพื่อแก้ปัญหาความไม่แน่นอนของมนุษย์ ซึ่งสามารถทำรายได้เฉลี่ยสูงถึง 10,000 ยูโรต่อเดือน หรือประมาณ 375,000 บาท (Euronews, 2023)

ขณะเดียวกันอินฟลูเอนเซอร์เสมือนในประเทศไทยก็เริ่มเป็นกระแสนิยมเช่นกัน เนื่องจากมีจุดแข็งที่เหนือกว่ามนุษย์ในบางประการ เช่น "ไม่เหนื่อย ไม่ป่วย และไม่เคยแก่ชรา" ทำให้แบรนด์ต่าง ๆ หันมาใช้เอไออินฟลูเอนเซอร์เป็นกลยุทธ์การตลาดใหม่ โดยจากงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับ Virtual Influencers ในการนำเสนอกลุ่มสินค้า Fashion Lifestyle บน Instagram ของผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชันวาย พบว่าผู้บริโภคกลุ่ม Gen Y ในไทยเริ่มให้การยอมรับและสนใจการโฆษณาผ่านอินฟลูเอนเซอร์เสมือนบนแพลตฟอร์มอินสตาแกรม (Instagram) มากขึ้นเรื่อย ๆ โดยรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการเข้าถึงข้อมูลจาก AI ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความเชื่อมั่น และความเชื่อมั่นนี้ส่งผลต่อเนื่องไปยัง "ความตั้งใจซื้อ" (Purchase Intention) อย่างมีนัยสำคัญอีกด้วย (เข็มทอง ชัยสุวรรณ์, 2566) ซึ่งกระแสการสร้างอินฟลูเอนเซอร์ในไทยนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยพร ธุระกิจ (2566) ที่ค้นพบว่าพฤติกรรม的开ปิดรับนวัตกรรมการสื่อสารของคนไทยเปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะการปรากฏตัวของอินฟลูเอนเซอร์เสมือนหรือตัวละครที่ถูกสร้างสรรค์ด้วยคอมพิวเตอร์กราฟิกให้มีความเป็นมนุษย์เสมือนจริง เพื่อตอบโจทย์

ยุทธศาสตร์การสื่อสารการตลาดรูปแบบใหม่ที่แบรนด์ชั้นนำระดับโลกเริ่มนำมาใช้อย่างแพร่หลายในประเทศไทยแล้ว

ข้อมูลข้างต้นสอดคล้องกับข้อมูลจากแพลตฟอร์มวิเคราะห์การตลาดระดับโลกอย่าง HypeAuditor ที่พบว่าอินฟลูเอนเซอร์เสมือนมีอัตราการมีส่วนร่วม (Engagement Rate) สูงกว่าอินฟลูเอนเซอร์ มนุษย์ถึง 3 เท่า ทำให้มูลค่าการตลาดของอินฟลูเอนเซอร์เสมือนทั่วโลกสูงถึง 6.95 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2024

ปรากฏการณ์นี้บ่งชี้ว่า ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Generative AI) เป็นนวัตกรรมทางการเล่าเรื่อง (Narrative Innovation) รูปแบบใหม่ ที่แบรนด์และผู้บริโภคเปิดใจยอมรับ "ความจริงที่ถูกปรุงแต่ง" (Hyperreality) ว่าช่วยตอบสนองจินตนาการและอุดมคติของมนุษย์ได้ดีกว่าโลกความเป็นจริง การทำความเข้าใจเส้นแบ่งระหว่างความจริง (Reality) และความลวง (Deception) ในเรื่องนี้จะไม่ใช่การจับผิดสิ่งปลอมแปลง แต่เป็นการทำความเข้าใจความคาดหวังใหม่ของสังคมที่มีต่อความงาม ตัวตน และปฏิสัมพันธ์ที่กำลังถูกสร้างขึ้นใหม่โดยปัญญาประดิษฐ์ ซึ่งเป็นโจทย์ที่ท้าทายอย่างยิ่งของแวดวงนักนิเทศศาสตร์ในปัจจุบัน

บทความนี้จะจึงมุ่งสำรวจว่า นักสร้างสรรค์สื่อใช้ปัญญาประดิษฐ์ มาประกอบสร้าง "ตัวตน" (Identity) และ "เรื่องราว" (Storytelling) ให้แก่สิ่งที่ไม่มีชีวิต จนมนุษย์ยอมรับและเกิดความผูกพันทางอารมณ์ได้อย่างไร

เบื้องหลังความงาม: การปั้นตัวตนเอไอในโลกเสมือน

การทำความเข้าใจปรากฏการณ์อินฟลูเอนเซอร์ปัญญาประดิษฐ์ (AI Influencer) จำเป็นต้องพิจารณาผ่านกรอบแนวคิดแบบบูรณาการที่ผสมผสานทั้งมิติของเทคโนโลยี ศิลปะการออกแบบ และนิเทศศาสตร์ โดยสามารถจำแนกองค์ประกอบสำคัญได้ดังนี้

นิยามความงามใหม่ในบริบทสื่อดิจิทัล

ในอดีตสุนทรียศาสตร์อาจผูกติดอยู่กับธรรมชาติหรือจิตรกรผู้สร้างสรรค์ แต่ในยุคปัจจุบัน เทคโนโลยีได้เข้ามาเปลี่ยนนิยามความงามไปสู่ "ความงามเชิงคำนวณ" (Computational Aesthetics) กล่าวคือความงามที่เกิดจากการประมวลผลของอัลกอริทึมและการจัดการข้อมูล (Manovich, 2001)

ในสื่อสังคมออนไลน์ ผู้ใช้งานคุ้นชินกับการมองโลกผ่าน "ฟิลเตอร์" หรือการปรับแต่งภาพให้สวยงามเกินจริง จนกลายเป็นมาตรฐานใหม่ของการมองเห็น โดยเฉพาะในบริบทสังคมไทยที่วัฒนธรรมการใช้แอปพลิเคชันปรับแต่งใบหน้า (Beauty Apps) เช่น เหมยตู (Meitu) หรือ Snow ได้กลายเป็นวิถีปฏิบัติปกติในการนำเสนอตัวตน ผู้คนไม่ได้ต้องการเสพ "ความจริงดิบๆ" (Raw Reality) เสมอไป แต่ต้องการเสพ "ประสบการณ์ทางสายตา" ที่สมบูรณ์แบบ

ปรากฏการณ์นี้เห็นได้ชัดจากการที่ผู้บริโภคยอมรับภาพลักษณ์ที่ผ่านการขัดเกลา ไม่ว่าจะเป็นการปิดรูปร่างหน้า การลบริ้วรอย หรือการปรับสีผิวจนดูเปล่งปลั่งเกินจริง สิ่งเหล่านี้ได้ทำหน้าที่ลดทอนเส้นแบ่งระหว่าง "ความจริง" กับ "สิ่งที่ถูกสร้างขึ้น" มาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจุดนี้เองที่เป็นรากฐานสำคัญทางจิตวิทยา ที่ทำให้ผู้คนสามารถเปิดใจยอมรับความงามสังเคราะห์ของอินฟลูเอนเซอร์ปัญญาประดิษฐ์ได้โดยไม่รู้สึกล

ตะขิดตะขวงใจ เพราะในสายตาของผู้บริโภค ภาพของ AI ก็เปรียบเสมือนภาพถ่ายบุคคลที่ผ่านกระบวนการตกแต่งขั้นสูงสุด นั่นเอง

จากความจริงสู่ "ความจริงที่ถูกปรุงแต่ง"

เมื่อฐานคิดเรื่องความงามเปลี่ยนไปในยุคที่ผู้คนเสพสื่อผ่านโลกดิจิทัล จึงนำไปสู่กรอบแนวคิด "ความจริงที่ถูกปรุงแต่ง" (Hyperreality) ของ Jean Baudrillard นักปรัชญาชาวฝรั่งเศส ที่เสนอว่า ในยุคสื่อสารมวลชน มนุษย์มีแนวโน้มที่จะเชื่อและให้คุณค่ากับ "ภาพจำลอง" มากกว่า "ต้นฉบับความจริง" (Baudrillard, 1981) ในการศึกษาเรื่องนี้ คำว่า "ความลวง" จึงไม่ได้มีความหมายในเชิงลบเหมือนการหลอกลวงทั่วไป แต่หมายถึง "ศิลปะการจำลอง" (Art of Simulation) ที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้นอย่างประณีต อินฟลูเอนเซอร์เหมือนเหล่านี้ถูกสังเคราะห์ขึ้นจากการประมวลผลข้อมูลมหาศาล (Big Data) ที่สะท้อนรสนิยมและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เราจึงมักพบเห็นใบหน้าและรูปร่างที่สมบูรณ์แบบไร้ที่ติ (Flawless) ซึ่งความงามที่เกินจริงนี้เองที่มีพลังดึงดูดผู้บริโภคได้ดีกว่ามนุษย์ทั่วไป เพราะสามารถตอบสนองความปรารถนาเล็กๆ ของมนุษย์ที่โหยหาความงามในอุดมคติ อย่างไรก็ตาม นักออกแบบจำเป็นต้องระมัดระวังไม่ให้ความสมบูรณ์แบบนั้นมากเกินไปจนเกินไปจนนำไปสู่สถานะ "Uncanny Valley" หรือความรู้สึกตะขิดตะขวงใจต่อสิ่งที่เกือบเหมือนมนุษย์ (Mori, 1970) หัวใจสำคัญของการออกแบบจึงอยู่ที่การสร้างสมดุลเพื่อ "ปรุงแต่งความจริงให้ออกมาพอดี" จนผู้ชมเต็มใจที่จะยอมรับ

แนวทางการออกแบบตัวตน: มากกว่าแค่การสร้างโมเดล (Identity Construction)

การสร้างตัวตนของอินฟลูเอนเซอร์ปัญญาประดิษฐ์ ไม่ใช่แค่กระบวนการขึ้นรูปโมเดลสามมิติ แต่คือศิลปะของ "การออกแบบความเป็นมนุษย์" (Human Design) เพื่อสร้างตัวตนเสมือนที่ผู้คนสามารถเชื่อมโยงถึงได้ ซึ่ง Kim and Lee (2024) ได้ระบุว่าองค์ประกอบสำคัญในการสร้าง "สถานะเสมือนที่เหมือนมนุษย์" ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก คือ

1. การออกแบบรูปลักษณ์ (Visual Design) ปัจจุบันมีแนวทางที่โดดเด่น 2 รูปแบบ คือ แบบเหมือนจริง (Hyper-Realistic) ที่เน้นรายละเอียดผิวพรรณและสัดส่วนที่สมจริงตามพินัยกรรม เพื่อสร้างความเจริญตาเจริญใจ เช่น กรณีของ Aitana Lopez นางแบบ AI สาวสวยจากสเปนที่มียอดผู้ติดตามหลักแสน และ ไอ-ไอริน (Ailynn) อินฟลูเอนเซอร์เสมือนของไทย ที่สะท้อนความงามแบบสมัยนิยม และแบบเน้นงานศิลปะ (Stylized) ที่จงใจคงเอกลักษณ์ของกราฟิกไว้เพื่อสื่อสารความทันสมัย ดังเช่น Lil Miquela อินฟลูเอนเซอร์เสมือนระดับโลกผู้บุกเบิกวงการ ที่นำเสนอภาพลักษณ์ที่ดูเท่และเป็นงานศิลปะที่มีชีวิต

2. การออกแบบบุคลิกภาพและปูมหลัง (Persona & Backstory) เพื่อให้ภาพกราฟิกมีชีวิตชีวา การสร้าง "เรื่องราว" (Storytelling) จึงเป็นสิ่งจำเป็น การกำหนดวันเกิด อาหารที่ชอบ และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง "ปมในใจ" ถือเป็นกลไกสำคัญในการสร้างมิติความเป็นมนุษย์ (Burden and Savin-Baden, 2019) เช่น การกำหนดคาแรคเตอร์ให้ "น้องกะทิ" (Katie) อินฟลูเอนเซอร์เสมือนสัญชาติไทย มีความภาคภูมิใจ

ในรากเหง้าวัฒนธรรม หรือการวางบทบาทให้ Lil Miquela เป็นนักกิจกรรมทางสังคมที่ขับเคลื่อนเรื่องสิทธิมนุษยชน สิ่งเหล่านี้ช่วยยึดโยงตัวละครเข้ากับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ (Niche Audience)

กลยุทธ์การเล่าเรื่องในโลกดิจิทัลเพื่อสร้างความผูกพัน

แม้จะมีรูปลักษณ์และเรื่องราวที่น่าสนใจ แต่ความสำเร็จที่แท้จริงขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ในการถ่ายทอดเรื่องราวเพื่อสร้างความรู้สึกร่วม (Engagement) ซึ่งสามารถดำเนินการได้ดังนี้

1. การเล่าเรื่องข้ามสื่อ (Transmedia Storytelling) คือการกระจายเรื่องราวชีวิตไปสู่แพลตฟอร์มที่หลากหลาย เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ไร้รอยต่อ ตัวละครจะไม่เพียงปรากฏในภาพนิ่งที่สวยงาม แต่จะขยายบทบาทไปสู่การเต้นเพลงกระแสใน TikTok หรือการบ่นระบายความในใจผ่าน Instagram Story เสมือนมนุษย์ที่ใช้ชีวิตอยู่ในหลายโลกพร้อมกัน (Jenkins, 2006) ข้อได้เปรียบคือความสามารถในการโต้ตอบ (Interact) ได้ตลอด 24 ชั่วโมงผ่านระบบอัตโนมัติ ทำให้แฟนคลับรู้สึกได้รับความใส่ใจอย่างต่อเนื่อง

2. การสร้างความสัมพันธ์กึ่งสังคม (Parasocial Interaction) เครื่องมือที่ทรงพลังที่สุดคือการ "แสดงความเปราะบาง" (Vulnerability) เช่น การโพสต์ข้อความแสดงความเหงา หรือความผิดหวังในความรัก การเปิดเผยด้านที่ไม่สมบูรณ์แบบนี้ทำหน้าที่เป็นตัวเร่งปฏิกิริยาทางจิตวิทยา กระตุ้นให้มนุษย์เกิดความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) และลดกำแพงระหว่างมนุษย์และปัญญาประดิษฐ์ลง

3. ความไม่สมบูรณ์แบบที่จงใจ (Calculated Imperfection) เพื่อก้าวข้ามความรู้สึกแปลกแยก ผู้สร้างมักจงใจใส่ "จุดบกพร่อง" เล็กน้อยลงไปในเรื่องราว เช่นกรณีของ Rozy เอโออินฟลูเอนเซอร์ของเกาหลีใต้ ที่มีการเผยแพร่ภาพใบหน้าสดที่มีริ้วรอยเล็กน้อย หรือภาพอริยาบถที่เป็นธรรมชาติในยามตื่นนอน สิ่งเหล่านี้คือการ "จัดฉากความจริง" เพื่อทำให้ตัวละครดูจับต้องได้และเข้าถึงง่ายยิ่งขึ้น (Lou et al., 2022)

กรณีศึกษาอินฟลูเอนเซอร์ปัญญาประดิษฐ์

เพื่อให้เห็นภาพการประกอบสร้างตัวตนและการเล่าเรื่องที่ชัดเจน จึงขอนำเสนอกรณีศึกษาอินฟลูเอนเซอร์ปัญญาประดิษฐ์ที่มีอิทธิพลสูงในสื่อดิจิทัล โดยใช้เกณฑ์การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ครอบคลุมความหลากหลายวัฒนธรรมและกลยุทธ์การเล่าเรื่องเพื่อนำเสนอตัวตน ดังนี้

1. Lil Miquela ศิลปินป๊อปสตาร์และนักกิจกรรมทางสังคมจากสหรัฐอเมริกา

Lil Miquela ถูกสร้างโดยบริษัท Brud ผู้เชี่ยวชาญการสร้างหุ่นยนต์และสื่อ ในปี ค.ศ. 2016 เรียกว่าเป็นผู้บุกเบิกของวงการอินฟลูเอนเซอร์เสมือนระดับโลกที่มียอดผู้ติดตามใน Instagram กว่า 2.5 ล้านคน เธอคือสาวลูกครึ่งบราซิล-อเมริกันที่มีเอกลักษณ์คือทรงผมมัดजू และรอยกระบนใบหน้า นิยสเป็นวัยรุ่น Gen Z ที่มีความอ่อนไหว ชี้แจง และสนใจปัญหาสังคม เธอเล่าเรื่องหลากหลายรูปแบบและข้ามสื่อในหลายแพลตฟอร์มทั้งการปล่อยเพลงในแอปพลิเคชัน Spotify การโพสต์เรื่องราวส่วนตัวใน Instagram และการทำคอนเทนต์แบบวล็อก (Vlog) ใน YouTube โดยเน้นเล่าเรื่องดราม่าชีวิตส่วนตัว เช่น การเลิกกับแฟนหนุ่มที่เป็นมนุษย์ ร้องเพลงอกหัก ทะเลาะกับเพื่อน หรือการตั้งคำถามว่าตัวเองเป็นคนหรือหุ่นยนต์

2. Aitana Lopez นางแบบฟิตเนสและเกมเมอร์จากสเปน

Aitana Lopez ถูกสร้างโดยเอเจนซี The Clueless เมื่อปี 2023 เธอเป็นนางแบบสาวผมสีชมพู วัย 25 ปี รูปร่างแบบนักกีฬาฟิตเนสที่สมบูรณ์แบบตามอุดมคติ มีบุคลิกมั่นใจ โดนใจ รักการเล่นเกมและการออกกำลังกาย เธอสร้างตัวตนด้วยการโพสต์ภาพนิ่งที่โชว์สรีระและไลฟ์สไตล์หรูหราผ่าน Instagram มักโพสต์ข้อความขนาดสั้นกระชับ (Caption) เพื่อเน้นการมีส่วนร่วมกับหนุ่ม ๆ หรือกลุ่มเป้าหมายโดยตรง



ภาพที่ 1 Aitana Lopez อินฟลูเอนเซอร์ประเทศสเปน

ที่มา: https://www.instagram.com/fit_aitana

3. Rozy อินฟลูเอนเซอร์สายแฟชั่นและรักชิลโลก จากเกาหลีใต้

บริษัท Sidus Studio X สร้าง Rozy ในปี 2020 ให้มีตัวตนเป็นสาวเกาหลีวัย 22 ปีที่มีใบหน้าเก๋ไก๋ และมี "รอยกระ" ที่ชัดเจนเพื่อความสมจริง บุคลิกเป็นสาวมั่น รักอิสระ ชอบแฟชั่น กีฬา และใส่ใจสิ่งแวดล้อม ตามเทรนด์คนรุ่นใหม่ มีวิธีนำเสนอภาพลักษณ์ผ่านกิจกรรมที่ดูเป็นมิตร มีความเป็นธรรมชาติ เช่น การท่องเที่ยว หรือภาพหน้าสดตอนตื่นนอน เพื่อลบภาพความเป็นหุ่นยนต์

4. กะทิ (Katie) สัญลักษณ์ (icon) ทางวัฒนธรรมไทย

กะทิเป็นอินฟลูเอนเซอร์เสมือนที่พัฒนาโดย Plan B Media ร่วมกับ Lemonsoup ในปี พ.ศ. 2563 โดยวางคาแรคเตอร์ให้เป็นสาวไทยวัย 22 ปีที่มีเอกลักษณ์ด้วยผิวสีน้ำผึ้ง สะท้อนภาพลักษณ์ ความเป็นไทย ร่วมสมัย ที่มีความขี้เล่น สนุกสนาน และเข้าถึงง่าย เธอทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมวัฒนธรรมผ่านงานแฟชั่น และการท่องเที่ยว โดยมีผลงานเด่นคือการร่วมงานกับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และแบรนด์ระดับโลกอย่าง Calvin Klein ซึ่งพิสูจน์ให้เห็นว่าความงามแบบไทยสามารถเป็นสากลได้ในโลกดิจิทัล



ภาพที่ 2 กะทิ และไอ-ไอริน อินฟลูเอนเซอร์ปัญญประดิษฐ์จากประเทศไทย

ที่มา: <https://www.instagram.com/katii.katie>

5. ไอ-ไอริน (Ai-Ailynn) Metaverse Human คนแรกของไทย

ในขณะที่กะทิเป็นอินฟลูเอนเซอร์ที่เน้นความเป็นไทย แต่ไอ-ไอรินที่ถูกสร้างสรรค์โดย SIA Bangkok (ในช่วงปี พ.ศ. 2564) ภายใต้แนวคิด "Metaverse Human" คนแรกของไทย มีรูปลักษณ์ที่โฉบเฉี่ยว ผสมผสาน และแต่งตัวจัดจ้าน สะท้อนบุคลิกสาวสมัยใหม่ ที่มีความมั่นใจ เก่งเทคโนโลยี และเป็นตัวของตัวเองสูง วิธีการสื่อสารเน้นความเป็นมืออาชีพและล้ำสมัย ทำให้เธอได้รับเลือกเป็น Virtual Brand Ambassador ให้กับ AIS เพื่อสื่อสารเรื่องเครือข่าย 5G และเทคโนโลยีโลกเสมือน ซึ่งตอบโจทย์แบรนด์ที่ต้องการภาพลักษณ์ของนวัตกรรมแห่งอนาคต



ภาพที่ 3 ไอ-ไอริน อินฟลูเอนเซอร์ปัญญประดิษฐ์จากประเทศไทย

ที่มา: https://www.instagram.com/ai_ailynn/

อินฟลูเอนเซอร์ปัญญาประดิษฐ์ที่มีชื่อเสียง 5 รายข้างต้น มีแนวทางการประกอบสร้างตัวตนและการเล่าเรื่องผ่านสื่อดิจิทัลที่แตกต่างกันดังนี้

รูปลักษณ์และปุมหลัง

ด้านรูปลักษณ์ (Visual Design): Aitana Lopez และ กะทิ เลือกใช้แนวทาง Hyper-Realistic หรือสร้างความสมจริงขั้นสูงสุดเพื่อให้เกิดความรู้สึก "เจริญตาเจริญใจ" และน่าเชื่อถือในฐานะนางแบบสินค้า ในขณะที่ Lil Miquela เลือกแนวทางในการสร้างสไตล์ที่ทันสมัย จงใจให้ดูมีความเป็นกราฟิกผสมผสานเพื่อสะท้อนความเป็นงานศิลปะและแฟชั่นล้ำสมัย ซึ่งพิสูจน์ให้เห็นว่าความนิยมไม่ได้ขึ้นอยู่กับความเหมือนมนุษย์แบบร้อยเปอร์เซ็นต์เสมอไป

ด้านปุมหลังและปมในใจ (Persona & Backstory): Lil Miquela มีความโดดเด่นที่สุดในด้านนี้ โดยการสร้าง "ชีวิตดราม่า" เช่น การมีปมขัดแย้งกับผู้สร้าง หรือการเลิกรากับคนรัก ส่วน กะทิ และ Rozy เลือกใช้ปุมหลังที่มีพื้นฐานเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ท้องถิ่น เช่น การแสดงความภูมิใจในวัฒนธรรมเกาหลีและไทย ซึ่งเป็นกลยุทธ์การสร้างตัวตนเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายในพื้นที่รู้สึกเข้าถึงได้ง่าย

กลยุทธ์การเล่าเรื่องเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม

กลยุทธ์การใช้สื่อหลายแอปพลิเคชัน ทุกกรณีศึกษาใช้กลยุทธ์นี้เหมือนกัน โดยเฉพาะ กะทิ และ ไอ-ไอริน ของไทย ที่เน้นการเต้นเพลงกระแสใน TikTok สลับกับการลงภาพแฟชั่นใน Instagram เพื่อสร้างความรู้สึกว่าตัวละครมีมิติในหลายโลกสื่อสาร และสามารถโต้ตอบกับแฟนคลับได้ตลอดเวลาผ่านระบบอัตโนมัติ ซึ่งเป็นสิ่งที่มนุษย์จริงทำไม่ได้

กลยุทธ์การจัดฉากความจริงผ่านความไม่สมบูรณ์แบบ โดย Rozy ใช้กลยุทธ์นี้ได้ชัดเจนที่สุด ด้วยการเลือกโพสต์ภาพที่จงใจให้เห็น "รอยกระ" หรือ "ใบหน้ายามตื่นนอน" เพื่อบอกผู้ชมว่าเธอคือ "ความจริงที่ผ่านการปรุงแต่งมาแล้วอย่างพอดี" ซึ่งกลยุทธ์นี้ช่วยลดช่องว่างความน่ากลัว (Uncanny Valley) ของหุ่นยนต์และทำให้ผู้ชมยอมรับความลงของอินฟลูเอนเซอร์ปัญญาประดิษฐ์ได้ว่าเป็นความสวยงามที่จับต้องได้

กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ผ่านอารมณ์และความรู้สึก (Emotional Connection) จุดที่น่าสนใจที่สุดคือการเลือก "ระดับอารมณ์" ในการสื่อสารกับผู้ชม ซึ่งพบความแตกต่างอย่างชัดเจน คือ

กลยุทธ์การแสดงความเปราะบาง (Vulnerability) เราจะเห็น Lil Miquela มักจะโพสต์ระบายความในใจเรื่องความสัมพันธ์ หรือการตัดพ้อเกี่ยวกับตัวตน แสดงให้เห็นว่าการที่ AI "กล้าโชว์ความอ่อนแอ" เป็นตัวกระตุ้นให้แฟนคลับเข้ามาปอบใจในคอมเมนต์ มีอารมณ์รักและสงสารร่วมกัน นี่จึงเป็นกลยุทธ์ตัวเร่งปฏิกิริยาทางจิตวิทยาทำให้มนุษย์เกิดความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) และลดกำแพงระหว่างคนกับคอมพิวเตอร์ลงจนเกิดความผูกพันที่ลึกซึ้งเกินกว่าแค่การติดตามคนดังทั่วไป

กลยุทธ์การสร้างแรงบันดาลใจจากความสมบูรณ์แบบ (Aspirational Perfection) ในทางตรงกันข้าม Aitana Lopez กลับเลือกที่จะไม่แสดงความอ่อนแอเลย แต่เน้นภาพลักษณ์ความสุขแบบอุดมคติ

และชีวิตที่สมบูรณ์พร้อมทุกด้าน ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่มุ่งสร้าง "แรงบันดาลใจ" ให้ผู้ชมชื่นชมเธอและอยากมีไลฟ์สไตล์แบบเธอ เห็นเธอเป็นคนในอุดมคติมากกว่าจะต้องการเป็นเพื่อนสนิท

วิเคราะห์กลยุทธ์การประกอบสร้างตัวตนและการเล่าเรื่องของอินฟลูเอนเซอร์ปัญญาประดิษฐ์

จากการศึกษากรณีศึกษาข้างต้น สามารถสรุปของแนวทางการสร้างตัวตนและการเล่าเรื่องของอินฟลูเอนเซอร์ปัญญาประดิษฐ์ โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเด็นหลัก ดังนี้

1. การเล่าเรื่องเชิงอารมณ์ (Emotional Narrative) ปะทะ การเล่าเรื่องเชิงพาณิชย์ (Commercial Narrative)

กลุ่มตะวันตก กรณีของ Lil Miquela เป็นการสื่อสารเพื่อสร้างอารมณ์ร่วมอย่างแท้จริง โดยแสดงให้เห็นถึงความกล้าหาญในการนำเสนอ "ความไม่สมบูรณ์แบบทางอารมณ์" (Emotional Imperfection) การเล่าเรื่องมักผูกโยงกับตราม่าชีวิต ปัญหาสังคม และการค้นหาตัวตน กลยุทธ์นี้มุ่งสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดเพื่อให้ผู้ติดตามรู้สึกว่าเป็นเพื่อนที่มีเลือดเนื้อและมีความรู้สึกนึกคิดจริง ๆ อินฟลูเอนเซอร์แบบนี้จะสร้างความรักและผูกพันกับผู้ติดตามได้เป็นอย่างมาก

กลุ่มประเทศไทย ในขณะที่กรณีของ กะทิ และ ไอ-ไอริน กลับเป็นการเล่าเรื่องเชิงพาณิชย์ อินฟลูเอนเซอร์ที่สร้างขึ้นนี้ยังคงถูกนำเสนอในฐานะ "พรีเซนเตอร์เสมือน" (Virtual Presenter) โดย ไอ-ไอริน ใช้กลยุทธ์การเล่าเรื่องส่วนใหญ่ยังวนเวียนอยู่กับการนำเสนอสินค้าและไลฟ์สไตล์ที่ดีเพื่อตอบโจทย์ทางการค้าเป็นหลัก เช่นเดียวกับกะทิที่ถูกใช้เป็นตัวแทนของความเป็นไทยร่วมสมัย การนำเสนอจึงเน้นสร้างความสวยงามทางสายตาผ่านทางรูปลักษณ์ภายนอก มากกว่าการสร้างปมปัญหาหรือเรื่องราวที่ซับซ้อน การถูกวางตำแหน่งเป็น "พรีเซนเตอร์ในอุดมคติ" คือ ไม่มีวันแก่ ไม่ป่วย และที่สำคัญคือ "ไม่สร้างข่าวฉาว" แม้จะสร้างความได้เปรียบอินฟลูเอนเซอร์ที่เป็นมนุษย์ได้ แต่หากมองกลยุทธ์ในด้านการเล่าเรื่อง กลับพบว่าตัวละครฝั่งไทยยังขาดมิติของ "ความขัดแย้งในจิตใจ" หรือการแสดงความเปราะบางทางอารมณ์เมื่อเทียบกับฝั่งตะวันตก (เช่น Lil Miquela ที่ร้องไห้ได้) ซึ่งจุดนี้เป็นปัจจัยท้าทายสำคัญที่ควรมีการพัฒนาเพื่อสร้างฐานแฟนคลับที่ผูกพันลึกซึ้งในระยะยาว

2. มาตรฐานความงาม (Beauty Standards) และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

อินฟลูเอนเซอร์เสมือนจากเกาหลีใต้และไทย มีความคล้ายคลึงกันในการใช้ความงามแบบอุดมคติที่เน้นใบหน้าและรูปร่างที่สมบูรณ์แบบเพื่อตอบรสนิยมคนเอเชีย แต่มีข้อสังเกตว่า Rozy ของเกาหลีได้เริ่มขยับเข้าสู่แนวคิด "ความจริงที่ถูกปรุงแต่งอย่างพอดี" โดยการจงใจใส่ริ้วรอยหรือรอยกระเพื่อให้ดูเป็นธรรมชาติ ในขณะที่ไทยยังคงเน้นความสมบูรณ์แบบและการสื่อสารอัตลักษณ์ไทยร่วมสมัย (เช่น การท่องเที่ยวหรือแฟชั่นไทย) เพื่อสร้างการยอมรับในวงกว้าง

ในขณะเดียวกัน หากเปรียบเทียบกับอินฟลูเอนเซอร์ที่เป็นมนุษย์ จะพบความแตกต่างและข้อได้เปรียบของการใช้อินฟลูเอนเซอร์ปัญญาประดิษฐ์ที่สำคัญ 3 ประการ ดังนี้

1. ความสมบูรณ์แบบไร้ที่ติ

อินฟลูเอนเซอร์มนุษย์ ย่อมมีข้อจำกัดทางกายภาพตามธรรมชาติ เช่น ความชรา ความเจ็บป่วย หรือรูปร่างหน้าตาที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ดั่งใจ แม้จะใช้เทคโนโลยีการตกแต่งภาพ (Retouching) เข้าช่วย แต่ก็ยังมีขีดจำกัด

ขณะที่อินฟลูเอนเซอร์ปัญญาประดิษฐ์ ก้าวข้ามข้อจำกัดทางชีวภาพสู่สภาวะ "ความลื่นไหลทางดิจิทัล" (Digital Fluidity) ผู้สร้างสามารถออกแบบรูปลักษณ์ให้สมบูรณ์แบบตามหลัก "สัดส่วนทองคำ" (Golden Ratio) หรือปรับเปลี่ยนให้เข้ากับแคมเปญต่างๆ ได้อย่างอิสระ กรณีของ Aitana Lopez หรือ กะทิ แสดงให้เห็นชัดเจนว่า แบรินด์สามารถควบคุมภาพลักษณ์ได้ร้อยเปอร์เซ็นต์ ตั้งแต่สีผม ผิวพรรณ ไปจนถึงรูปร่าง ซึ่งเป็นความได้เปรียบที่มนุษย์จริงไม่สามารถทำได้

2. ไร้ซึ่งอารมณ์ = ไร้ซึ่งความเสี่ยง

อินฟลูเอนเซอร์มนุษย์ มีความเสี่ยงเรื่องความไม่แน่นอนทางอารมณ์ และ วิกฤตศรัทธา ที่เกิดขึ้นจากพฤติกรรมส่วนตัวของมนุษย์ซึ่งอาจส่งผลกระทบเชิงลบต่อแบรินด์สินค้าที่ตนถืออยู่ได้ตลอดเวลา ดังนั้น อินฟลูเอนเซอร์ปัญญาประดิษฐ์ มีจุดแข็งที่สุดคือสามารถสร้าง "ความปลอดภัยของแบรินด์" (Brand Safety) เพราะไม่มีอารมณ์แปรปรวน ไม่มีความเหนียวแน่น และที่สำคัญคือ "ไม่มีประวัติเสื่อมเสีย" การเล่าเรื่องและอารมณ์ทั้งหมดถูกกำหนดบทบาทมาอย่างแม่นยำ ทำให้แบรินด์สามารถบริหารจัดการความเสี่ยงได้เกือบสมบูรณ์แบบ ซึ่งเป็นเหตุผลหลักที่องค์กรธุรกิจไทยเล็งเลือกสร้าง ไอ-ไอริน หรือ กะทิ ขึ้นมาทดแทนมนุษย์

3. ไร้ข้อจำกัดด้านเวลา

อินฟลูเอนเซอร์มนุษย์ ไม่สามารถตอบโต้กับแฟนคลับทุกคนได้ และไม่สามารถปรากฏตัวหลายที่พร้อมกันได้ แต่อินฟลูเอนเซอร์ปัญญาประดิษฐ์ สามารถทำลายข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ ด้วยระบบอัตโนมัติ AI สามารถตอบคอมเมนต์แฟนคลับนับพันคนได้พร้อมกันตลอด 24 ชั่วโมงในพื้นที่ดิจิทัล และสามารถปรากฏตัวในโลกเสมือนจริง (Metaverse) หรือเต้นใน TikTok ได้ในเวลาเดียวกัน ความสามารถในการเล่าเรื่องข้ามสื่ออย่างไร้รอยต่อนี้เอง ที่ทำให้อินฟลูเอนเซอร์ AI สามารถสร้างความผูกพัน (Engagement) ได้ต่อเนื่องมากกว่ามนุษย์ โดยเฉพาะในแง่การสร้างความสัมพันธ์ที่แฟนคลับจะรู้สึกว่าได้รับความใส่ใจอยู่ตลอดเวลา ซึ่งเป็นจุดแข็งที่อินฟลูเอนเซอร์มนุษย์ทำไม่ได้

บทสรุปและอภิปราย: แนวโน้มใหม่การสร้างสรรค์ตัวตนของอินฟลูเอนเซอร์

จากข้อได้เปรียบของเอไออินฟลูเอนเซอร์ นำไปสู่ข้อสังเกตใหม่ที่พบว่าศาสตร์การสร้างอินฟลูเอนเซอร์ปัญญาประดิษฐ์กำลังดำเนินไปในทิศทางที่แตกต่างจากความเข้าใจเดิม ดังนี้

1. จากความสมบูรณ์แบบ สู้ ความบกพร่องที่ตั้งใจ

แนวโน้มใหม่ที่น่าจับตามองคือ การสร้าง AI ยุคแรกมักเน้นความสวยงามไร้ที่ติ (Flawless) เราเคยคุ้นชินกับการแต่งรูปผ่านแอปพลิเคชันต่างๆ พยายามใช้ฟิลเตอร์ลบจุดบกพร่อง แต่ปัจจุบันพบว่า AI ที่ประสบ

ความสำเร็จอย่าง Lil Miquela หรือ Rozy กลับทำตรงกันข้ามคือ "จงใจใส่จุดบกพร่อง" เช่น รอยกระ ฟันห่าง หรือการแสดงอารมณ์เศร้าหมอง นี่จึงเป็นแนวคิดการออกแบบใหม่ที่เรียกว่า "การออกแบบความไม่สมบูรณ์แบบ" (Design for Imperfection) เพื่อลดทอนความเป็นหุ่นยนต์และทำให้ผู้คนรู้สึกเข้าถึงง่าย (Relatable) ตรงกันข้ามกับอินฟลูเอนเซอร์มนุษย์ที่พยายามใช้แอปพลิเคชันลบจุดบกพร่องเพื่อให้ดูสมบูรณ์แบบ กลายเป็นว่า AI สามารถ "ออกแบบความจริงใจ" ได้แม่นยำกว่ามนุษย์เสียอีก ซึ่งก็สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lou, Kiew, และ Chen (2022) ที่พบว่า ผู้บริโภคไม่ได้สนใจว่าอินฟลูเอนเซอร์จะเป็นคนหรือหุ่นยนต์เท่ากับ "ความรู้สึกว่าจริง" หรือการให้ความรู้สึกเหมือนมนุษย์ธรรมดาๆ ที่มีข้อบกพร่องนั่นเอง ประเด็นนี้ยังได้รับการตอกย้ำในบริบทของประเทศไทยผ่านงานวิจัยของ ปัทมพร ภูมิพันธ์ และสุชัญญา สายชนะ (2566) ที่ระบุว่า องค์ประกอบสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคยอมรับอินฟลูเอนเซอร์เสมือน ไม่ใช่เพียงรูปลักษณ์ที่ดึงดูดใจ แต่คือ "ความเหมือนกับกลุ่มเป้าหมาย" (Similarity) ที่ทำให้รู้สึกใกล้ชิดราวกับเป็นมนุษย์ธรรมดา ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้เกิดความไว้วางใจอย่างมีนัยสำคัญ

2. จาก ผู้ถูกสร้าง เป็น ผู้สร้าง

เดิมทีเรามองว่า AI เป็นเพียง "หุ่นโมเดล" ที่ทีมงานจ้างวางท่าทาง แต่แนวโน้มใหม่คือการวางบทบาทให้ AI เป็นนักสร้างสรรค์ (Content Creator) และนักเล่าเรื่อง (Storyteller) ด้วยตัวเอง เช่น การให้ AI (ผ่านระบบ Generative AI) เป็นผู้แต่งเพลงเอง วาดรูปเอง หรือเขียนแคปชั่นเอง นี่จึงเป็นการสร้างมิติใหม่ของความผูกพัน ผู้ชมไม่ได้ติดตามแค่เพราะ "หน้าตา" อีกต่อไป แต่ติดตามเพราะ "ผลงาน" และ "ความคิดสร้างสรรค์" ของ AI นั้นๆ ซึ่งเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่ทำให้อินฟลูเอนเซอร์ AI แตกต่างจากมาสคอตการ์ตูนทั่วไป

3. จาก เทคโนโลยีนำ สู่ ข้อมูลนำทางเรื่องราว (Data-Driven Storytelling)

อินฟลูเอนเซอร์มนุษย์มักใช้ "สัญชาตญาณ" ในการสร้างคอนเทนต์ แต่ AI อินฟลูเอนเซอร์ถูกขับเคลื่อนด้วย "ข้อมูล" (Big Data) ทีมผู้สร้างจึงสามารถวิเคราะห์ข้อมูล ได้ทันทีว่าแฟนคลับชอบสีผม สีอะไร ชอบโพสเวลาไหน ชอบเรื่องราวตามระดับไหน แล้วปรับเปลี่ยนตัวตนของ AI ให้สอดคล้องกับความต้องการนั้นได้แบบเรียลไทม์ ทำให้ AI กลายเป็น "กระจกสะท้อนความต้องการของผู้บริโภค" ที่แม่นยำที่สุด ขณะเดียวกันก็ทำหน้าที่เป็น "กระจกเงาทางวัฒนธรรม" ที่สะท้อนสิ่งที่สังคมอยากเห็น มากกว่าจะเป็นแค่ตัวละครสมมติ

ท้ายที่สุดแล้ว อินฟลูเอนเซอร์ปัญญาประดิษฐ์ไม่ได้หมายถึงจุดจบของนักเล่าเรื่องที่เป็นมนุษย์ แต่คือกำเนิดของบทบาทใหม่ในฐานะ "ผู้กำกับความจริงเสมือน" ที่ต้องเข้าใจศาสตร์แห่งการประกอบสร้างตัวตนอย่างลึกซึ้ง งานของนักนิเทศศาสตร์และนักออกแบบสื่อจะไม่ใช่เพียงการผลิตเนื้อหาเพื่อนำไปเผยแพร่ แต่คือการสร้าง "บุคคลเสมือน" ให้มีชีวิตและโลดแล่นไปพร้อมกับผู้คนในโลกความเป็นจริง โดยมีศิลปะของการเล่าเรื่อง มาช่วยแปรเปลี่ยนข้อมูลให้กลายเป็นความผูกพัน และเป็นเครื่องมือในการเชื่อมประสานระหว่างเทคโนโลยีกับจิตใจมนุษย์

แนวโน้มในอนาคตของการประกอบสร้างตัวตนและการเล่าเรื่องจะมุ่งสู่ "การมีปฏิสัมพันธ์แบบเรียลไทม์และเฉพาะบุคคล" ที่เอไอสามารถสร้างเรื่องราวโต้ตอบกับผู้ติดตามแต่ละคนได้อย่างลึกซึ้ง ดังนั้นสิ่งที่นักสร้างสรรค์ควรพิจารณาให้สำคัญจึงหนีไม่พ้น "ความโปร่งใส" ในการเปิดเผยสถานะความเป็นปัญญาประดิษฐ์อย่างชัดเจน เพื่อป้องกันปัญหาความสับสนหรือการหลอกลวง (Deepfake) รวมทั้งต้องรักษาความสม่ำเสมอของตัวตน เพื่อให้การเล่าเรื่องยังคงความน่าเชื่อถือในระยะยาว

ขณะเดียวกันความท้าทายที่สำคัญยิ่งกว่าความล้าหน้าทางเทคโนโลยี คือการคำนึงถึง "จริยธรรมของการปรุงแต่ง" นักสร้างสรรค์จำเป็นต้องตระหนักเสมอว่าตัวตนที่สมบูรณ์แบบเกินจริงที่เราสร้างขึ้น อาจส่งผลกระทบต่อมาตรฐานความงามและความภูมิใจใน "ตัวตน" ของผู้รับสารเอง ดังนั้นเป้าหมายสูงสุดของการสร้างอินฟลูเอนเซอร์ปัญญาประดิษฐ์ จึงไม่ควรหยุดอยู่แค่การสร้าง "ความตื่นเต้นทางสายตา" จนอาจบั่นทอนความภาคภูมิใจในความงามของตนเอง แต่ต้องก้าวไปสู่การสร้าง "คุณค่าทางอารมณ์และสังคม" ให้เกิดแก่นมนุษย์อย่างแท้จริงและยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- เข็มทอง ชัยสุวรรณ์. (2566). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับ Virtual Influencers ในการนำเสนอกลุ่มสินค้า Fashion Lifestyle บน Instagram ของผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชันวาย [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปัทมพร ภูมิพันธ์ และสุชัญญา สายชนะ. (2566). อิทธิพลของการทำการตลาดแบบอาศัยบุคคลที่มีชื่อเสียงเสมือนจริงต่อความตั้งใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือเอไอเอสและทรูของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการสังคมศาสตร์เครือข่ายวิจัยประชาชื่น*, 5(2), 1-14.
<https://so03.tci-thaijo.org/index.php/prn/article/view/266150>
- ปิยพร ธุระกิจ. (2566). อิทธิพลจากผู้ทรงอิทธิพลเสมือนจริง (Virtual Influencer) ที่มีต่อความตั้งใจซื้อสินค้าแฟชั่นบนอินสตาแกรม [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Ahn, D. K., and Kim, S. I. (2023). Virtual human definition by analyzing virtuality concepts. *Archives of Design Research*, 36(4), 193–209.
- Baudrillard, J. (1981). *Simulacra and simulation*. University of Michigan Press.
- Bloomberg. (2020, October 29). *Virtual Influencers Make Real Money While Covid Locks Down Human Stars*. <https://www.bloomberg.com/news/features/2020-10-29/lil-miquela-lol-seraphine-virtual-influencers-make-more-real-money-than-ever>
- Burden, D. and Savin-Baden, M. (2019). *Virtual humans: Today and tomorrow*. Chapman and Hall/CRC.

- Euronews. (2023, November 23). *Meet the first Spanish AI model earning up to €10,000 per month*. <https://www.euronews.com/next/2023/11/23/meet-the-first-spanish-ai-model-earning-up-to-10000-per-month>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Lou, C., Kiew, S. T. J., and Chen, T. (2022). Authentically Fake? How Consumers Respond to the Influence of Virtual Influencers. *Journal of Advertising*, 51(3), 360–376.
<https://doi.org/10.1080/00913367.2022.2149641>
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. MIT Press.
- Mori, M. (1970). The uncanny valley. *Energy*, 7(4), 33–35.

การพัฒนาศักยภาพและทิศทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนบนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น
เทศบาลตำบลบ้านเพชรภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ

Potential Development and Sustainable Community-Based Tourism
Management Direction Based on Local Identity,
Ban Phet Phu Khiao Municipality, Chaiyaphum Province

ประมุข ศรีชัยวงศ์^{1*}, ภาณุวัฒน์ กิตติกรวรานนท์ รัตนพิมลพลแสน² และ วราภรณ์ ศรีบุญ³

Pramuk Srichaiwong^{1*}, Panuwat Kittikornwaranon Rattanapimonphonsaen² and Waraporn Sribun³

^{1,2} หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

³ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

^{1,2} Master of Public Administration Program, Faculty of Social Sciences and Humanities,
Northeastern University

³ Bachelor of Public Administration Program, Faculty of Social Sciences and Humanities,
Northeastern University

*Corresponding author's email address: pramuk.sri@neu.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

7 มกราคม 2569

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

17 มีนาคม 2569

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

27 มีนาคม 2569

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชนเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน 2) สังเคราะห์ทิศทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน และ 3) สร้างข้อเสนอเชิงนโยบายเกี่ยวกับแนวทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน เทศบาลตำบลบ้านเพชรภูเขียว ใช้การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ แบ่งเป็น 3 ระยะ คือ 1) การวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชนทั้งปัจจัยภายในและภายนอกโดยเลือกแบบเจาะจง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้นำชุมชน สมาชิกสภาเทศบาลตำบล และตัวแทนภาคประชาชน รวม 32 คน 2) สนทนากลุ่มย่อย ผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อกำหนดทิศทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน ได้แก่ ผู้บริหารและบุคลากรของเทศบาลตำบลบ้านเพชรภูเขียว ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ผู้นำชุมชน ตัวแทนภาคประชาชน ผู้ประกอบการในพื้นที่ จำนวน 12 คน และ 3) สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อสร้างข้อเสนอเชิงนโยบาย เจาะจงเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จากผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำชุมชน ตัวแทนภาคประชาชน ผู้ประกอบการ และผู้ทรงคุณวุฒิจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 10 คน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) ด้านการวิเคราะห์ศักยภาพชุมชนพบว่า ชุมชนมีศักยภาพด้านทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งเป็นจุดแข็งสามารถพัฒนาต่อยอดเศรษฐกิจ

ฐานรากได้ดี ประชาชนมีรายได้มั่นคง มีการรวมกลุ่มอาชีพและเครือข่าย ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนา ร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 2) ด้านทิศทางการจัดการท่องเที่ยวควรมีรูปแบบการท่องเที่ยวโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน การมีส่วนร่วมของประชาชนในทุกขั้นตอน การเชื่อมโยงเศรษฐกิจฐานราก ความยั่งยืนของทรัพยากร และความร่วมมือเชิงนโยบาย สร้างรายได้และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ อย่างยั่งยืน 3) ข้อเสนอเชิงนโยบาย ควรจัดการท่องเที่ยวชุมชนที่มุ่งเน้นการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของ ประชาชนและภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง การพัฒนาคนในชุมชนและองค์กรชุมชน การเชื่อมโยงเศรษฐกิจฐานราก ความยั่งยืนของทรัพยากร และความร่วมมือเชิงภาคีเครือข่าย

คำสำคัญ: การจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน, การพัฒนาศักยภาพชุมชน, อัตลักษณ์ชุมชน, ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ABSTRACT

This research article aimed to: 1) examine and analyze the potential of the community in tourism management through public participation process; 2) synthesize directions for community-based tourism management through public participation; and 3) create policy recommendations for community-based tourism management through a participatory approach in Ban Phet Phu Khiao Sub-district Municipality. This study employed a qualitative research methodology divided into three phases. Phase 1 involved analyzing the community's potential, considering both internal and external factors using purposive sampling. The key informants included community leaders, municipal council members, and representatives of the public sector, totaling 32 participants. Phase 2 involved focus group discussions with stakeholders to determine directions for community tourism management through public participation. Participants included administrators and personnel of Ban Phet Phu Khiao Sub-district Municipality, representatives from government agencies, community leaders, public representatives, and local entrepreneurs, totaling 12 participants. Phase 3 involved in-depth interviews with key informants to formulate policy recommendations for community-based tourism management through a participatory process. Key informants were selected from local administrative organization executives, community leaders, public representatives, entrepreneurs, and experts from relevant agencies, totaling 10 people. Data were analyzed using content analysis. The research findings revealed that: 1) In terms of analyzing community potential, the Ban Phet Phu Khiao Sub-district Municipality possessed diverse natural resources and local wisdom, which served as strengths for further

development of the grassroots economy. Residents had stable incomes from their occupations, with establishing occupational groups and networks and participated with local administrative organizations. 2 Regarding the direction of community-based tourism management, there should be a community-based tourism model emphasizing participation at all stages, linking to the grassroots economy, sustainability of resources, and policy collaboration with the municipality, income generation, and sustainable improving quality of life. 3) Regarding policy recommendations, there should be promotion on that emphasized participatory management of citizens and relevant sectors, development of human and community organization, linking to the grassroots economy, sustainability of resource, and collaborative partnerships.

Keywords: Sustainable Community Tourism Management, Community Potential Development, Community Identity, Policy Recommendations

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรม มีบทบาทต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งรัฐบาลได้กำหนดยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวเป็นภารกิจที่สำคัญ ในการสร้างรายได้ โดยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่ดี พื้นฟูแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และสร้างบุคลากรให้มีคุณภาพ เป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพราะการท่องเที่ยวถือเป็นหัวใจหลักในการสร้างรายได้ รวมถึงเป็นแหล่งกระจายรายได้และการจ้างงานเพื่อช่วยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับชุมชน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561) การกำหนดแผนงานการท่องเที่ยวของภาครัฐที่ต่อเนื่อง สนับสนุนการดำเนินการไว้ในทุกระดับ ทั้งในระดับนานาชาติ ระดับชาติ ระดับกลุ่มจังหวัดและระดับจังหวัด แต่จากสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ ทั้งที่เป็นปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้มีการปรับเปลี่ยนแผนงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ เพื่อให้การท่องเที่ยวมีศักยภาพในการแข่งขัน ตลอดจนส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ทั้งนี้แผนพัฒนาบริการท่องเที่ยวมีเป้าหมายให้ประเทศไทยมีอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่สามารถแข่งขันในเวทีโลกอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงการรักษาสีเขียวและวัฒนธรรมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนท้องถิ่นควบคู่ไปกับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่กำหนดขึ้นในแผนพัฒนาบริการท่องเที่ยว พ.ศ. 2566 - พ.ศ. 2577 ของกรมการท่องเที่ยว และได้กำหนดเป้าหมายเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพสูง โดยกำหนดยุทธศาสตร์ที่สำคัญ 4 ยุทธศาสตร์คือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วยกลยุทธ์พัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยว การส่งเสริมศักยภาพของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม

ในการพัฒนาบริการ ยุทธศาสตร์ที่ 2 การส่งเสริมชุมชนและผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย กลยุทธ์ พัฒนาศักยภาพชุมชนให้สามารถจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วยตนเอง การสนับสนุนผู้ประกอบการ ในท้องถิ่นให้สามารถพัฒนาสินค้าและบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความหลากหลายและ เพิ่มมูลค่าบริการท่องเที่ยว ซึ่งมียุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อน ประกอบด้วยส่งเสริมการพัฒนาสินค้าและบริการ ใหม่ ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและเชิงธรรมชาติ และกลยุทธ์การประยุกต์ใช้ เทคโนโลยีดิจิทัลในการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยว ส่วนยุทธศาสตร์ที่ 4 เน้นการสร้างความยั่งยืนให้กับระบบ เศรษฐกิจท่องเที่ยว จากกลยุทธ์ที่กำหนดขึ้นเพื่อพัฒนาระบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่เน้นความยั่งยืน ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพและพัฒนการท่องเที่ยวสีเขียวและการท่องเที่ยว ที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม (กรมการท่องเที่ยว, 2565) จากยุทธศาสตร์การพัฒนการท่องเที่ยวของประเทศ จะเห็นว่าเน้นการพัฒนาที่ครอบคลุมในทุกมิติทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจน การพัฒนาคนและชุมชนให้มีความพร้อม มีศักยภาพที่เอื้อต่อการจัดการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง ส่งเสริมการใช้ ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพและพัฒนการท่องเที่ยวสีเขียวและการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดความยั่งยืน ทั้งนี้ประเทศไทยเองมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายกระจายตามภูมิภาคต่าง ๆ มีจุดเด่นแตกต่างกันไปในแต่ละชุมชนท้องถิ่น การส่งเสริมให้ชุมชนเข้ามาบริหารจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ถือเป็นเรื่องสำคัญในการส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่นและอนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชนให้ยั่งยืน (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2565) การท่องเที่ยวชุมชนได้รับความสนใจมากขึ้นในฐานะกลไกสำคัญ ที่ช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจและรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนจึงต้อง คำนึงถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนในทุกขั้นตอน เพื่อให้การพัฒนาสอดคล้องกับความต้องการของชุมชน และเกิดความยั่งยืน (Tosun, 2006) การมีส่วนร่วมของประชาชนไม่เพียงแต่เป็นการเพิ่มความมีส่วนร่วมระหว่าง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แต่ยังช่วยเสริมสร้างความรับผิดชอบและการเป็นเจ้าของในกระบวนการพัฒนาแหล่ง ท่องเที่ยว (Pretty, 1995) จากการศึกษาของ ประมุข ศรีชัยวงษ์ (2562) ในการบริหารจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชนนั้น พบประเด็นที่มีความสำคัญต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชน คือกระบวนการเข้ามามีส่วนร่วมของ ของประชาชนผู้มีส่วนได้เสียในแหล่งท่องเที่ยว การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมที่เป็น **อัตลักษณ์ท้องถิ่นที่เป็นส่วนช่วยในการสร้างความยั่งยืนและเพิ่มความน่าสนใจให้กับแหล่งท่องเที่ยวใน ระยะยาว การพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับท้องถิ่นและส่งเสริมเศรษฐกิจในพื้นที่** การเน้น การใช้สินค้าท้องถิ่นและบริการจากชุมชนเพื่อช่วยกระจายรายได้และลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจภายใน ชุมชน และการสร้างภาคีเครือข่ายความร่วมมือทางการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้การบริหารจัดการ การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีประสิทธิภาพ เพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการและพัฒนการท่องเที่ยว ให้ยั่งยืน นอกจากนี้จากการศึกษาของ วชิโรบล โกศลวิทยานันต์ และคณะ(2567) ในประเด็นสื่อสังคมออนไลน์ ถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สื่อสารข้อมูลทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจของ

นักทอ้งเทียวในการเข้าเทียวชม ทั้งนี้ควรมีการออกแบบรูปแบบเนื้อหาสื่อออนไลน์ที่แตกต่างกัน ตามภูมิภาค ช่วงเวลาที่เหมาะสม ตลอดจนเทคนิคการตลาดที่คงที่ และจากการศึกษาของ Arnstein (1969) พบว่าปัญหาที่พบบ่อยในการจัดการทอ้งเทียวชุมชนคือการขาดการมีส่วนร่วมที่แท้จริงของประชาชนท้องถิ่น แม้ว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนจะถูกเน้นย้ำว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาแหล่งทอ้งเทียวชุมชน แต่ในความเป็นจริงหลายครั้งที่การตัดสินใจถูกทำโดยหน่วยงานภายนอกหรือภาครัฐโดยไม่ได้คำนึงถึงความคิดเห็นหรือความต้องการของชุมชนท้องถิ่นอย่างเพียงพอ สิ่งนี้นำไปสู่ความขัดแย้งระหว่างชุมชนกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ และทำให้ชุมชนรู้สึกว่ตนเองถูกมองข้ามหรือไม่มีอำนาจในการตัดสินใจเกี่ยวกับทรัพยากรของตนเอง สอดคล้องกับการศึกษาของ Murphy (1985) ได้ชี้ให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนที่ไม่เพียงพออาจส่งผลให้เกิดการบริหารจัดการที่ไม่สอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นหรือการใช้ทรัพยากรอย่างไม่ยั่งยืน นอกจากนี้การขาดการมีส่วนร่วมอาจทำให้ประชาชนไม่รู้สึถึงความเป็นเจ้าของและไม่ร่วมมือในการรักษาและพัฒนาแหล่งทอ้งเทียว สิ่งนี้อาจนำไปสู่การลดคุณภาพของประสบการณ์การทอ้งเทียวและลดความสนใจของนักทอ้งเทียวในอนาคต ส่วนการศึกษาของ Hall and Lew (1998) ชี้ให้เห็นว่าแม้ว่าการทอ้งเทียวสามารถเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญสำหรับชุมชนท้องถิ่น แต่หากไม่มีการจัดการที่ดี อาจทำให้เกิดการทำลายทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมที่เป็นหัวใจของการทอ้งเทียว ซึ่งจะส่งผลให้ความน่าสนใจของแหล่งทอ้งเทียวลดลงและมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจท้องถิ่นในระยะยาว

สำหรับการบริหารจัดการแหล่งทอ้งเทียวโดยชุมชนในประเทศไทยได้รับความสนใจและการศึกษาอย่างกว้างขวาง เนื่องจากการทอ้งเทียวชุมชนเป็นหนึ่งในเครื่องมือสำคัญในการเสริมสร้างเศรษฐกิจท้องถิ่นและอนุรักษ์วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนและมีความยั่งยืน แนวทางการพัฒนาแหล่งทอ้งเทียวชุมชนยังคงเป็นประเด็นที่ต้องได้รับการศึกษาและปรับปรุง เนื่องจากการจัดการทอ้งเทียวชุมชนยังเป็นกระบวนการที่ซับซ้อนและท้าทาย ที่ต้องคำนึงถึงหลายปัจจัย ไม่ว่าจะเป็นความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีความหลากหลาย ตั้งแต่ชุมชนท้องถิ่น ผู้ประกอบการทอ้งเทียว หน่วยงานภาครัฐ และนักทอ้งเทียว การประสบความสำเร็จในการจัดการแหล่งทอ้งเทียวชุมชนจึงต้องการการวางแผนและการจัดการที่มีประสิทธิภาพ แต่อย่างไรก็ตามปัญหาการบริหารจัดการทอ้งเทียวโดยชุมชนในภาพรวมยังพบว่าชุมชนหลายแห่งในประเทศไทยยังขาดความรู้และทักษะที่จำเป็นในการจัดการการทอ้งเทียว เช่น การวางแผนพัฒนาการบริการนักทอ้งเทียว การทำการตลาด และการดูแลรักษาทรัพยากรท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ปัญหาจากปัญหาความขัดแย้งระหว่างกลุ่มคนในชุมชน เช่น เรื่องการแบ่งปันผลประโยชน์จากการทอ้งเทียว ความไม่เท่าเทียมกันในการได้รับโอกาสในการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการทอ้งเทียว หรือการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตท้องถิ่นของการพัฒนาที่ไม่สอดคล้องกับวิถีชีวิตและความต้องการของชุมชนท้องถิ่น ปัญหาขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานเกี่ยวข้องทั้งในด้านงบประมาณ ความรู้ เทคโนโลยี และทรัพยากรอื่นๆ นอกจากนี้การขาดการประสานงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐและชุมชนยังทำให้การพัฒนาไม่ต่อเนื่องและยั่งยืน ปัญหาด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติในการทอ้งเทียวอย่างไม่เหมาะสมที่ไม่คำนึงถึง

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น ส่งผลให้เกิดการทำลายทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นจุดขายของชุมชนได้ นอกจากนี้ยังมีประเด็นในด้านมาตรฐานด้านความปลอดภัยและสุขอนามัยต่ำ การขาดมาตรฐานด้านความปลอดภัยและสุขอนามัย เช่น สถานที่ท่องเที่ยวไม่ปลอดภัย หรือการดูแลรักษาความสะอาดไม่ดีพอ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความกังวลและลดความสนใจในการมาเยือน

เทศบาลตำบลบ้านเพชรภูเขียว ตั้งอยู่ในเขตอำเภอภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ มีพื้นที่ 9.045 ตารางกิโลเมตร หรือคิดเป็น 5,936.8 ไร่ ประกอบด้วย 5 หมู่บ้าน 10 ชุมชน มีประชากร 5,813 คน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมและทำการประมงพื้นบ้าน เนื่องจากเป็นพื้นที่อ่างเก็บน้ำบ้านเพชรหรืออ่างห้วยหมาตายเป็นอ่างเก็บน้ำขนาดใหญ่ที่สำคัญต่อการดำรงชีพตามวิถีชุมชน ได้ดำเนินการปรับปรุงภูมิทัศน์จากเทศบาลบ้านเพชรภูเขียวบริเวณรอบอ่างเก็บน้ำบ้านเพชร ให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวมีสวนสาธารณะและสวนสุขภาพสำหรับประชาชนมาพักผ่อนและออกกำลังกาย นอกจากนี้ยังเป็นที่ตั้งของชุมชนโบราณที่มีข้อมูลทางประวัติศาสตร์ วิถีวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นกับตำนานเรื่องเล่าชุมชนที่น่าสนใจ มีโบราณวัตถุโบราณสถานที่สำคัญ เช่น สิมโบราณวัดอีสาน หลวงพ่อปากแดง หีบพระธรรม เศียรเทวรูปศิลปะขอม พระพุทธรูปไม้ หลักศิลาแลง ดอนแท่นเมืองคง เป็นต้น จากศักยภาพเชิงพื้นที่ ทิศทางวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ ทิวทัศน์ทรัพยากรธรรมชาติที่เหมาะสม ทำให้ประชาชนและเทศบาลตำบลบ้านเพชรภูเขียว มีแนวคิดที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนขึ้น ภายใต้หลักการของความยั่งยืนและคงความเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น เพื่อให้กิจกรรมการท่องเที่ยวช่วยเสริมสร้างเศรษฐกิจท้องถิ่นให้เข้มแข็ง และสร้างความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น สำหรับการเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการท่องเที่ยวนั้น ทำให้เห็นคุณค่าและเกิดการตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการรักษาสิ่งแวดล้อม ยังเป็นการสร้างความเข้าใจให้กับประชาชนในการใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า โดยเฉพาะการใช้น้ำและจับสัตว์น้ำในเขตพื้นที่เพาะพันธุ์ เพื่อให้เกิดความมั่นคงทางด้านอาหาร

การศึกษานี้มีเป้าหมายเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ยั่งยืน โดยบูรณาการความรู้จากการวิจัยกับการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อสร้างแนวทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น ควบคู่ไปกับการส่งเสริมเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตของชุมชนอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชนเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวชุมชน โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน เทศบาลตำบลบ้านเพชรภูเขียว
2. เพื่อสังเคราะห์ทิศทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน เทศบาลตำบลบ้านเพชรภูเขียว
3. เพื่อสร้างข้อเสนอเชิงนโยบายเกี่ยวกับแนวทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน เทศบาลตำบลบ้านเพชรภูเขียว

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ระยะที่ 1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) โดยใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) เพื่อทำการศึกษาศักยภาพชุมชน โดยการใช้เทคนิค SWOT Analysis ในการวิเคราะห์ภาพรวมของชุมชนที่ครอบคลุมทั้งปัจจัยภายในและภายนอก เจาะจงเลือก (Purposive sampling) ประกอบไปด้วย ผู้นำชุมชน จำนวน 10 คน สมาชิกสภาเทศบาลตำบลบ้านเพชรภูเขียว จำนวน 12 คน และตัวแทนภาคประชาชน จำนวน 10 คน รวม 32 คน

ระยะที่ 2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล สนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) เจาะจงเลือกผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) เพื่อกำหนดทิศทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยใช้วิธีเลือกเจาะจงเลือกผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) ประกอบไปด้วย ผู้บริหารและบุคลากรของเทศบาลตำบลบ้านเพชรภูเขียว ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ผู้นำชุมชน ตัวแทนภาคประชาชน ผู้ประกอบการในพื้นที่ จำนวน 12 คน

ระยะที่ 3 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informant) เพื่อสร้างข้อเสนอเชิงนโยบายเกี่ยวกับแนวทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน จากผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำชุมชน ตัวแทนภาคประชาชน ผู้ประกอบการ และผู้ทรงคุณวุฒิจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 10 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

ระยะที่ 1 เครื่องมือหลักคือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งเป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เพื่อเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)

ระยะที่ 2 เครื่องมือหลักคือ แนวคำถามสำหรับการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion Guideline) เพื่อรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders)

ระยะที่ 3 เครื่องมือหลักคือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งเป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เพื่อเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)

การวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) จากประเด็นการสนทนากลุ่มย่อย และการสัมภาษณ์ที่มีขั้นตอน คือ การเตรียมข้อมูล (Preparing) การแตกข้อมูล (Segmenting) การให้รหัสข้อมูล (Coding) การเปรียบเทียบและจัดหมวดหมู่ข้อมูล (Comparing and categorizing) การเปรียบเทียบข้อมูลซ้ำแล้วซ้ำอีก (Constant comparing) ซึ่งโดยภาพรวม ข้อมูลจะถูกลดทอนลงแล้วจัดกลุ่มใหม่เกิดเป็นประเด็นหลัก

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ศักยภาพชุมชนของเทศบาลเพชรภูเขียว

ผลการศึกษาศักยภาพชุมชนของเทศบาลเพชรภูเขียว ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ซึ่งมุ่งศึกษาระดับศักยภาพและความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากของชุมชน พบว่า โดยภาพรวมชุมชนมีศักยภาพอยู่ในระดับที่สามารถนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากได้ โดยสามารถพิจารณาผลการวิจัยจำแนกตามมิติ ดังนี้

1) ศักยภาพด้านทรัพยากรชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่น พบว่า ชุมชนเทศบาลเพชรภูเขียวมีศักยภาพด้านทรัพยากรชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่นในระดับค่อนข้างสูง ประชาชนสามารถใช้ทรัพยากรในพื้นที่และองค์ความรู้ดั้งเดิมมาประกอบอาชีพและสร้างรายได้ เช่น การแปรรูปอาหารจากปลาตอง (ปลาตองกราย) เป็นอาหารเชิงอัตลักษณ์ชุมชน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการมีต้นทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่เอื้อต่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของชุมชน

2) ศักยภาพด้านอาชีพและรายได้ของประชาชน ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนในเขตเทศบาลเพชรภูเขียวมีการประกอบอาชีพที่หลากหลาย ทั้งอาชีพหลักและอาชีพเสริม แม้รายได้เฉลี่ยของครัวเรือนอาจยังไม่อยู่ในระดับสูงมาก แต่มีความต่อเนื่องและมีศักยภาพในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ แสดงให้เห็นว่าชุมชนยังคงพึ่งพากิจกรรมทางเศรษฐกิจในระดับฐานรากเป็นหลัก และมีโอกาสในการพัฒนาให้เกิดความมั่นคงทางเศรษฐกิจในอนาคต

3) ศักยภาพด้านการรวมกลุ่มและการมีส่วนร่วมของประชาชน ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ชุมชนเทศบาลเพชรภูเขียว มีการรวมกลุ่มของประชาชนในรูปแบบต่าง ๆ เช่น กลุ่มอาชีพและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชนในระดับที่ดี อาทิ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลูกผักปลอดภัย ที่สะท้อนถึงความเข้มแข็งของเครือข่ายชุมชนและความร่วมมือภายในพื้นที่ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากให้เกิดความยั่งยืน

4) ศักยภาพด้านการบริหารจัดการและการสนับสนุนจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผลการวิจัยพบว่า เทศบาลเพชรภูเขียว มีบทบาทในการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของชุมชน ทั้งด้านการส่งเสริมอาชีพ การจัดโครงการพัฒนา และการสนับสนุนทรัพยากรที่จำเป็น ส่งผลให้ชุมชนมีสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจในระดับฐานราก ซึ่งเป็นศักยภาพจากหน่วยงานในการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยว

โดยสรุป ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า ชุมชนเทศบาลเพชรภูเขียวมีศักยภาพโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางถึงค่อนข้างสูง ซึ่งสะท้อนถึงความพร้อมของชุมชนในการพัฒนาและเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก ทั้งนี้ หากได้รับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องและมีการพัฒนาศักยภาพในด้านที่ยังเป็นข้อจำกัด จะสามารถยกระดับเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนให้มีความมั่นคงและยั่งยืนมากยิ่งขึ้น

2. สังเคราะห์ทิศทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน เทศบาลตำบลบ้านเพชรบุรี

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการวิจัย พบว่า การจัดการท่องเที่ยวชุมชนของเทศบาลตำบลบ้านเพชรบุรีมีแนวโน้มที่จะพัฒนาไปในทิศทางที่เน้น การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นศูนย์กลาง โดยอาศัยศักยภาพชุมชน เศรษฐกิจฐานราก และบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นกลไกสนับสนุน ซึ่งสามารถสังเคราะห์ ทิศทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนได้ดังต่อไปนี้

1) ทิศทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยึดชุมชนเป็นฐาน (Community-based Tourism) ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ชุมชนเทศบาลตำบลบ้านเพชรบุรีมีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวในลักษณะการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน โดยประชาชนสามารถมีบทบาทในการนำเสนออัตลักษณ์ วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งช่วยสร้างรายได้และกระจายผลประโยชน์สู่คนในพื้นที่อย่างทั่วถึง ซึ่งทิศทางการจัดการท่องเที่ยวนี้ ควรมุ่งเน้นการเสริมพลัง (Empowerment) ให้ประชาชนเป็นเจ้าของและกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวของชุมชน

2) ทิศทางการจัดการท่องเที่ยวโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในทุกขั้นตอน พบว่า ประชาชนมีความพร้อมและความต้องการมีส่วนร่วมในกระบวนการจัดการท่องเที่ยว ตั้งแต่การวางแผน การตัดสินใจ การดำเนินกิจกรรม ไปจนถึงการติดตามและประเมินผล ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวชุมชน ทั้งนี้จะต้องมีการพัฒนากลไกการมีส่วนร่วมอย่างเป็นระบบ เช่น คณะกรรมการท่องเที่ยวชุมชน เวทีประชาคม หรือกระบวนการสื่อสารสองทาง เพื่อให้ประชาชนมีบทบาทอย่างแท้จริง ไม่ใช่เพียงผู้รับผลประโยชน์

3) ทิศทางการจัดการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงเศรษฐกิจฐานรากของชุมชน ผลการวิจัยสะท้อนว่าการท่องเที่ยวชุมชนสามารถเป็นเครื่องมือสำคัญในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก โดยการเชื่อมโยงกิจกรรมท่องเที่ยวเข้ากับอาชีพของคนในชุมชน เช่น การแปรรูปผลิตภัณฑ์ชุมชน การบริการนำเที่ยว หรือการจัดกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม โดยเส้นทางการจัดการท่องเที่ยวควรมุ่งเน้นการสร้างห่วงโซ่คุณค่าทางเศรษฐกิจ (Value Chain) ภายในชุมชน เพื่อเพิ่มรายได้และลดการรั่วไหลของรายได้ออกนอกพื้นที่

4) ทิศทางการจัดการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนและการอนุรักษ์ทรัพยากร พบว่า ชุมชนมีความตระหนักถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นฐานสำคัญของการท่องเที่ยวชุมชน การจัดการท่องเที่ยวจึงควรอยู่ภายใต้ขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ (Carrying Capacity) การท่องเที่ยวชุมชนในทิศทางที่สมดุลระหว่างมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในระยะยาว

5) ทิศทางการจัดการท่องเที่ยวโดยความร่วมมือระหว่างชุมชนและเทศบาล จะเห็นได้ว่าเทศบาลตำบลบ้านเพชรบุรีมีบทบาทสำคัญในฐานะหน่วยงานสนับสนุน ทั้งด้านนโยบาย การจัดสรรงบประมาณ และการประสานเครือข่ายกับหน่วยงานภายนอก ขณะที่ประชาชนเป็นผู้ปฏิบัติและเจ้าของกิจกรรม

การท่องเที่ยว แต่ทั้งนี้จะต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วน ในรูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวแบบภาคีเครือข่าย (Partnership) ระหว่างเทศบาล ประชาชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเสริมประสิทธิภาพในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน

โดยสรุป ทิศทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนของเทศบาลตำบลบ้านเพชรภูเขียวควรมุ่งเน้นการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน การมีส่วนร่วมของประชาชนในทุกขั้นตอน การเชื่อมโยงเศรษฐกิจฐานราก ความยั่งยืนของทรัพยากร และความร่วมมือเชิงนโยบายกับเทศบาล ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนที่เข้มแข็ง สร้างรายได้ และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่อย่างยั่งยืน

3. ข้อเสนอเชิงนโยบายเกี่ยวกับแนวทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน เทศบาลตำบลบ้านเพชรภูเขียว

จากการสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มย่อยของผู้มีส่วนได้เสีย ได้แก่ ผู้แทนชุมชน ผู้นำท้องถิ่น ผู้ประกอบการชุมชน ภาคประชาชน และผู้แทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พบว่าการจัดการท่องเที่ยวชุมชนของเทศบาลตำบลบ้านเพชรภูเขียวควรพัฒนาในลักษณะของ นโยบายเชิงบูรณาการที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นกลไกหลัก โดยสามารถกำหนดข้อเสนอเชิงนโยบายได้ดังต่อไปนี้

1) ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านโครงสร้างการบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชน ควรจัดตั้ง “คณะกรรมการการท่องเที่ยวชุมชนเทศบาลตำบลบ้านเพชรภูเขียว” ที่มีองค์ประกอบจากทุกภาคส่วนของผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อทำหน้าที่กำหนดนโยบาย วางแผน และกำกับทิศทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างเป็นระบบ มีโครงสร้างกลางที่ชัดเจนที่จะช่วยลดความซ้ำซ้อน สร้างความโปร่งใส และเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจอย่างแท้จริง

2) ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน เทศบาล ควรส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในทุกขั้นตอนของการจัดการท่องเที่ยว ได้แก่ การวางแผน การดำเนินงาน การติดตามประเมินผล และการพัฒนาต่อยอดกิจกรรมท่องเที่ยว ตลอดจนเปิดโอกาสให้ประชาชนมีช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม เช่น เวทีประชาคม หรือการประชุมเชิงปฏิบัติการระดับชุมชน เพื่อให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วม “ที่ผ่านมามีประชาชนส่วนใหญ่จะไม่ให้ความสนใจในแผนงานของเทศบาลมากนัก นอกจากกลุ่มผู้นำเท่านั้น”

3) ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาศักยภาพคนและองค์กรชุมชน ควรกำหนดนโยบายการพัฒนาศักยภาพประชาชนและกลุ่มองค์กรชุมชนด้านการท่องเที่ยว เช่น การพัฒนาทักษะการเป็นมัคคุเทศก์ชุมชน การบริหารจัดการธุรกิจชุมชน และการสื่อสารการท่องเที่ยว ผู้เข้าร่วมสนทนาเห็นว่า “การขาดทักษะเฉพาะด้านการท่องเที่ยว” เป็นข้อจำกัดสำคัญ จึงจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนด้านองค์ความรู้และการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่องจากสถาบันการศึกษาในพื้นที่และหน่วยงานที่รับผิดชอบ เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชัยภูมิ

4) ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการเชื่อมโยงเศรษฐกิจฐานรากกับการท่องเที่ยว เทศบาลควรสนับสนุนการเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวเข้ากับอาชีพและผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อสร้างรายได้หมุนเวียนภายในพื้นที่และกระจายผลประโยชน์อย่างทั่วถึง จากการใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือเสริมเศรษฐกิจฐานราก ไม่ใช่กิจกรรมแยกส่วนจากวิถีชีวิตของชุมชน

5) ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรและความยั่งยืน ควรกำหนดนโยบายการจัดการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว และส่งเสริมจิตสำนึกด้านการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

6) ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการสนับสนุนและบูรณาการจากภาคีเครือข่าย เทศบาลควรทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก เช่น หน่วยงานรัฐ สถาบันการศึกษา และภาคเอกชน เพื่อสนับสนุนองค์ความรู้ งบประมาณ และการตลาดด้านการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพยิ่งขึ้น

สรุปข้อเสนอเชิงนโยบายเกี่ยวกับแนวทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน เทศบาลตำบลบ้านเพชรภูเขียว ที่ได้จากกระบวนการสนทนากลุ่มย่อยของผู้มีส่วนได้เสีย สะท้อนให้เห็นว่า การจัดการท่องเที่ยวชุมชนของเทศบาลตำบลบ้านเพชรภูเขียวควรมุ่งเน้น การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม การพัฒนาคนและองค์กรชุมชน การเชื่อมโยงเศรษฐกิจฐานราก ความยั่งยืนของทรัพยากร และความร่วมมือเชิงภาคี ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนที่เข้มแข็งและยั่งยืนในระยะยาว

สรุปองค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากงานวิจัยนี้ คือ กรอบแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน ที่มาจากบูรณาการศักยภาพชุมชน การมีส่วนร่วมของประชาชน และอัตลักษณ์ท้องถิ่นเข้าด้วยกัน โดยชี้ให้เห็นว่าการจัดการท่องเที่ยวชุมชนที่ยั่งยืนจำเป็นต้องอาศัยกระบวนการมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน การเสริมพลังให้ชุมชนเป็นเจ้าของการพัฒนา และบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในฐานะผู้สนับสนุนเชิงนโยบาย เชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากและคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยเริ่มจากการศึกษาศักยภาพของชุมชนที่เอื้อต่อการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว จากทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ ทุนทางสังคม ทุนภูมิปัญญาและประเพณีท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์นำมาเชื่อมโยงเป็นกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยว โดยประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน โดยมีเทศบาลตำบลบ้านเพชรภูเขียว เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม จากการพัฒนาเชิงพื้นที่สร้างกิจกรรมการท่องเที่ยว เชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยว ประสานหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเป็นเครือข่ายในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้กับชุมชน สร้างระบบตามเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวชุมชน ดังแสดงในภาพที่ 1 วงจรการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน



ภาพที่ 1 วงจรการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพและทิศทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น เทศบาลตำบลบ้านเพชรภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ สามารถอภิปรายเชื่อมโยงผลการวิจัย กับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยทั้ง 3 ข้อ ดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ศักยภาพชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน

ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนเทศบาลตำบลบ้านเพชรภูเขียวมีศักยภาพโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางถึงค่อนข้างสูง ทั้งในด้านทรัพยากรธรรมชาติ ทุนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น การรวมกลุ่มของประชาชน และการสนับสนุนจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งสะท้อนถึง “ความพร้อมเชิงพื้นที่” ในการพัฒนาไปสู่การจัดการท่องเที่ยวชุมชน ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาชุมชนบนฐานทุนชุมชน (Community Capital) ที่มองว่าการพัฒนาที่เข้มแข็งและยั่งยืนจำเป็นต้องอาศัยทุนหลายมิติ ได้แก่ ทุนทรัพยากรธรรมชาติ ทุนวัฒนธรรม ทุนสังคม และทุนมนุษย์ (Pretty, 1995) โดยเฉพาะการมีทรัพยากรธรรมชาติที่เหมาะสมและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น เช่น แหล่งโบราณคดี วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งถือเป็นทุนสำคัญในการสร้างคุณค่าและความแตกต่างให้กับการท่องเที่ยวชุมชน นอกจากนี้การที่ชุมชนมีการรวมกลุ่มของประชาชนและมีเครือข่ายความร่วมมือภายในพื้นที่ ยังสะท้อนถึงความเข้มแข็งของทุนทางสังคม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ชุมชนสามารถร่วมกันวางแผน ตัดสินใจ และขับเคลื่อนกิจกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับการศึกษาของ Tosun (2006) ที่ระบุว่าชุมชนที่มีระดับการรวมกลุ่มและการมีส่วนร่วมที่เข้มแข็ง จะมีโอกาสประสบความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนมากกว่าชุมชนที่ขาดความร่วมมือภายใน อย่างไรก็ตาม แม้ชุมชนจะมีศักยภาพในหลายด้าน แต่ผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นถึงข้อจำกัดบางประการ เช่น รายได้ของประชาชนที่ยังไม่สูงมาก และการขาดทักษะเฉพาะด้านการท่องเที่ยว ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนไม่สามารถพึ่งพาทรัพยากรเพียงอย่างเดียว แต่จำเป็นต้องพัฒนาศักยภาพของคนและองค์กรชุมชนควบคู่กันไป อย่างไรก็ตามขาด

การมีส่วนร่วมของประชาชนและชุมชนได้สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนจนนำไปสู่ความสำเร็จซึ่งมีงานวิจัยของ กมลชนก จันทร์เกด (2560) ; นายภาสกร จวนสง (2563) พบว่า การท่องเที่ยวชาตความเข้มแข็งของชุมชนมาจากการขาดการมีส่วนร่วมของประชาชนและชุมชน เนื่องจากชุมชนไม่ได้เข้ามามีบทบาทในการกำหนดทิศทางและในการวางแผน พร้อมทั้งตัดสินใจในการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวในทุกขั้นตอนของกระบวนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชน

2. อภิปรายผลการสังเคราะห์ทิศทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนโดยกระบวนการมีส่วนร่วม

ผลการวิจัยพบว่า ทิศทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนของเทศบาลตำบลบ้านเพชรภูเขียวควรมุ่งเน้นการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน (Community-Based Tourism: CBT) และการมีส่วนร่วมของประชาชนในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การวางแผน การตัดสินใจ การดำเนินงาน ไปจนถึงการติดตามและประเมินผล ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวคิดบันไดการมีส่วนร่วมของ Arnstein (1969) ที่ชี้ให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมที่แท้จริงต้องก้าวข้ามระดับการรับฟังความคิดเห็นไปสู่ระดับที่ประชาชนมีอำนาจในการตัดสินใจ (Citizen Power) ซึ่งงานวิจัยนี้พบว่าประชาชนในพื้นที่ที่มีความต้องการและความพร้อมในการมีบทบาทเป็น “เจ้าของการท่องเที่ยว” มากกว่าการเป็นเพียงผู้รับผลประโยชน์จากนโยบายภายนอก นอกจากนี้ ทิศทางการจัดการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวกับเศรษฐกิจฐานรากของชุมชน ยังสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่มองว่าการท่องเที่ยวควรเป็นเครื่องมือในการกระจายรายได้และเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น (Hall and Lew, 1998) มากกว่าการมุ่งเน้นการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว ผลการวิจัยยังสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการจัดการทรัพยากรภายใต้ขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ (Carrying Capacity) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Murphy (1985) ที่ระบุว่าการท่องเที่ยวที่ขาดการควบคุมและไม่คำนึงถึงข้อจำกัดของทรัพยากร จะนำไปสู่การเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวและส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนในระยะยาว แต่อย่างไรก็ตามมีงานวิจัยของ เจตนา พัฒนจันทร์ (2562) พบว่าการท่องเที่ยวประสบปัญหา มาจากความไม่พร้อมของชุมชน ซึ่งจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบศูนย์การเรียนรู้รวมถึงชุมชนไม่สามารถจัดการตนเองได้

3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชน

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ได้จากการวิจัยเน้นการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในลักษณะนโยบายเชิงบูรณาการ โดยมีการจัดตั้งโครงสร้างการบริหารจัดการที่ชัดเจน การพัฒนากระบวนการมีส่วนร่วม การเสริมสร้างศักยภาพของคนและองค์กรชุมชน และการสร้างความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายภายนอก ผลการวิจัยในประเด็นนี้สอดคล้องกับแนวคิดการบริหารจัดการแบบภาคีเครือข่าย (Partnership Governance) ที่มองว่าองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรมีบทบาทเป็น “ผู้อำนวยความสะดวก” (Enabler) มากกว่าการเป็นผู้สั่งการ ซึ่งช่วยเปิดพื้นที่ให้ชุมชนสามารถกำหนดทิศทางการพัฒนาได้ด้วยตนเอง อันจะนำไปสู่ความรู้สึกเป็นเจ้าของและความยั่งยืนของการจัดการท่องเที่ยว การที่งานวิจัยเสนอให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก สอดคล้องกับการศึกษาของ ประมุข ศรีชัยวงษ์

(2562) ที่ชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ประสบความสำเร็จต้องเชื่อมโยงกับอาชีพและวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน ไม่ใช่การสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวที่แยกขาดจากบริบทท้องถิ่น

4. องค์ความรู้ใหม่และกรอบแนวคิดจากการวิจัย

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากงานวิจัยนี้ คือ การพัฒนา “วงจรการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนบนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น” ซึ่งบูรณาการศักยภาพชุมชน การมีส่วนร่วมของประชาชน และบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเข้าด้วยกัน ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การจัดการท่องเที่ยวชุมชนที่ยั่งยืนไม่ใช่ผลลัพธ์ของโครงการระยะสั้น แต่เป็นกระบวนการต่อเนื่องที่ต้องอาศัยการเรียนรู้ การมีส่วนร่วม และการปรับตัวของชุมชนอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่เน้นการสร้างสมดุลระหว่างมิติทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

- 1.1 ควรกำหนดโครงสร้างการบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชนที่มีความชัดเจนและเป็นระบบ
- 1.2 ควรส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในทุกขั้นตอนของการจัดการท่องเที่ยวชุมชน
- 1.3 ควรพัฒนาศักยภาพคนและองค์กรชุมชนด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง
- 1.4 ควรเชื่อมโยงการท่องเที่ยวชุมชนกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม
- 1.5 ควรกำหนดนโยบายการจัดการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรและความยั่งยืนของพื้นที่

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

- 2.1 ควรมีการศึกษาวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) เพื่อวัดผลลัพธ์ของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในมิติเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างเป็นรูปธรรม
- 2.2 ควรศึกษาวิจัย เพื่อประเมินความยั่งยืนของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนและผลกระทบต่อเศรษฐกิจฐานราก

เอกสารอ้างอิง

- กมลชนก จันทรเกตุ. (2560). การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา : ชุมชนเกาะยอจังหวัดสงขลา [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- กรมการท่องเที่ยว. (2565). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 – 2570). กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). รายงานประจำปี พ.ศ. 2560.

<https://www.mots.go.th/download/AnnualReport2560resize.pdf>

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2561). การท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นเรื่องใกล้ตัวกว่าที่คิด.

<https://tatreviewmagazine.com/article/community-based-tourism/>

เจตนา พัฒนจันทร์. (2562). การประเมินศักยภาพของชุมชนในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และวัฒนธรรม กรณีศึกษา ชุมชนบ้านท่าล้ง จังหวัดอุบลราชธานีและชุมชนบ้านท่าวัด จังหวัดสกลนคร [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยศิลปากร

ประมุข ศรีชัยวงษ์. (2562). การศึกษาผลกระทบจากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ล่องแพแลคั้งปู่สปี อำเภอกะเปอร์บุรีรัมย์ จังหวัดชัยภูมิ (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ

ภาสกร จวนสง. (2563). การประเมินศักยภาพของชุมชนในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และวัฒนธรรม กรณีศึกษา ชุมชนบ้านท่าล้ง จังหวัดอุบลราชธานีและชุมชนบ้านท่าวัด จังหวัด ส ก ล น ค ร [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยศิลปากร

วัชรโรบล โกศลวิทยานันต์, อาภาพรณ จันทนาม, และมัลลิกา เจแค้น. (2567). แนวทางการพัฒนาความต้องการต่อรูปแบบเนื้อหาของสื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น. วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 14(4). 333-342

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2565). การวางแผนและกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยว.

<https://www.tourism.go.th/>

Arnstein, S. R. (1969). A ladder of citizen participation. *Journal of the American Institute of Planners*, 35(4), 216-224.

Hall, C. M., and Lew, A. A. (1998). *Sustainable tourism: A geographical perspective*. Addison Wesley Longman.

Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A community approach*. Methuen.

Pretty, J. N. (1995). Participatory learning for sustainable agriculture. *World Development*, 23(8), 1247-1263.

Tosun, C. (2006). Community participation in tourism development: A critical review. *Tourism Management*, 27(3), 493-504.

ความพึงพอใจในงานและคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของ
บุคลากรบริษัทจำหน่ายกระเป๋าแฟชั่นแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร
Job Satisfaction and Quality of Work Life Affecting Organizational
Commitment among Employees of a Fashion Bag Distribution Company
in Bangkok

วิชชาวดี นน่อเนื้อ^{1*} และ ทองฟู ศิริวงศ์²

Witchawadee Nornua^{1*} and Tongfu Siriwongse²

^{1,2}โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต เพื่อความเป็นเลิศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

^{1,2} Master of Business Administration (Excellence Program), Faculty of Business Administration

Ramkhamhaeng University

*Corresponding author's email address: 6614105019@rumail.ru.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

15 มกราคม 2569

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

27 มีนาคม 2569

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

29 มีนาคม 2569

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในการทำงานของบุคลากรบริษัทจำหน่ายกระเป๋าแฟชั่นแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรบริษัทจำหน่ายกระเป๋าแฟชั่นแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาระดับความผูกพันในองค์กรของบุคลากรบริษัทจำหน่ายกระเป๋าแฟชั่นแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร 4) เพื่อศึกษาความผูกพันในองค์กรจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลของบุคลากรบริษัทจำหน่ายกระเป๋าแฟชั่นแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร และ 5) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในงานและคุณภาพชีวิตในการทำงานส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของบุคลากรบริษัทจำหน่ายกระเป๋าแฟชั่นแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 120 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t-test, One-way ANOVA (ทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Scheffé) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรที่มีอายุแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ขณะที่เพศ ระดับการศึกษา รายได้ ลักษณะงาน และระยะเวลาการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่ คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านความภูมิใจและความหมายของงานต่อสังคม ($\beta = 0.507$) ด้านความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตนอกรงาน ($\beta = 0.246$) และความพึงพอใจในงานด้านลักษณะงาน ($\beta = 0.179$) โดยโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 74.0

(Adjusted $R^2 = 0.740$) ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้บริหารในการพัฒนานโยบายและกลยุทธ์ด้านทรัพยากรมนุษย์ โดยควรมุ่งเน้นการออกแบบงานที่สร้างคุณค่าและความหมายต่อสังคม รวมถึงส่งเสริมสมดุลระหว่างงานกับชีวิตนอกงาน เพื่อเสริมสร้างความผูกพันต่อองค์กรอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: ความพึงพอใจในงาน, คุณภาพชีวิตในการทำงาน, ความผูกพันในองค์กร, การค้าปลีกแฟชั่น, การบริหารทรัพยากรมนุษย์

ABSTRACT

The objectives of the study were; 1) to investigate the level of job satisfaction, 2) to examine the quality of work life, 3) to assess the level of organizational commitment, 4) to compare the organizational commitment based on personal characteristics, and 5) to analyze the influence of job satisfaction and quality of work life on the organizational commitment of employees at a fashion bag retail company in Bangkok. The sample consisted of 120 employees. The data were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation. The inferential statistics employed were t-test, One-way ANOVA (with Scheffé's post-hoc test), and Multiple Regression Analysis. The results revealed that employees from different ages had significantly different levels of organizational commitment at the 0.05 level. Conversely, gender, educational level, income, job characteristics, and tenure showed no significant differences. Regarding factors influencing organizational commitment, the significant predictors were quality of work life in terms of social relevance ($\beta = 0.507$) and work-life balance ($\beta = 0.246$), along with job satisfaction in terms of the nature of work ($\beta = 0.179$). The model accounted for 74% of the variance (Adjusted $R^2 = 0.740$). These findings serve as a guideline for management to develop human resource policies and strategies, specifically focusing on job design that creates social value and promoting work-life balance to enhance sustainable organizational commitment.

Keywords: Job Satisfaction, Quality of Work Life, Organizational Commitment, Fashion Retail, Human Resource Management

บทนำ

ในยุคที่โลกเผชิญกับสภาวะ VUCA World ซึ่งประกอบด้วยความผันผวน (Volatility) ความไม่แน่นอน (Uncertainty) ความซับซ้อน (Complexity) และความคลุมเครือ (Ambiguity) ภาครัฐกิจ

ทั่วโลกจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดและการเติบโตอย่างยั่งยืน (Schoemaker et al., 2018) โดยเฉพาะอุตสาหกรรมค้าปลีก ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ของไทย อย่างไรก็ตามปัจจุบันอุตสาหกรรมค้าปลีกเผชิญการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคสู่ช่องทางออนไลน์และการเข้ามาของผู้เล่นรายใหม่ ส่งผลให้องค์กรต้องเร่งสร้างความสามารถในการแข่งขันผ่านทรัพยากรที่สำคัญที่สุดคือ “ทรัพยากรมนุษย์” (Arun et al., 2020)

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจในการทำงานและคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดี เป็นปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานและความผูกพันต่อองค์กรในระยะยาว (Arun et al., 2020) โดยเฉพาะในธุรกิจค้าปลีกแฟชั่นที่มีโครงสร้างบุคลากร 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มหน้าร้าน (Front-Office) ที่เผชิญความกดดันจากยอดขายและเวลาทำงานที่ไม่แน่นอน และกลุ่มสำนักงาน (Back-Office) ที่เผชิญความกดดันจากการวางแผนกลยุทธ์และการประสานงาน ความแตกต่างของลักษณะงานเหล่านี้ส่งผลให้ปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจและความผูกพันต่อองค์กรมีความซับซ้อนและแตกต่างกันไป

จากการสำรวจสถานการณ์แรงงานล่าสุดในปี 2024 พบว่า อัตราการลาออกโดยสมัครใจ (Voluntary Turnover Rate) โดยเฉลี่ยของประเทศไทยอยู่ที่ร้อยละ 12.9 โดยมีความแตกต่างกันในแต่ละอุตสาหกรรม ซึ่งอุตสาหกรรมที่มีอัตราการลาออกสูงที่สุด ได้แก่ ธุรกิจค้าปลีก มีอัตราการลาออกสูงถึงร้อยละ 32.9 (Deloitte Southeast Asia, 2025) สอดคล้องกับข้อมูลภายในของบริษัทกรณีศึกษา ซึ่งเป็นผู้นำด้านการจำหน่ายกระเป๋าแฟชั่นในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่าอัตราการลาออกในช่วงปี พ.ศ. 2566–2567 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 16.49 เป็นร้อยละ 22.2 ตามลำดับ แม้ในปี พ.ศ. 2568 อัตราดังกล่าวจะมีแนวโน้มลดลง แต่การรักษาบุคลากรของตลาดแรงงานในปัจจุบันยังส่งผลให้เกิดการแข่งขันสูงในอุตสาหกรรมค้าปลีกแฟชั่น ซึ่งมีทางเลือกด้านอาชีพที่หลากหลาย จึงกลายเป็นความท้าทายสำคัญขององค์กรธุรกิจในยุคนี้

จากการทบทวนงานวิจัยในอดีต พบว่าความพึงพอใจในงานและคุณภาพชีวิตในการทำงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันในองค์กรอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับการศึกษาของ Wulandari et al. (2022) ที่พบว่าคุณภาพชีวิตในการทำงานและความพึงพอใจในงานส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานร้าน World Fashion

อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่า งานวิจัยที่ผ่านมาโดยส่วนใหญ่มุ่งศึกษาในบริบทขององค์กรขนาดใหญ่ ทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน หรือในอุตสาหกรรมบริการและการผลิตเป็นหลัก ขณะที่การศึกษาในบริบทของธุรกิจค้าปลีกแฟชั่น ซึ่งมีลักษณะการดำเนินงานเฉพาะและมีความยืดหยุ่นของโครงสร้างองค์กรค่อนข้างสูง ยังมีอยู่อย่างจำกัด

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความพึงพอใจในงานและคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของบริษัทกรณีศึกษา เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนากลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของบุคลากรได้อย่างตรงจุด อันจะนำไปสู่

การลดอัตราการลาออก เสริมสร้างความผูกพันในองค์กร และสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน
ในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

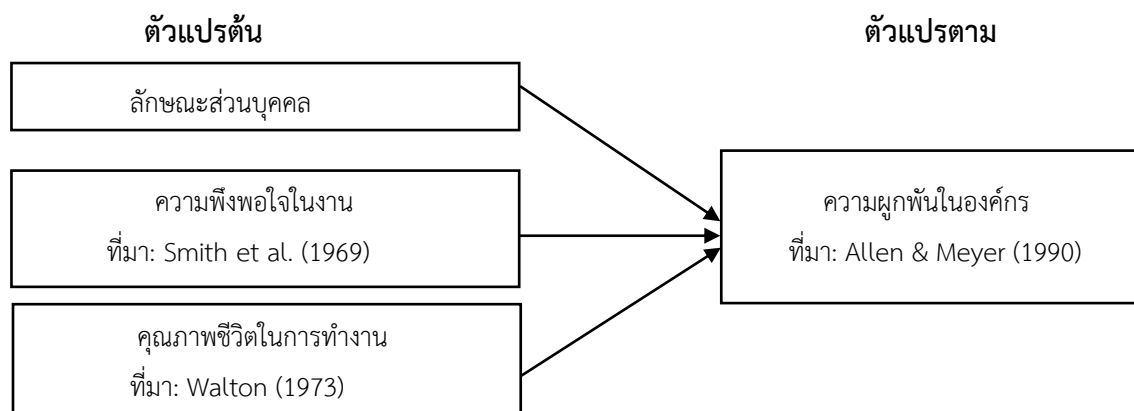
1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในการทำงานของบุคลากรบริษัทจำหน่ายกระเป๋าแฟชั่นแห่งหนึ่ง
ในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรบริษัทจำหน่ายกระเป๋าแฟชั่นแห่งหนึ่ง
ในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรบริษัทจำหน่ายกระเป๋าแฟชั่นแห่งหนึ่ง
ในกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความผูกพันในองค์กรจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลของบุคลากรบริษัทจำหน่าย
กระเป๋าแฟชั่นแห่งหนึ่ง ในกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในงานและคุณภาพชีวิตในการทำงานส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของ
บุคลากรบริษัทจำหน่ายกระเป๋าแฟชั่นแห่งหนึ่ง ในกรุงเทพมหานคร

สมมุติฐานการวิจัย

สมมุติฐานที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล (เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน, ลักษณะงาน
ที่ปฏิบัติ และระยะเวลาการปฏิบัติงานในองค์กรนี้) ของบุคลากรบริษัทจำหน่ายกระเป๋าแฟชั่นแห่งหนึ่ง
ในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันมีระดับความผูกพันในองค์กรแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 2 ความพึงพอใจในงานและคุณภาพชีวิตในการทำงานส่งผลต่อความผูกพันในองค์กร
ของบุคลากรบริษัทจำหน่ายกระเป๋าแฟชั่นแห่งหนึ่ง ในกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดวิจัย

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง "ความพึงพอใจในงานและคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กร" ผู้วิจัยได้สังเคราะห์แนวคิดหลัก 3 ประการ ดังนี้

1. ความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction)

ความพึงพอใจในงานเป็นเจตคติทางบวกที่บุคลากรมีต่อการปฏิบัติงาน ซึ่งเกิดจากการประเมินประสบการณ์และการรับรู้ว่างานนั้นสามารถตอบสนองความคาดหวังได้ Colquitt et al. (2019 อ้างใน ขวัญชนิตร์ ยุติธรรมนธ์ และอรวี ศรีบุญลือ, 2568) อธิบายว่าเป็นสภาวะทางอารมณ์ที่เกิดจากการที่บุคคลรู้สึกว่างานของตนมีคุณค่า สำหรับองค์ประกอบของความพึงพอใจในงานนั้น นักวิชาการได้นำเสนอไว้หลากหลายทฤษฎี อาทิ Herzberg (1959 อ้างถึงใน ศิริศักดิ์ จังคศิริ, 2563) ที่แบ่งเป็นปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุน หรือ Spector (1997) ที่จำแนกละเอียดถึง 9 ด้าน อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้กรอบแนวคิด Job Descriptive Index (JDI) ของ Smith et al. (1969) เป็นแกนหลักในการศึกษา เนื่องจากมีความชัดเจนในการวัดมิติพื้นฐานที่สำคัญ 5 ด้าน ได้แก่ 1) ลักษณะงาน (Work Itself) 2) ค่าตอบแทน (Pay) 3) โอกาสในการเลื่อนตำแหน่ง (Promotion) 4) ผู้บังคับบัญชา (Supervision) และ 5) เพื่อนร่วมงาน (Co-workers) ซึ่งได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายว่ามีความเที่ยงตรงสูงและสามารถสะท้อนความรู้สึกของพนักงานที่มีต่อสภาพแวดล้อมการทำงานจริงได้อย่างครอบคลุม

2. คุณภาพชีวิตในการทำงาน (Quality of Work Life: QWL)

คุณภาพชีวิตในการทำงาน หมายถึง สภาวะที่องค์กรจัดให้มีสภาพแวดล้อมและการบริหารจัดการที่ส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน ทั้งทางร่างกายและจิตใจ Walton (1973) ได้นิยามว่าเป็นสภาวะที่ตอบสนองความต้องการของมนุษย์ควบคู่ไปกับประสิทธิภาพขององค์กร โดยผู้วิจัยได้เลือกใช้เกณฑ์ของ Walton (1973) ซึ่งถือเป็นแนวคิดคลาสสิกที่ครอบคลุมมิติคุณภาพชีวิต 8 ด้านสำคัญ ได้แก่ 1) ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ 2) สภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ 3) โอกาสในการพัฒนาศักยภาพ 4) ความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน 5) การบูรณาการทางสังคม (ความสัมพันธ์ที่ดีในที่ทำงาน) 6) ประชาธิปไตยในองค์กร (สิทธิส่วนบุคคล) 7) ความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตนอกรงาน (Work-Life Balance) 8) ความภูมิใจและความหมายของงานต่อสังคม (Social Relevance)

3. ความผูกพันในองค์กร (Organizational Commitment)

ความผูกพันในองค์กรเป็นผลลัพธ์ทางจิตวิทยาที่สะท้อนถึงความตั้งใจของบุคลากรที่จะคงสถานะสมาชิกภาพขององค์กรไว้ Mowday et al. (1979) มองว่าเป็นความเชื่อมั่นในเป้าหมายขององค์กรและความเต็มใจทุ่มเทแรงกายแรงใจ เพื่อให้การวัดระดับความผูกพันมีความชัดเจนเชิงโครงสร้าง ผู้วิจัยจึงยึดตามทฤษฎีของ Allen and Meyer (1990) ซึ่งจำแนกความผูกพันออกเป็น 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1) ความผูกพันด้านจิตใจ (Affective Commitment) ความรู้สึกรักและเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร 2) ความผูกพันด้านความคงอยู่ (Continuance Commitment) การตระหนักถึงต้นทุนหรือผลเสียหากต้อง

ลาออก 3) ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน (Normative Commitment) ความรู้สึกรับผิดชอบหรือหน้าที่ที่ต้องอยู่ตอบแทนบุญคุณองค์กร

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนงานวิจัยในอดีต พบว่าความพึงพอใจในงานและคุณภาพชีวิตในการทำงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันในองค์กรอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับการศึกษาของ Triyani and Saratian (2021) ที่พบว่าคุณภาพชีวิตในการทำงานและความพึงพอใจในงานส่งผลโดยตรงต่อความผูกพันต่อองค์กรของผู้สอบบัญชีภาครัฐ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Ozgenel (2021) ที่ยืนยันความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในกลุ่มข้าราชการครู

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ศึกษาคือ บุคลากรบริษัทจำหน่ายกระเป๋าสานแห่งหนึ่ง ในกรุงเทพมหานคร โดยองค์กรแห่งนี้มีบุคลากรรวมกันอยู่ที่จำนวน 158 ราย ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากร และกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 กำหนดระดับความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 โดยใช้หลักการคำนวณ Yamane (1973) ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 114 คน ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เผื่อจำนวนตัวอย่างสำรองเพิ่มขึ้นอีก 5% หรือประมาณ 6 คน เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนจากการเก็บข้อมูลและกรณีแบบสอบถามที่อาจไม่สมบูรณ์ ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้จริงในการศึกษาครั้งนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 120 คน

วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ตามความสะดวกในการเข้าถึงและความพร้อมในการตอบแบบสอบถามของกลุ่มเป้าหมาย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม ซึ่งพัฒนาขึ้นจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรในการวิจัย ประกอบด้วย 5 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) ความพึงพอใจในงานของบุคลากร 3) คุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากร 4) ความผูกพันในองค์กร ข้อคำถามในส่วนที่ 2-4 ใช้มาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ และ 5) เป็นแบบสอบถามส่วนข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ซึ่งเป็นคำถามแบบปลายเปิด

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. การพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และเพื่อตรวจสอบความถูกต้องสำหรับข้อคำถามเกี่ยวกับการใช้ภาษา โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (Index of Item -

Objective Congruence: IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ผลการประเมินความตรงเชิงเนื้อหา พบว่าแบบสอบถามเกือบทุกข้อมีค่า IOC เท่ากับ 1.00 และมีเพียง 1 ข้อที่มีค่า IOC เท่ากับ 0.67 ซึ่งยังอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้

2. แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิไปทดลองใช้ (Try Out) จำนวน 30 ชุด ทำการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) พบว่าค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้านความพึงพอใจในงานมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.939 ด้านคุณภาพชีวิตในการทำงานมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.975 ขณะที่ด้านความผูกพันในองค์กรมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.961 ดังนั้น เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จึงมีความเชื่อมั่นในระดับสูง และมีความเหมาะสมสำหรับการนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่ง ดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากหนังสือ วารสารทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ และฐานข้อมูลออนไลน์ที่เชื่อถือได้ เพื่อนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการสร้างเครื่องมือวิจัย

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมจากบุคลากรบริษัทจำหน่ายกระเป๋าแฟชั่นแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร จำนวน 120 ราย โดยขอหนังสืออนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง เพื่อประสานฝ่ายบริหารและทรัพยากรบุคคล จากนั้นแจกแบบสอบถามด้วยวิธีสุ่มแบบสะดวกผ่านแบบสอบถามออนไลน์และแบบกระดาษ ก่อนนำข้อมูลมาตรวจสอบความสมบูรณ์และลงรหัสเพื่อวิเคราะห์ทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ใช้เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและระดับของตัวแปรที่ศึกษา โดยวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลด้วยการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ และวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจในงาน คุณภาพชีวิตในการทำงาน และความผูกพันในองค์กรด้วยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการแปลผลระดับความคิดเห็น ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การแบ่งช่วงคะแนนเฉลี่ยของแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) โดยกำหนดช่วงคะแนนเท่ากับ 0.80 และสามารถแปลผลได้ดังนี้ ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับมาก, ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับน้อย และค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธีการคัดเลือกตัวแปรแบบขั้นตอน (Stepwise Method) เพื่อตรวจสอบอิทธิพลของความพึงพอใจในงานและคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อ

ความผูกพันในองค์กร และใช้สถิติ Independent Samples t-test และ One-way ANOVA เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความผูกพันในองค์กรจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

ผลการศึกษา

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจในงานของบุคลากรบริษัทจำหน่ายกระเป๋าสตางค์แห่งหนึ่ง ในกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจในงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านลักษณะงาน	4.31	0.745	มากที่สุด
ด้านค่าตอบแทน	3.73	0.967	มาก
ด้านโอกาสและความก้าวหน้า	3.81	1.072	มาก
ด้านผู้บังคับบัญชา	4.14	0.860	มาก
ด้านเพื่อนร่วมงาน	4.27	0.802	มากที่สุด
รวม	4.06	0.748	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ความพึงพอใจในงานของบุคลากรบริษัทจำหน่ายกระเป๋าสตางค์แห่งหนึ่ง ในกรุงเทพมหานคร มีค่าคะแนนเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.748 และเมื่อวิเคราะห์ในแต่ละด้าน พบว่า ด้านลักษณะงานอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.745) รองลงมาด้านเพื่อนร่วมงานอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.802) ด้านผู้บังคับบัญชาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.860) ด้านโอกาสและความก้าวหน้าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 1.072) และด้านค่าตอบแทนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 0.967) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรบริษัทจำหน่ายกระเป๋าสตางค์แห่งหนึ่ง ในกรุงเทพมหานคร

คุณภาพชีวิตในการทำงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ	3.73	0.937	มาก
ด้านสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ	4.06	0.904	มาก
ด้านโอกาสในการใช้และพัฒนาความสามารถของพนักงาน	3.85	0.975	มาก
ความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน	3.93	0.977	มาก
ด้านการบูรณาการทางสังคมในที่ทำงาน	4.22	0.714	มากที่สุด
ด้านการคำนึงถึงสิทธิส่วนบุคคลและความยุติธรรม	4.19	0.804	มาก
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างงานกับชีวิตนอกงาน	4.14	0.811	มาก
ด้านความภูมิใจและความหมายของงานต่อสังคม	4.13	0.878	มาก
รวม	4.03	0.774	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรบริษัทจำหน่ายกระเป๋าสานแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร มีค่าคะแนนเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.774 และเมื่อวิเคราะห์ในแต่ละด้าน พบว่า ด้านการบูรณาการทางสังคมในที่ทำงานอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.714) รองลงมาด้านการคำนึงถึงสิทธิส่วนบุคคลและความยุติธรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.804) ด้านความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตนอกรางานอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.811) ด้านความภูมิใจและความหมายของงานต่อสังคมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.878) ด้านสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.904) ความก้าวหน้าและความมั่นคงในงานอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.977), ด้านโอกาสในการใช้และพัฒนาความสามารถของพนักงานอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.975) และด้านค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพออยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 0.937) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความผูกพันในองค์กรของบุคลากรบริษัทจำหน่ายกระเป๋าสานแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

ความผูกพันในองค์กร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านความผูกพันด้านอารมณ์/จิตใจ	4.21	0.804	มากที่สุด
ด้านความผูกพันเชิงคงอยู่	3.90	0.987	มาก
ด้านความผูกพันเชิงบรรทัดฐาน	4.08	0.911	มาก
รวม	4.06	0.836	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ความผูกพันในองค์กรของบุคลากรบริษัทจำหน่ายกระเป๋าสานแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร มีค่าคะแนนเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.836 และเมื่อวิเคราะห์ในแต่ละด้าน พบว่า ความผูกพันด้านอารมณ์/จิตใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.804) รองลงมาด้านความผูกพันเชิงบรรทัดฐานอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.911) และด้านความผูกพันเชิงคงอยู่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.987) ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล (เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน, ลักษณะงานที่ปฏิบัติ และระยะเวลาการปฏิบัติงานในองค์กรนี้) ของบุคลากรบริษัทจำหน่ายกระเป๋าสานแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันมีระดับความผูกพันในองค์กรแตกต่างกัน

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความผูกพันในองค์กรของบุคลากรบริษัทจำหน่าย
กระเป๋าแฟชั่นแห่งหนึ่ง ในกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

ลักษณะส่วนบุคคล	ความผูกพันในองค์กรของบุคลากรบริษัทจำหน่ายกระเป๋าแฟชั่นแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร		ผลการทดสอบสมมติฐาน
	สถิติ	P-value	
เพศ	t-test = -0.185	0.427	ปฏิเสธสมมติฐาน
อายุ	F-test = 2.851	0.018*	ยอมรับสมมติฐาน
ระดับการศึกษา	F-test = 0.718	0.490	ปฏิเสธสมมติฐาน
รายได้ต่อเดือน	F-test = 0.631	0.641	ปฏิเสธสมมติฐาน
ลักษณะงานที่ปฏิบัติ	t-test = -1.735	0.085	ปฏิเสธสมมติฐาน
ระยะเวลาการปฏิบัติงานในองค์กร	F-test = 1.316	0.268	ปฏิเสธสมมติฐาน

*มีนัยสำคัญในทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความผูกพันในองค์กรของบุคลากรบริษัทจำหน่ายกระเป๋าแฟชั่นแห่งหนึ่ง ในกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล ด้านอายุที่แตกต่างกัน มีระดับความผูกพันในองค์กรแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และลักษณะส่วนบุคคล ด้านเพศ, ระดับการศึกษา, รายได้ต่อเดือน, ลักษณะงานที่ปฏิบัติ และระยะเวลาการปฏิบัติงานในองค์กรนี้ ที่แตกต่างกัน มีระดับความผูกพันในองค์กรไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

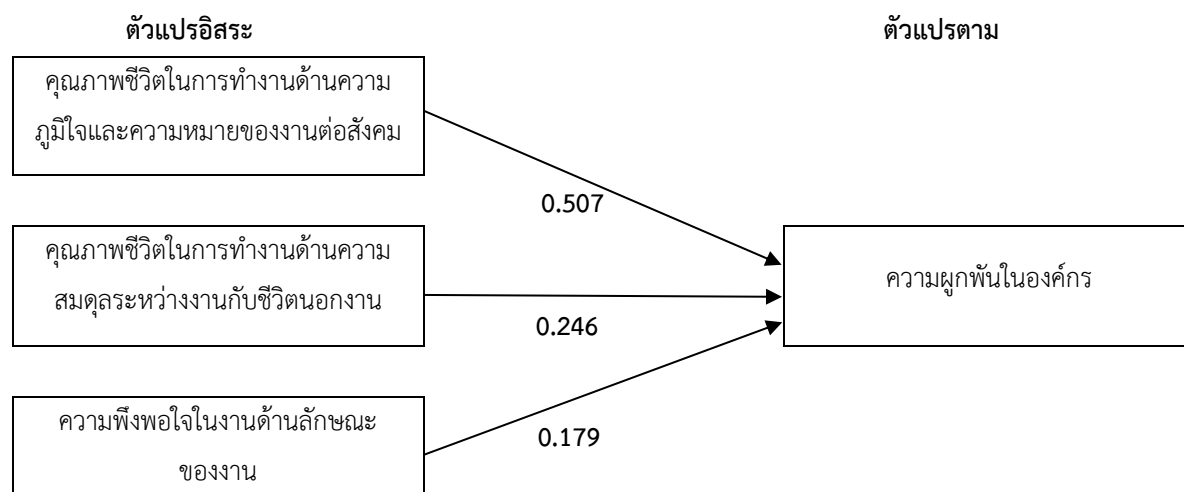
สมมติฐานข้อที่ 2 ความพึงพอใจในงานและคุณภาพชีวิตในการทำงานส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของบุคลากรบริษัทจำหน่ายกระเป๋าแฟชั่นแห่งหนึ่ง ในกรุงเทพมหานคร สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบวิธี Stepwise

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างระดับความคิดเห็นของความพึงพอใจในงานและ
คุณภาพชีวิตในการทำงานส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของบุคลากรบริษัทจำหน่ายกระเป๋า
แฟชั่นแห่งหนึ่ง ในกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจในงานและคุณภาพชีวิต ในการทำงาน	ความผูกพันในองค์กรของบุคลากรบริษัทจำหน่ายกระเป๋าแฟชั่นแห่งหนึ่ง ในกรุงเทพมหานคร						
	B	Std. Error	β	t-test	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.159	0.244		0.653	0.515		
คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านความภูมิใจ และความหมายของงานต่อสังคม	0.483	0.091	0.507	5.326	0.000*	0.241	4.147
คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านความสมดุล ระหว่างงานกับชีวิตนอกรงาน	0.254	0.080	0.246	3.169	0.002*	0.362	2.761
ความพึงพอใจในงานด้านลักษณะของงาน	0.201	0.083	0.179	2.409	0.018*	0.396	2.527
Adjusted R ² = 0.740 F-test = 113.796 Sig. = 0.000*							

*มีนัยสำคัญในทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่า Adjusted $R^2 = 0.740$ หมายความว่าคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านความภูมิใจและความหมายของงานต่อสังคม คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตนอกรงาน และความพึงพอใจในงานด้านลักษณะของงานสามารถอธิบายความผันแปรของความผูกพันในองค์กรของบุคลากรบริษัทจำหน่ายกระเป๋าสตางค์แห่งหนึ่ง ในกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 74.0 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 อีกร้อยละ 26.0 เป็นอิทธิพลของปัจจัยอื่น ๆ และปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของบุคลากรบริษัทจำหน่ายกระเป๋าสตางค์แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านความภูมิใจและความหมายของงานต่อสังคม รองลงมาคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตนอกรงาน และความพึงพอใจในงานด้านลักษณะของงาน ตามลำดับ โดยปัจจัยทุกตัวมีผลทางบวกต่อความผูกพันในองค์กร สามารถสรุปตัวแบบ (Model) ที่ได้จากผลการวิจัยพร้อมค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้



ภาพที่ 2 ตัวแบบ (Model) จากผลการวิจัยพร้อมค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง "ความพึงพอใจในงานและคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของบุคลากรบริษัทจำหน่ายกระเป๋าสตางค์แห่งหนึ่ง ในกรุงเทพมหานคร" สามารถสรุปผลการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ศึกษา ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรมีระดับความคิดเห็นต่อตัวแปรทั้ง 3 ด้าน โดยมีรายละเอียดดังนี้ ความพึงพอใจในงาน ($\bar{X} = 4.06$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านลักษณะงาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.31$) รองลงมาคือด้านเพื่อนร่วมงาน ($\bar{X} = 4.27$) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือด้านค่าตอบแทน ($\bar{X} = 3.73$) คุณภาพชีวิตในการทำงาน ($\bar{X} = 4.03$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการบูรณาการทางสังคมในที่ทำงาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.22$) รองลงมาคือด้านสิทธิส่วนบุคคลและความยุติธรรม ($\bar{X} = 4.19$) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือด้านค่าตอบแทนที่เป็นธรรม ($\bar{X} = 3.73$)

ความผูกพันในองค์กร ($\bar{X} = 4.06$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความผูกพันทางจิตใจ (Affective) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.21$)

2. การเปรียบเทียบความแตกต่างจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบระดับความผูกพันในองค์กร จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา รายได้ ลักษณะงาน และระยะเวลาปฏิบัติงาน พบว่า ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้น ในปัจจัยด้านอายุ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig. = 0.018)

3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันในองค์กร จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่ามีปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความผูกพันในองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ความพึงพอใจในงานด้านลักษณะงาน เพียงด้านเดียวที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ และคุณภาพชีวิตในการทำงาน มี 2 ด้านที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ด้านความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตนอกงาน (Work-Life Balance) และด้านความภูมิใจและความหมายของงานต่อสังคม

การอภิปรายผลการวิจัย

1. จากสมมติฐานที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล (เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน, ลักษณะงานที่ปฏิบัติ และระยะเวลาการปฏิบัติงานในองค์กรนี้) ของบุคลากรบริษัทจำหน่ายกระเป่าแฟชั่นแห่งหนึ่ง ในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันมีระดับความผูกพันในองค์กรแตกต่างกัน จากการวิจัยพบว่า อายุที่แตกต่างกันส่งผลให้ความผูกพันในองค์กรแตกต่างกันในภาพรวม โดยกลุ่มอายุ 41-45 ปี มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันในองค์กรสูงสุด ($\bar{X} = 4.41$) ขณะที่กลุ่มอายุ 26-30 ปี มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันในองค์กรน้อยสุด ($\bar{X} = 3.57$) โดยคนวัย 40 ปีขึ้นไป จะอยู่ในช่วงของการสร้างความมั่นคง จึงมองหาความปลอดภัยและความต่อเนื่องในการทำงานมากกว่าการเปลี่ยนงานบ่อย ๆ ในขณะที่คนรุ่นใหม่จะมองหาความท้าทายใหม่ ๆ ทำให้ความผูกพันในองค์กรมีน้อยกว่า ส่วนลักษณะส่วนบุคคลด้านเพศ, ระดับการศึกษา, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน, ลักษณะงานที่ปฏิบัติ และระยะเวลาการปฏิบัติงานในองค์กรที่แตกต่างกันส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากบริบทขององค์กรที่เป็นบริษัทจำหน่ายสินค้าแฟชั่นที่มีวัฒนธรรมการทำงานที่เปิดกว้างและให้ความสำคัญกับผลการปฏิบัติงานมากกว่าปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล

2. จากสมมติฐานที่ 2 พบว่า ความพึงพอใจในงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณชี้ให้เห็นว่า ด้านลักษณะงาน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันในองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐวัฒน์ วงษ์ขลิตกุล และคณะ (2566); ธัญพัทธ์ ไชยาพรพรรณ และอรไท ชั่วเจริญ (2568) ที่พบว่า ลักษณะงานส่งผลเชิงบวกต่อความผูกพันในองค์กร ในส่วนของคุณภาพชีวิตในการทำงาน พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดย ด้านความภูมิใจและความหมายของงานต่อสังคม และ ด้านความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตนอกงาน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันในองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ เล็กอุทัย และทองฟู ศิริวงศ์ (2567); ปุณณภา นาควัชร และวัชร ยี่สุนเทศ (2568)

3. นอกจากนี้จากผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ความพึงพอใจในงานด้านค่าตอบแทน ด้านโอกาสในการเลื่อนตำแหน่ง ด้านผู้บังคับบัญชา และด้านเพื่อนร่วมงาน ไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันในองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งอาจอธิบายได้ว่า ปัจจัยดังกล่าวเป็น ปัจจัยพื้นฐาน (Hygiene Factors) ที่แม้จะมีผลต่อความพึงพอใจในระดับหนึ่ง แต่ไม่ได้เป็นปัจจัยหลักที่สร้างความผูกพันเชิงลึกต่อองค์กร โดยเฉพาะในบริบทขององค์กรธุรกิจค้าปลีกแฟชั่น ซึ่งมีลักษณะการทำงานที่เน้นผลลัพธ์และความคล่องตัว บุคลากรอาจมองว่าค่าตอบแทนหรือโอกาสในการเลื่อนตำแหน่งเป็นสิ่งที่คาดหวังโดยทั่วไปมากกว่าจะเป็นปัจจัยที่สร้างความผูกพันระยะยาว และคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านค่าตอบแทนที่เป็นธรรม สภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ โอกาสในการพัฒนาศักยภาพ ความก้าวหน้าและความมั่นคง การบูรณาการทางสังคม และประชาธิปไตยในองค์กร ก็ไม่พบอิทธิพลต่อความผูกพันในองค์กร เนื่องจากเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่องค์กรจัดให้ในระดับที่เหมาะสม จึงไม่ก่อให้เกิดความแตกต่างของระดับความผูกพัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาวิจัย

1.1 ความพึงพอใจในงาน ด้านลักษณะงาน เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรผู้บริหาร ควรออกแบบงานให้มีความน่าสนใจ มอบหมายงานที่ท้าทายความสามารถ และเปิดโอกาสให้บุคลากรได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์อย่างเต็มที่ เพื่อรักษาความผูกพันของบุคลากรไว้

1.2 คุณภาพชีวิตในการทำงาน ด้านความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตนอกรงานเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กร ควรพิจารณานโยบายที่ยืดหยุ่น เช่น การจัดตารางงานที่ไม่กระทบต่อเวลาพักผ่อนมากเกินไป หรือกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ เพื่อให้บุคลากรมีความสุขทั้งเรื่องงานและเรื่องส่วนตัว ซึ่งจะส่งผลให้รักองค์กรมากขึ้น

1.3 คุณภาพชีวิตในการทำงาน ด้านความภูมิใจและความหมายของงานต่อสังคม องค์กรควรสื่อสารให้บุคลากรเห็นถึงความสำคัญของงานที่ทำว่ามีผลดีต่อลูกค้าหรือสังคมอย่างไร อาจมีการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างสรรค์สังคมและชุมชน หรือการยกย่องชมเชย (Recognition) เมื่อบุคลากรทำความดี เพื่อสร้างความรู้สึกว่าคุณค่า

1.4 ปรับปรุงโครงสร้างค่าตอบแทน แม้ค่าตอบแทนอาจไม่ใช่ตัวแปรหลักที่ส่งผลในสมการถดถอย แต่เป็นด้านที่บุคลากรพึงพอใจน้อยที่สุด ผู้บริหารควรทบทวนความเหมาะสมของฐานเงินเดือน ค่าคอมมิชชั่นและสวัสดิการให้สอดคล้องกับภาระงานและสภาพเศรษฐกิจ เพื่อรักษาขวัญและกำลังใจ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

2.1 งานวิจัยนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างจากบริษัทจำหน่ายกระเป๋าแฟชั่นเพียงแห่งเดียวในกรุงเทพมหานคร ซึ่งอาจไม่สะท้อนภาพรวมของธุรกิจค้าปลีกแฟชั่นทั้งหมด ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไปควรขยาย

กลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมหลายบริษัท เพื่อเพิ่มความหลากหลายและสามารถเปรียบเทียบความพึงพอใจในงาน และคุณภาพชีวิตในการทำงานระหว่างบริษัทได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

2.2 นอกจากความพึงพอใจในงานและคุณภาพชีวิตในการทำงานแล้ว ควรศึกษาตัวแปรอื่นที่อาจส่งผลกระทบต่อความผูกพันต่อองค์กร เช่น วัฒนธรรมองค์กร ความเครียดในการทำงาน ภาวะผู้นำ และบรรยากาศองค์กร เพื่อให้เข้าใจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของบุคลากรได้อย่างครอบคลุมยิ่งขึ้น

2.3 ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed methods) งานวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณเป็นหลัก ซึ่งอาจยังไม่สามารถสะท้อนความรู้สึกหรือมุมมองเชิงลึกของพนักงานได้อย่างครบถ้วน ดังนั้นงานวิจัยในอนาคตอาจใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน โดยใช้แบบสอบถามร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงคุณภาพที่สามารถอธิบายปรากฏการณ์อย่างละเอียดลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

2.4 ศึกษาผลกระทบในระยะยาวต่อความผูกพันต่อองค์กร การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบภาคตัดขวาง (Cross-sectional study) ซึ่งเก็บข้อมูลในช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น ไม่สามารถบ่งชี้การเปลี่ยนแปลงของความผูกพันต่อองค์กรในระยะยาวได้ ดังนั้น การวิจัยครั้งต่อไปควรพิจารณาออกแบบเป็นการศึกษาระยะยาว (Longitudinal study) เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มและผลกระทบที่อาจเปลี่ยนแปลงเมื่อเวลาผ่านไป

เอกสารอ้างอิง

- ขวัญชนิต ฤทธิธรรมนนท์ และ อรวี ศรีบุญลือ. (2568). อิทธิพลของแรงจูงใจในงาน ความสมดุลระหว่างชีวิตและงาน และความพึงพอใจในงานที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานที่มีอาชีพเสริม. *วารสารการ จัดการโซ่คุณค่าและกลยุทธ์ธุรกิจ*, 4(1), 54-77.
- ณัฐวัฒน์ วงษ์ขวลิตกุล, อธิติ ทิวะสะศิริ, และ วรญา โรจนาภภาพร. (2566). อิทธิพลของความพึงพอใจในการปฏิบัติงานต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในภาคธุรกิจเอกชน จังหวัดนครราชสีมา. *Rajapark Journal*, 17(50), 80-91.
- ธัญญพัทธ์ ไชยาพรพรรณ และ อรไท ชั่วเจริญ (2568). ความพึงพอใจในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการ การจัดการภาครัฐและเอกชน*, 7(1), 324-335. <https://doi.org/10.14456/jappm.2025.22>
- ปณณภา นาควัชร และ วัชร ยี่สุนเทศ. (2568). คุณภาพชีวิตที่ส่งผลต่อความผูกพันในการทำงานของบุคลากร บริษัท A จำกัด. *วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี*, 21(2), 28-42.
- พรทิพย์ เล็กอุทัย และ ทองฟู ศิริวงศ์. (2567). ความพึงพอใจในงานและคุณภาพชีวิตในการทำงานส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของข้าราชการหน่วยงานภาครัฐแห่งหนึ่ง ในกรุงเทพมหานคร. *Journal of Modern Learning Development*, 9(7), 505-517.
- ศิริศักดิ์ จังศิริ. (2563). *บุพปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของบุคลากรทางการแพทย์ในโรงพยาบาลทั่วไประดับมาตรฐานแห่งหนึ่ง สังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข กระทรวงสาธารณสุข*. [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

- Allen, N. J., and Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63(1), 1-18.
- Arun, S., Raktham, A., Chirinang, P., and Tharawas, C. (2020). Quality of working life and organizational commitment. *Humanities and Social Science Research Promotion Network Journal*, 3(3), 120-131.
- Deloitte Southeast Asia. (2025). *Thailand salary policies survey 2025 report*. <https://www.deloitte.com/southeast-asia/en/services/consulting/perspectives/th-salary-policies-survey-2025.html>
- Mowday, R. T., Steers, R. M., and Porter, L. W. (1979). The measurement of organizational commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 14(2), 224-247.
- Ozgenel, M. (2021). The Effect of Quality of Life Work on Organizational Commitment: A Comparative Analysis on School Administrators and Teachers. *Ilkogretim Online - Elementary Education Online*, 20 (1), 129-144
<https://doi.org/10.17051/ilkonline.2021.01.018>
- Schoemaker, P. J., Heaton, S., and Teece, D. (2018). Innovation, dynamic capabilities, and leadership. *California Management Review*, 61(1), 15-42.
<https://doi.org/10.1177/0008125618790246>
- Smith, P. C., Kendall, L. M., and Hulin, C. L. (1969). *The measurement of satisfaction in work and retirement*. Rand McNally.
- Spector, P. E. (1997). *Job satisfaction: Application, assessment, causes, and consequences*. SAGE. <https://doi.org/10.4135/9781452231549>
- Triyani, I., and Saratian, E. T. P. (2021). Exploring Factors Affecting the Auditor's Organizational Commitment in The Government Organization. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(3), 406-424. <https://doi.org/10.22441/jimb.v7i3.12180>
- Walton, R. E. (1973). Quality of working life: What is it? *Sloan Management Review*, 15(1), 11-21.
- Wulandari, N., Prayekti, P. and Septyarini, E. (2022). Pengaruh gaya kepemimpinan transformasional, kualitas kehidupan kerja, kepuasan kerja terhadap organizational citizenship behavior (ocb) dan komitmen organisasi sebagai variabel intervening. *KINERJA: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 19(1), 160-169.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis*. Harper and Row.

การพัฒนาารูปแบบกิจกรรมการออกกำลังกายและความรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์
สำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทศบาลบ้านหนองใหญ่

The Development of an Activity Model Integrating Physical Exercise and
Social Media Literacy for Grade 9 Students at Ban Nong Yai Municipal School

ชีวิน อ่อนละออ¹, ศิริพร น้อยวงศ์², สวิตา อ่อนละออ^{3*}, วรวุฒิ แดงนา⁴ และ พงศนรินทร์ จันทร์ผาย⁵

Chevin Oonla-or¹, Siriporn noi Wong², Savita Onlaor³, Worawut Dangna⁴ and Pongnirun Junrtpai⁵

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจกีฬา คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยบัณฑิตเอเซีย

²หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยบัณฑิตเอเซีย

³หลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยบัณฑิตเอเซีย

^{4,5}คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยบัณฑิตเอเซีย

¹Bachelor of Business Administration Program in Sports Business Management, Faculty of Business
Administration, College of Asian Scholars

²Bachelor of Business Administration Program in Modern Trade Business Management, Faculty of Business
Administration, College of Asian Scholars

³Bachelor of Accountancy Program, Faculty of Business Administration, College of Asian Scholars.

^{4,5} Business Administration, College of Asian

*Corresponding author's email address: savita@cas.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากิจกรรมการออกกำลังกายและความรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ที่เหมาะสม และพัฒนาารูปแบบกิจกรรมสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนเทศบาลบ้านหนองใหญ่ โดยใช้กระบวนการวิจัยและพัฒนา (R&D) 3 ระยะ ได้แก่ 1) สำรวจสมรรถภาพกายและพฤติกรรมออนไลน์ 2) ดำเนินกิจกรรม และ 3) ประเมินผล กลุ่มตัวอย่างคือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำนวน 43 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง ผลการวิจัยพบว่า ระยะที่ 1 นักเรียนมีสมรรถภาพทางกายระดับปานกลางถึงต่ำ โดยเฉพาะนั่งงอตัวและยืนยกเข่า ส่วนพฤติกรรมออนไลน์ส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์เพื่อความบันเทิงเวลา 20.01–24.00 น. วันละ 6–10 ครั้ง ระยะที่ 2 ได้รูปแบบกิจกรรม "3F Model" ประกอบด้วย 1) Fun & Enjoy เน้นความสนุกสนาน 2) Facile & Easy ออกง่ายไม่ต้องใช้อุปกรณ์ และ 3) Firm & Healthy เน้นสุขภาพแข็งแรง หลังเข้าร่วมกิจกรรมสมรรถภาพทางกายดีขึ้นชัดเจน โดยเฉพาะลุก-นั่ง 60 วินาที นักเรียนชายระดับดีมากร้อยละ 95.65 และหญิงร้อยละ 85 ระยะที่ 3 ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) ช่วยพัฒนาสุขภาพกายและทัศนคติที่ดีต่อการออกกำลังกาย

คำสำคัญ: กิจกรรมการออกกำลังกาย, ความรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์, สมรรถภาพทางกาย

ABSTRACT

This study aims to examine appropriate physical exercise activities and online social literacy and to develop an activity model for Grade 9 students at Ban Nong Yai Municipal School. A research and development (R&D) approach was employed, consisting of three phases: 1) assessment of physical fitness and online behavior, 2) implementation of intervention activities, and 3) evaluation. The sample comprised 43 Grade 9 students, selected through purposive sampling. The findings revealed that Phase 1, students exhibited moderate to low levels of physical fitness, particularly in sit-and-reach and high-knee lifting tests. Regarding online behavior, most students used smartphones primarily for entertainment between 20:01–24:00 hours, with a frequency of 6–10 times per day. In Phase 2, the “3F Model” was developed, consisting of: 1) Fun & Enjoy, emphasizing enjoyment; 2) Simple & Easy, focusing on simplicity and no requirement for equipment; and 3) Firm & Healthy, promoting physical health. Following participation, students’ physical fitness improved significantly, especially in the 60-second sit-up test, with 95.65% of male students and 85% of female students achieving excellent levels. In Phase 3, overall satisfaction was reported at a high level (mean = 4.06). The model effectively enhanced students’ physical health and fostered positive attitudes toward exercise.

Keywords: Physical Activity, Online Social Literacy, Physical Fitness

บทนำ

ในยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีมีบทบาทอย่างลึกซึ้งในชีวิตประจำวัน การใช้สมาร์ทโฟนกลายเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมทุกวันของผู้คนทุกเพศทุกวัย อย่างไรก็ตาม ปัญหาการเสพติดโทรศัพท์มือถือ โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กและวัยรุ่น กำลังกลายเป็นวิกฤติทางสังคมที่น่าเป็นห่วงทั้งในประเทศไทยและทั่วโลก ผลสำรวจพฤติกรรมของเด็กไทยในช่วงอายุ 8–12 ปี พบว่า เด็กกลุ่มนี้ใช้เวลาในการท่องโลกอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยสูงถึง 35 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ซึ่งมากกว่าค่าเฉลี่ยของเด็กทั่วโลกถึง 3 ชั่วโมง ตัวเลขนี้สะท้อนให้เห็นถึงระดับของการพึ่งพาอุปกรณ์ดิจิทัลที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว และอาจส่งผลกระทบในระยะยาวต่อพัฒนาการทั้งทางร่างกาย จิตใจ และสังคมของเด็ก (ปริยาภรณ์ ประยงค์กุล และ สุภาวดี เจริญวานิช, 2567) รองลงมาคือ การติดเกมออนไลน์และการเสพสื่อที่ไม่เหมาะสม พฤติกรรมดังกล่าวทำให้เด็กใช้เวลานานบนหน้าจอ ส่งผลกระทบต่อการเคลื่อนไหวร่างกาย การออกกำลังกาย และพัฒนาการด้านร่างกายและจิตใจเด็กในช่วงอายุ 6–12 ปี ถือเป็นช่วงวัยที่มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วทั้งในด้านร่างกาย สติปัญญา และอารมณ์ การส่งเสริมให้เด็กมีกิจกรรมทางกายที่เพียงพอและเหมาะสมเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาอย่างสมวัย อย่างไรก็ตาม

ในสถานการณ์ปัจจุบัน พบว่าเด็กไทยมีแนวโน้มออกกำลังกายน้อยลง เนื่องจากการใช้เทคโนโลยีและพฤติกรรม การบริโภคที่ไม่เหมาะสม เช่น การรับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ด ขนมขบเคี้ยว และน้ำหวาน ซึ่งนำไปสู่ภาวะ น้ำหนักเกิน สุขภาพไม่แข็งแรง และพัฒนาการช้าลง

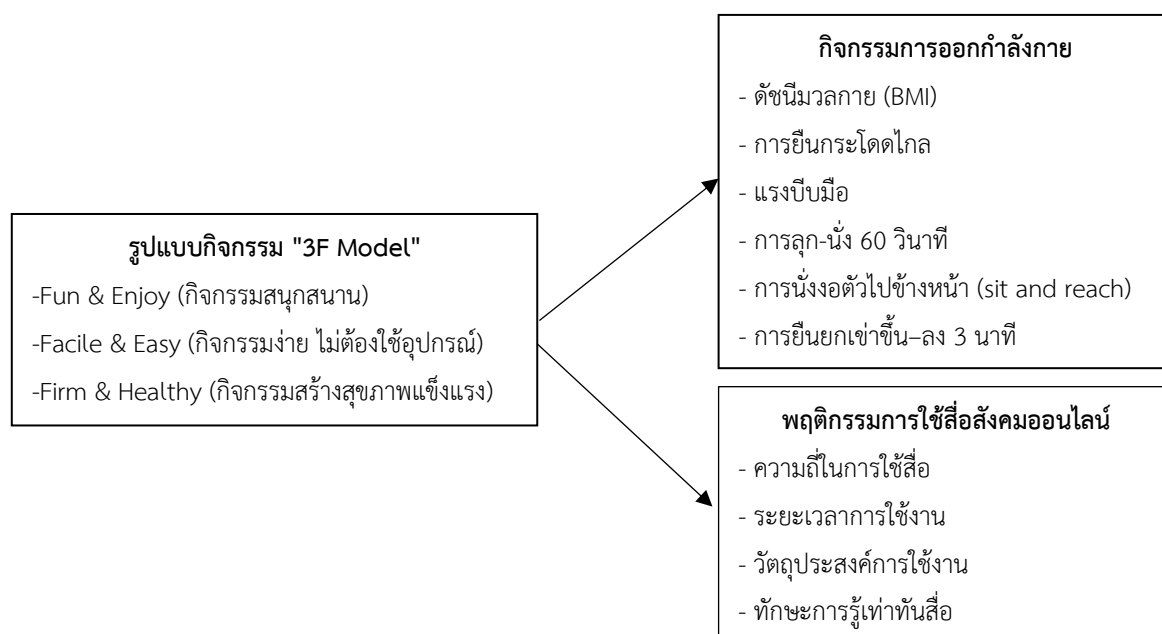
จากแนวคิดดังกล่าว การส่งเสริมกิจกรรมการออกกำลังกายควบคู่กับการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อ ออนไลน์ (Social Media Literacy) จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในกลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ที่เริ่มมีอิสระในการใช้สื่อและอุปกรณ์สื่อสารต่าง ๆ หากสามารถออกแบบกิจกรรมที่สนุก เข้าถึงง่าย และสามารถสร้างแรงจูงใจในการออกกำลังกายพร้อมกับพัฒนาแนวคิดเชิงวิพากษ์เกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์ได้ ก็จะเป็นแนวทางที่ส่งเสริมสุขภาวะในภาพรวมของนักเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจในการศึกษาการพัฒนาารูปแบบกิจกรรมการออกกำลังกายและ ความรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์สำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทศบาลบ้านหนองใหญ่ เพื่อเป็นแนวทางหนึ่งในการส่งเสริมสุขภาวะทั้งด้านร่างกาย จิตใจ และความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในยุค ปัจจุบันอย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะกิจกรรมการออกกำลังกายและกิจกรรมส่งเสริมความรู้เท่าทันสื่อสังคม ออนไลน์ที่เหมาะสมกับนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3
2. เพื่อพัฒนารูปแบบกิจกรรมการออกกำลังกายและความรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ และประเมินผล การใช้รูปแบบกิจกรรม เพื่อให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในสถานศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรม เอกสารวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถภาพทางกาย

สมรรถภาพทางกาย หมายถึง สภาวะของร่างกายที่อยู่ในเกณฑ์ดี ซึ่งเอื้อต่อการทำงานของร่างกายอย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยลดความเสี่ยงในการเกิดโรค และเพิ่มความสามารถในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งในชีวิตประจำวัน การเล่นกีฬา และการแก้ไขสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างคล่องแคล่ว (สำนักวิทยาศาสตร์การกีฬา, กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

สมรรถภาพทางกายสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่

1. สมรรถภาพทางกายที่สัมพันธ์กับสุขภาพ (Health-related Physical Fitness) เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพโดยตรง มีบทบาทในการลดความเสี่ยงต่อโรคต่าง ๆ ที่เกิดจากการขาดการออกกำลังกาย เช่น โรคหัวใจ เบาหวาน ความดันโลหิตสูง เป็นต้น (สุพิตร สมานิต, 2549)

องค์ประกอบสำคัญมี 5 ด้าน ได้แก่

1. ความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ (Muscle Strength) ความสามารถของกล้ามเนื้อในการออกแรงต้านหรือยกของ ช่วยให้สามารถทรงตัว เคลื่อนไหว และทำกิจกรรมได้ดีขึ้น
2. ความอดทนของกล้ามเนื้อ (Muscle Endurance) ความสามารถในการออกแรงต่อเนื่องเป็นเวลานาน เช่น การยกของซ้ำ ๆ การทำกิจกรรมที่ใช้แรงปานกลาง
3. ความอ่อนตัว (Flexibility) ความสามารถของข้อต่อและกล้ามเนื้อในการเคลื่อนไหวได้เต็มช่วง โดยการยืดเหยียดอย่างสม่ำเสมอ
4. ความอดทนของระบบหัวใจและหลอดเลือด (Cardiovascular Endurance) ความสามารถของหัวใจและหลอดเลือดในการส่งออกซิเจนและสารอาหารไปยังกล้ามเนื้อได้อย่างต่อเนื่อง ช่วยให้ร่างกายทำงานได้นานขึ้น
5. องค์ประกอบของร่างกาย (Body Composition) สัดส่วนของไขมัน กล้ามเนื้อ และองค์ประกอบอื่น ๆ ในร่างกาย มีผลต่อสุขภาพโดยรวมและความเสี่ยงต่อโรคอ้วน

2. สมรรถภาพทางกายที่สัมพันธ์กับทักษะ (Skill-related Physical Fitness) สมรรถภาพกลุ่มนี้มักเกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะการเคลื่อนไหวและกีฬา เป็นพื้นฐานสำหรับความสามารถในการเล่นกีฬาหรือทำกิจกรรมที่ต้องอาศัยทักษะเฉพาะ

องค์ประกอบมี 6 ด้าน ได้แก่

1. ความเร็ว (Speed) ความสามารถในการเคลื่อนไหวร่างกายอย่างรวดเร็วในระยะเวลาสั้นที่สุด
2. กำลังของกล้ามเนื้อ (Power) ความสามารถในการออกแรงสูงสุดอย่างรวดเร็ว เช่น การกระโดดหรือสปринต์
3. ความคล่องแคล่วว่องไว (Agility) ความสามารถในการเปลี่ยนทิศทางหรือการเคลื่อนไหวของร่างกายอย่างรวดเร็วและแม่นยำ

4. การทรงตัว (Balance) ความสามารถในการควบคุมท่าทางและตำแหน่งร่างกาย ทั้งขณะอยู่กับที่หรือเคลื่อนไหว

5. เวลาปฏิกิริยา (Reaction Time) เวลาที่ใช้ในการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้น เช่น การตอบสนองต่อเสียงหรือการเคลื่อนไหวของคู่ต่อสู้

6. การประสานงานของร่างกาย (Coordination) ความสามารถในการควบคุมการเคลื่อนไหวที่ซับซ้อนให้เป็นไปอย่างราบรื่นและแม่นยำ เช่น การรับ-ส่งลูกบอล

ประโยชน์ของการทดสอบสมรรถภาพทางกาย การทดสอบสมรรถภาพทางกายมีประโยชน์หลากหลาย ดังนี้

1. ผลที่ได้จากการทดสอบสามารถใช้เป็นแนวทางในการกำหนดรูปแบบและวิธีการออกกำลังกายที่เหมาะสมกับสภาพร่างกายของแต่ละบุคคล

2. ผลที่ได้จากการทดสอบทั้งก่อนและหลังการออกกำลังกายสามารถนำมาเปรียบเทียบเพื่อประเมินผลถึงความก้าวหน้าทางด้านสมรรถภาพทางกายได้

3. ผลที่ได้จากการทดสอบสามารถนำไปวินิจฉัยเบื้องต้นถึงความบกพร่องทางด้านร่างกายที่มีแนวโน้มที่จะเกิดปัญหาทางด้านสุขภาพ

4. ผลการทดสอบสมรรถภาพทางกายสามารถใช้เป็นแนวทางในการคัดเลือกนักกีฬาของผู้ฝึกสอนได้

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม การออกกำลังกายและการเคลื่อนไหวร่างกาย

การออกกำลังกายและกิจกรรมทางกายเป็นองค์ประกอบสำคัญในการพัฒนาสุขภาพและคุณภาพชีวิตของเด็กและเยาวชน โดยเฉพาะในวัยเรียนที่เป็นช่วงวัยสำคัญของการเติบโต พฤติกรรม การออกกำลังกาย หมายถึง การแสดงออกในการเคลื่อนไหวร่างกายอย่างมีระบบ มีแบบแผน และสม่ำเสมอ โดยคำนึงถึงความเหมาะสมกับเพศ วัย และสภาพร่างกายของแต่ละบุคคล (สุเทพ ภิญโญสวัสดิ์สกุล, 2560)

สำนักงานสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (2560) ได้แบ่งระดับของการเคลื่อนไหวร่างกายไว้ 3 ระดับ ได้แก่

1. ระดับเบา เช่น การยืน เดินช้า
2. ระดับปานกลาง เช่น การเดินเร็ว เต้นรำ หรือการทำงานบ้าน
3. ระดับหนัก เช่น การวิ่ง ขึ้นบันได หรือเล่นกีฬาอย่างจริงจัง

การออกกำลังกายที่เหมาะสม ควรมีองค์ประกอบทั้งในด้านความหนัก ความนาน และความถี่ รวมถึงช่วงเวลาอบอุ่นร่างกายและผ่อนคลาย ประโยชน์ของการออกกำลังกายมีหลากหลาย เช่น ส่งเสริมสุขภาพหัวใจ กล้ามเนื้อ ป้องกันโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง และช่วยควบคุมน้ำหนัก พฤติกรรม การออกกำลังกายของเยาวชนไทยมีแนวโน้มลดลงจากปัจจัยหลายด้าน เช่น พฤติกรรมเนือยนิ่ง การใช้สื่อดิจิทัลที่มากขึ้น

การรับประทานอาหารที่ไม่สมดุล ฯลฯ การส่งเสริมกิจกรรมออกกำลังกายในกลุ่มนักเรียนจึงจำเป็นต้องมีการออกแบบกิจกรรมที่เหมาะสม สนุก และสอดคล้องกับบริบทของโรงเรียนและความสนใจของนักเรียน

แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการออกกำลังกาย

รูปแบบการออกกำลังกายแบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลัก (สำนักงานสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2560) ได้แก่

1. Cardiovascular Training (Cardio) เช่น การเดิน วิ่ง ว่ายน้ำ เต้นแอโรบิก ซึ่งช่วยเสริมความแข็งแรงของระบบไหลเวียนเลือด
2. Strength Training เช่น การยกน้ำหนัก ดันพื้น เพื่อเสริมความแข็งแรงของกล้ามเนื้อและกระดูก
3. Flexibility Training เช่น โยคะ พิลาทิส รำไทเก็ก เพื่อเพิ่มความยืดหยุ่นของข้อต่อและกล้ามเนื้อ

โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กอายุ 6-12 ปี และวัยรุ่น 13-21 ปี ควรมีกิจกรรมที่ผสมผสานทั้ง 3 รูปแบบในแต่ละวันอย่างน้อย 60 นาที เพื่อให้ร่างกายได้รับการพัฒนาอย่างสมดุล ทั้งนี้ควรเน้นความปลอดภัย ความเหมาะสม และการมีส่วนร่วมของนักเรียนในการเลือกกิจกรรมด้วย

นอกจากนี้ แนวทางกิจกรรมที่มีการเคลื่อนไหวในชีวิตประจำวัน เช่น การเดินขึ้นลงบันได ทำงานบ้าน หรือการเล่นกีฬาในช่วงโม่งเรียนพละ ก็เป็นแนวทางที่สามารถบูรณาการในหลักสูตรการเรียนรู้ของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาได้เป็นอย่างดี

แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

สื่อสังคมออนไลน์เป็นเทคโนโลยีที่มีบทบาทสำคัญในการดำรงชีวิตและการเรียนรู้ของนักเรียนยุคปัจจุบัน โดย Social Media คือแพลตฟอร์มที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานสามารถสร้างเนื้อหา แลกเปลี่ยนข้อมูล และมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook, Line, YouTube และ TikTok (มนัสธนนท์ เอกโกครวัฒน์, 2567)

สื่อสังคมออนไลน์ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ การรับรู้ข่าวสาร และการสร้างเครือข่ายทางสังคม โดยเฉพาะในกลุ่มนักเรียนที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในชีวิตประจำวันอย่างแพร่หลาย การบูรณาการสื่อสังคมออนไลน์ในการออกแบบกิจกรรมทางกายหรือกิจกรรมการเรียนรู้ จึงสามารถสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นการมีส่วนร่วมของนักเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

รูปแบบกิจกรรมออกกำลังกายที่ประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น การออกกำลังกายตามคลิปวิดีโอ การร่วมแข่งขันผ่านแอปพลิเคชันฟิตเนสออนไลน์ การแชร์ผลการออกกำลังกายผ่านสื่อสังคม ตลอดจนการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์สร้างแรงจูงใจในการออกกำลังกายระหว่างกลุ่มเพื่อน สามารถช่วยส่งเสริมพฤติกรรมสุขภาพและการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องของนักเรียนได้

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ประชากร ได้แก่ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนเทศบาลบ้านหนองใหญ่ จังหวัดขอนแก่น จำนวน 43 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำนวน 43 คน ซึ่งได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) เนื่องจากประชากรมีจำนวนน้อย จึงใช้ประชากรทั้งหมดเป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดเกณฑ์การคัดเลือก ได้แก่ เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 มีอายุระหว่าง 14–15 ปี สามารถเข้าร่วมกิจกรรมตลอดระยะเวลาการวิจัย ไม่มีข้อจำกัดทางสุขภาพที่ทำให้ไม่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมการออกกำลังกายได้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบทดสอบสมรรถภาพทางกาย (Physical Fitness Test) ใช้แบบทดสอบมาตรฐานจากกรมพลศึกษา ได้แก่ การวัดดัชนีมวลกาย (BMI) การยืนกระโดดไกล แรงบีบมือ การลุก-นั่งภายใน 60 วินาที การนั่งงอตัวไปข้างหน้า (Sit and Reach) และการยืนยกเข่าขึ้นลงเป็นเวลา 3 นาที

2. แบบสอบถามพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พัฒนาขึ้นเพื่อประเมินพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของนักเรียน โดยข้อมูลที่ได้จะถูกนำไปใช้ในการออกแบบกิจกรรมการออกกำลังกายให้เหมาะสมกับบริบทนักเรียน ประกอบด้วย เช่น อุปกรณ์ที่ใช้ (โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์) ความถี่และระยะเวลาการใช้งาน แพลตฟอร์มที่นิยม (Instagram, TikTok, Youtube) และวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อ (ความบันเทิง การเรียนรู้ การสื่อสาร)

3. แบบประเมินความเหมาะสมและผลการใช้รูปแบบกิจกรรม ใช้มาตรวัดแบบ 5 ระดับ (Likert Scale) ตั้งแต่ 1 = น้อยที่สุด ถึง 5 = มากที่สุด

4. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม ใช้ในการบันทึกพฤติกรรมมีส่วนร่วมของนักเรียนในกิจกรรมประเมินในด้าน ความสนใจ ความต่อเนื่อง ปฏิบัติต่อกิจกรรม

วิธีรวบรวมข้อมูล

การวิจัยดำเนินการตามกระบวนการวิจัยและพัฒนา (R&D) แบ่งออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 การเก็บข้อมูลเบื้องต้น ดำเนินการทดสอบสมรรถภาพทางกายของนักเรียนก่อนเริ่มกิจกรรมแจกและเก็บแบบสอบถามพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

ระยะที่ 2 การดำเนินกิจกรรม จัดกิจกรรมการออกกำลังกายร่วมกับกิจกรรมเสริมสร้างความรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ ภายใต้แนวคิด “3F Model” ซึ่งประกอบด้วย

Fun & Enjoy: กิจกรรมที่สนุกสนานและกระตุ้นให้นักเรียนมีส่วนร่วม

Facile & Easy: กิจกรรมที่ง่าย สะดวก และไม่ต้องใช้อุปกรณ์

Firm & Healthy: กิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพแข็งแรง

เก็บข้อมูลผ่านแบบสังเกตพฤติกรรมและการประเมินตนเองของนักเรียน

ระยะที่ 3 การประเมินความเหมาะสมและผลการใช้รูปแบบกิจกรรม

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อวิเคราะห์ระดับสมรรถภาพทางกาย พฤติกรรมการใช้สื่อ และความพึงพอใจของนักเรียน

สถิติเชิงเปรียบเทียบ (Inferential Statistics) ได้แก่ การทดสอบค่าทีแบบตัวเองเทียบกับตัวเอง (Paired t-test) เพื่อเปรียบเทียบสมรรถภาพทางกายก่อนและหลังเข้าร่วมกิจกรรม วิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (Mean Difference) ในลักษณะ pre-test และ post-test

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยได้พัฒนารูปแบบกิจกรรมที่บูรณาการระหว่างการออกกำลังกายและความรอบรู้สังคมออนไลน์เข้าด้วยกัน โดยทั้งสองกิจกรรมมีความสัมพันธ์กันในลักษณะการใช้ข้อมูลพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์เป็นพื้นฐานในการออกแบบกิจกรรมการออกกำลังกาย และการใช้สื่อออนไลน์เป็นเครื่องมือส่งเสริมการออกกำลังกาย ดังนี้

ตารางที่ 1 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักเรียน

ข้อคำถาม	เพศชาย (คน)	เพศหญิง (คน)	รวม (คน)
จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	23 (53.49%)	20 (46.51%)	43 (100%)
ความถี่การใช้สื่อ (ครั้ง/วัน)	23 (53.49%)	20 (46.51%)	43 (100%)
เวลาที่ใช้สื่อสูงสุด (20:01–24:00 น.)	21 (48.83%)	22 (51.13%)	43 (100%)
วัตถุประสงค์หลัก (ความบันเทิง)	20 (46.51%)	23 (53.49%)	43 (100%)
แพลตฟอร์มที่ใช้ (Instagram/TikTok)	22 (51.16%)	21 (48.84%)	43 (100%)
รู้จักข่าวปลอม	19 (44.19%)	24 (55.81%)	43 (100%)
มีทักษะตรวจสอบข่าว	18 (41.86%)	25 (58.14%)	43 (100%)

จากข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 43 คน พบว่า ผู้ตอบส่วนใหญ่เป็นเพศชาย 23 คน (53.49%) และ เพศหญิง 20 คน (46.51%)

ในด้านพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่มีช่วงเวลาดำเนินงานสูงสุดในช่วงเวลา 20:01–24:00 น. โดยเพศหญิงมีสัดส่วนสูงกว่าเล็กน้อย (51.13%) เมื่อเทียบกับเพศชาย (48.83%) สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการใช้งานสื่อในช่วงเวลากลางคืนเป็นหลัก สำหรับวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อ พบว่า ส่วนใหญ่มุ่งเน้นเพื่อความบันเทิง โดยเพศหญิงมีสัดส่วนสูงกว่า (53.49%) ขณะที่เพศชาย

อยู่ที่ 46.51% แสดงให้เห็นว่าการใช้สื่อเพื่อผ่อนคลายและความสนุกสนานเป็นแรงจูงใจหลักของทั้งสองเพศ ในด้านแพลตฟอร์มที่ใช้ พบว่า Instagram และ TikTok เป็นแพลตฟอร์มหลัก โดยเพศชายมีสัดส่วนการใช้งาน สูงกว่าเล็กน้อย (51.16%) เมื่อเทียบกับเพศหญิง (48.84%) สะท้อนถึงความนิยมของสื่อรูปแบบวิดีโอสั้นและ ภาพในกลุ่มนักเรียน สำหรับการรับรู้ข่าวปลอม พบว่านักเรียนส่วนใหญ่ “รู้จักข่าวปลอม” โดยเพศหญิง มีสัดส่วนสูงกว่า (55.81%) ขณะที่เพศชายอยู่ที่ 44.19% สอดคล้องกับผลด้าน “ทักษะการตรวจสอบข่าว” พบว่า เพศหญิงมีระดับทักษะสูงกว่า (58.14%) เมื่อเทียบกับเพศชาย (41.86%)

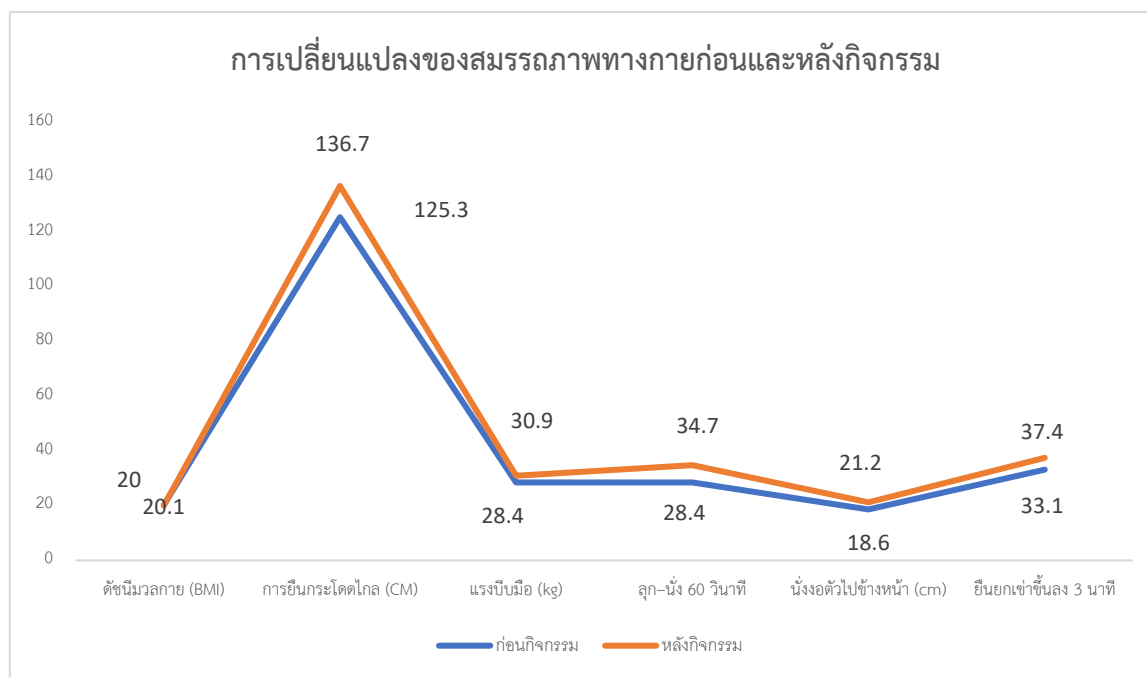
โดยสรุป นักเรียนมีพฤติกรรมการใช้สื่อในช่วงเวลาว่างส่วนใหญ่ เพื่อความบันเทิงเป็นหลัก และนิยม แพลตฟอร์มที่เน้นเนื้อหาสั้น ทั้งนี้ เพศหญิงมีแนวโน้มโดดเด่นในด้านการรับรู้และทักษะการตรวจสอบข่าวสาร ซึ่งอาจสะท้อนถึงความตระหนักด้านข้อมูลข่าวสารที่สูงกว่า

การเปรียบเทียบสมรรถภาพทางกายก่อนและหลังกิจกรรม จากการดำเนินการวิจัยในระยะที่ 2 ซึ่งใช้รูปแบบกิจกรรม “3F Model” ประกอบด้วย 1) Fun & Enjoy 2) Facile & Easy และ 3) Firm & Healthy กับกลุ่มตัวอย่างนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำนวน 43 คน พบว่า สมรรถภาพทางกายโดยรวมของ นักเรียนมีแนวโน้มพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้นอย่างชัดเจน โดยเฉพาะในรายการทดสอบที่เกี่ยวข้องกับ ความแข็งแรงของกล้ามเนื้อและความคล่องตัว ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสมรรถภาพทางกายก่อนและหลังกิจกรรม

รายการทดสอบ	ค่าเฉลี่ยก่อนกิจกรรม	ค่าเฉลี่ยหลังกิจกรรม	ค่าที่เพิ่มขึ้น
ดัชนีมวลกาย (BMI)	20.10	20.0	-0.10
การยืนกระโดดไกล (cm)	125.30	136.70	+11.40
แรงบีบมือ (kg)	28.40	30.90	+2.50
ลุก-นั่ง 60 วินาที	28.40	34.70	+6.300
นั่งงอตัวไปข้างหน้า (cm)	18.60	21.20	+2.60
ยืนยกเข่าขึ้นลง 3 นาที	33.10	37.40	+4.30

จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสมรรถภาพทางกายก่อนและหลังกิจกรรม พบว่านักเรียนมีการพัฒนา ในทุกรายการ โดยเฉพาะรายการ “ลุก-นั่ง 60 วินาที” ซึ่งเพิ่มขึ้นเฉลี่ยถึง 6.3 ครั้ง/นาที จากค่าเฉลี่ยเดิม 28.4 เป็น 34.7 คะแนน สะท้อนถึงการพัฒนาความแข็งแรงของกล้ามเนื้อลำตัวส่วนกลาง (Core strength) ซึ่งเป็น พื้นฐานสำคัญของการเคลื่อนไหวร่างกายที่ดีนอกจากนี้ รายการ “ยืนยกเข่าขึ้นลง 3 นาที” ยังแสดงให้เห็น การพัฒนาเชิงสถิติที่ชัดเจน โดยค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 33.1 เป็น 37.4 ครั้ง ซึ่งแสดงถึงการเพิ่มขึ้นของ ความทนทานของกล้ามเนื้อขา (Lower body endurance) และความสามารถในการควบคุมการหายใจ ขณะออกกำลังกาย (Breathing control)



ภาพที่ 2 การเปลี่ยนแปลงของสมรรถภาพทางกายก่อนและหลังกิจกรรม

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์สถิติเชิงเปรียบเทียบ (Paired t-test)

รายการทดสอบ	t-value	p-value	สรุปผล
การยืนกระโดดไกล (cm)	4.21	.000	มีนัยสำคัญ
แรงบีบมือ (kg)	3.78	.001	มีนัยสำคัญ
ลูก-นั่ง 60 วินาที	5.67	.000	มีนัยสำคัญ
นั่งอตัวไปข้างหน้า (cm)	3.15	.003	มีนัยสำคัญ
ยืนยกเข่าขึ้นลง 3 นาที	4.02	.000	มีนัยสำคัญ

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า รูปแบบกิจกรรม “3F Model” สามารถส่งเสริมสมรรถภาพทางกายของนักเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในรายการที่เกี่ยวข้องกับความแข็งแรงของกล้ามเนื้อและความคล่องตัว เช่น การลูก-นั่ง และการยืนยกเข่าขึ้นลง

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development : R&D) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากิจกรรมการออกกำลังกายและความรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ที่เหมาะสมสำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 รวมถึงการพัฒนารูปแบบกิจกรรมที่สามารถส่งเสริมสุขภาพและพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ได้อย่างเหมาะสม

ระยะที่ 1 การทดสอบสมรรถภาพของนักเรียนก่อนเข้าร่วมกิจกรรม พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่มีสมรรถภาพทางกายอยู่ในระดับปานกลางถึงต่ำ โดยเฉพาะรายการนั่งงอตัวไปข้างหน้าและยืนยกเข่าขึ้น-ลง 3 นาที ที่มีนักเรียนจำนวนมากอยู่ในเกณฑ์ “ต่ำมาก” ข้อมูลนี้สอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานสมรรถภาพทางกายของสำนักวิทยาศาสตร์การกีฬา กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2562) ที่ชี้ให้เห็นว่านักเรียนระดับมัธยมศึกษามีแนวโน้มเคลื่อนไหวน้อยลง และยังสอดคล้องกับงานของ นพดล นิมสุวรรณ (2563) ที่ระบุว่า นักเรียนระดับอุดมศึกษาที่ไม่มีการออกกำลังกายอย่างต่อเนื่องจะมีสมรรถภาพทางกายต่ำกว่ามาตรฐานเช่นกัน ด้านพฤติกรรมการใช้สื่อ นักเรียนส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือถือในการเข้าถึงสื่อออนไลน์ โดยนิยมใช้งานในช่วงเวลา 20.01–24.00 น. เป็นประจำ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความบันเทิง ซึ่งสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันที่เยาวชนไทยมีแนวโน้มใช้อุปกรณ์ดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2560)

ระยะที่ 2 ซึ่งเป็นการพัฒนาและดำเนินกิจกรรม ได้พัฒนารูปแบบกิจกรรมที่เรียกว่า 3F Model ซึ่งประกอบด้วย Fun & Enjoy (สนุกสนาน), Facile & Easy (ง่าย ไม่ต้องใช้อุปกรณ์), และ Firm & Healthy (เน้นสุขภาพแข็งแรง) โดยกิจกรรมถูกออกแบบให้เหมาะกับบริบทของโรงเรียน และสามารถทำได้โดยไม่ต้องใช้เครื่องมือพิเศษ ผลจากการดำเนินกิจกรรมพบว่า นักเรียนมีความกระตือรือร้นมากขึ้น และสมรรถภาพทางกายดีขึ้นในหลายรายการ เช่น รายการลุก-นั่ง 60 วินาที ที่มีนักเรียนชายอยู่ในเกณฑ์ “ดีมาก” ถึงร้อยละ 95.65 และนักเรียนหญิงร้อยละ 85 สะท้อนถึงควมมีประสิทธิภาพของกิจกรรมอย่างชัดเจน ผลดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนชาย ภูวกรกิจ และคณะ (2565) พบว่าการออกกำลังกายผ่านสื่อสังคมออนไลน์สามารถส่งผลดีต่อพฤติกรรมออกกำลังกายด้วยตนเองของผู้สูงอายุ เช่นเดียวกับในงานวิจัยนี้ที่ใช้สื่อสังคมเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการเรียนรู้และการเคลื่อนไหว

ระยะที่ 3 พบว่านักเรียนมีความพึงพอใจต่อรูปแบบกิจกรรมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) โดยเฉพาะในด้านที่ส่งผลต่อสุขภาพร่างกาย (ค่าเฉลี่ย 4.46) และสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง ผลการประเมินนี้ยืนยันว่ารูปแบบกิจกรรม 3F Model ที่พัฒนาขึ้นสามารถตอบสนองต่อความต้องการและบริบทของนักเรียนได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การพัฒนารูปแบบกิจกรรม และสามารถส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมสุขภาพที่ดีขึ้นในระยะสั้นได้เป็นอย่างดีสอดคล้องกับ มนชาย ภูวกรกิจ และคณะ (2565) ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบการออกกำลังกายผ่านสื่อสังคมออนไลน์และความสามารถในการออกกำลังกายด้วยตนเองของผู้สูงอายุ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการออกกำลังกายของผู้สูงอายุผ่านสื่อสังคม ออนไลน์ และอิทธิพลของรูปแบบการออกกำลังกายผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ที่มีต่อความสามารถในการ ออกกำลังกายด้วยตนเองของผู้สูงอายุ และสอดคล้องกับนพดล นิมสุวรรณ (2563) ได้ศึกษาเรื่องสมรรถภาพทางกายและพฤติกรรมออกกำลังกายของนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชารายน้ำในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับสมรรถภาพทางกายของนักศึกษา ศึกษาความรู้เจตคติและพฤติกรรมออกกำลังกายของนักศึกษา ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เจตคติ พฤติกรรมออกกำลังกายของนักศึกษา

กับปัจจัยส่วนบุคคลกับเพศ และ ชั้นปี และหาแนวทางกระตุ้นและส่งเสริมให้นักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ ออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1.1 รูปแบบกิจกรรม Fun & Enjoy, Facile & Easy และ Firm & Healthy มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมสุขภาพและพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์อย่างรู้เท่าทัน จึงควรขยายผลไปยังระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นอื่น ๆ หรือในระดับประถมศึกษาตอนปลาย เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องและพัฒนาทักษะด้านสุขภาวะอย่างยั่งยืน

1.2 กิจกรรมนี้สามารถช่วยส่งเสริมทั้งสมรรถภาพทางกายและทักษะชีวิตในยุคดิจิทัล โรงเรียนควรนำไปเชื่อมโยงกับรายวิชาสุขศึกษา พลศึกษา หรือกิจกรรมแนะแนว เพื่อให้นักเรียนได้ฝึกฝนต่อเนื่องในแผนการเรียน

1.3 ควรจัดกิจกรรมในลักษณะของเกม การแข่งขัน หรือการสะสมแต้มแลกรางวัล เพื่อสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการยกย่องนักเรียนที่มีพฤติกรรมดีเด่น เพื่อสร้างแบบอย่างที่ดีให้กับเพื่อนร่วมชั้น

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาครั้งต่อไปควรออกแบบให้มีการเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มที่ได้รับกิจกรรมกับกลุ่มที่ไม่ได้รับ เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพของกิจกรรมได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

2.2 ขยายกลุ่มตัวอย่างให้หลากหลายขึ้น เช่น ศึกษาในโรงเรียนต่างพื้นที่ หรือโรงเรียนต่างประเภท (เช่น รัฐบาล/เอกชน) เพื่อดูความเหมาะสมของรูปแบบกิจกรรมในบริบทที่หลากหลาย และเพิ่มโอกาสในการนำไปใช้งานจริงในวงกว้าง

2.3 เพิ่มเติมเนื้อหาเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อเชิงลึก เช่น การรู้เท่าทันข้อมูลปลอม (Fake News), การจัดการกับการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ (Cyberbullying) และการสร้างสมดุลระหว่างโลกออนไลน์กับชีวิตจริง เพื่อให้นักเรียนมีภูมิคุ้มกันในเชิงลึกมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

นพดล นิมสุวรรณ. (2563). สมรรถภาพทางกายและพฤติกรรมการออกกำลังกายของนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาว่ายน้ำในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.

<https://so02.tcithaijo.org/index.php/edupsu/article/view/241729>

ปรียาภรณ์ ประยงค์กุล และ สุภาวดี เจริญวานิช. (2567). พฤติกรรมการติดโทรศัพท์มือถือในเด็ก: ผลกระทบและการป้องกัน. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*, 32(4), 109-116.

<http://li01.tci-thaijo.org/index.php/tstj>

มนชาย ภูวกรกิจ, ธัญชัย เฉลิมสุข และปรีชา ทับสมบัติ. (2565). รูปแบบการออกกำลังกายผ่านสื่อสังคมออนไลน์และความสามารถในการออกกำลังกายด้วยตนเองของผู้สูงอายุ. *วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 9(1), 118-137.

<https://so14.tci-thaijo.org/index.php/jlams/issue/view/10>

มนัสชนนท์ เอกโกวัฒน์. (2567). การใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์.

<https://prt.parliament.go.th/items/ac24bd27-871b-4f0f-995d-7ab9dbf41a76/full>

สำนักงานสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2560). *ขยับกับออกกำลังกายต่างกันอย่างไร*.

<https://www.shorturl.asia/nPQv9>

สำนักวิทยาศาสตร์การกีฬา กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). *แบบทดสอบและเกณฑ์มาตรฐานสมรรถภาพร่างกายของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา (อายุ 13 – 18 ปี)*.

http://www.sesalpglpn.go.th/wp-content/uploads/2021/06/physical-fitness-test_62.pdf

สุเทพ ภิญโญสวัสดิ์สกุล. (2560). พฤติกรรมการออกกำลังกายของครูพลศึกษาในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 39. [วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สุพิตร สมาชิกโต. (2549). *การสร้างแบบทดสอบและเกณฑ์มาตรฐานสมรรถภาพทางกายที่สัมพันธ์กับสุขภาพสำหรับเด็กไทย อายุ 7 - 18 ปี (รายงานการวิจัย)*. พี.เอส.ปรีนท์.

คำแนะนำในการเตรียมบทความเพื่อลงตีพิมพ์ใน วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

นโยบายการพิจารณากลับกรองบทความ (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 โดยกระบวนการพิจารณากลับกรองนี้ ผู้ทรงคุณวุฒิจะไม่สามารถทราบชื่อของผู้ส่งบทความ (Double-Blind Process) และบทความที่จะลงตีพิมพ์ในวารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จะต้องเป็นบทความที่ไม่เคยได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่น ๆ การละเมิดลิขสิทธิ์เป็นความรับผิดชอบของผู้ส่งบทความโดยตรง

ข้อตกลงของวารสาร

ผู้เขียนจะต้องชำระเงินค่าดำเนินการพิจารณาบทความเพื่อลงตีพิมพ์วารสาร เมื่อบทความของท่านผ่านการอนุมัติจากคณะกรรมการตรวจประเมินเบื้องต้นในขั้นตอน Submission แล้วเท่านั้น (ห้ามโอนก่อน) โดยวารสารฯ จะแจ้งไปยังอีเมลให้ผู้เขียนชำระค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์ 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 มีเนื้อหาคความยาว 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 โดยบทคัดย่อควรระบุจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์โดยย่อของงานวิจัย ขอบเขตของงานวิจัยและผลวิจัยหลักและมีจำนวนคำไม่เกิน 350 คำ และไม่ควรมีการอ้างอิงถึงเอกสารการอ้างอิง

4) คำสำคัญ (Keywords) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ มีความยาวไม่เกิน 3-5 คำ

5) เนื้อหา (Contents) ประกอบด้วยหัวข้อต่อไปนี้

5.1 บทนำ เป็นส่วนที่นำเสนอความสำคัญของปัญหาที่ทำวิจัย เขียนให้กระชับและเข้าใจง่าย

5.2 วัตถุประสงค์การวิจัย เขียนเป็นความเรียงต่อเนื่องในย่อหน้าเดียว โดยแยกประเด็นการศึกษาให้ชัดเจนด้วยภาษาที่สั้นและกระชับ

5.3 สมมติฐานการวิจัย (ถ้ามี)

5.4 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เนื้อหาสำคัญ กระชับเข้าใจง่าย

5.5 วิธีดำเนินการวิจัย ประกอบด้วย รูปแบบการวิจัย ประชากรและตัวอย่าง (ระบุสูตรคำนวณขนาดตัวอย่าง) วิธีการสุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิธีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิธีรวบรวมข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

5.6 สรุปผลการวิจัย นำเสนอผลเป็นลำดับจากข้อมูลทั่วไปจนถึงข้อมูลเฉพาะเรื่อง โดยมุ่งเน้นการตอบคำถามตามวัตถุประสงค์การวิจัยเป็นหลัก อธิบายให้กระชับอาจควบคู่กับการใช้ตาราง กราฟ หรือภาพประกอบ

5.7 อภิปรายผลการวิจัย อภิปรายเพื่อให้คล้ายตามถึงความสัมพันธ์ หรือหลักการที่มาจากผลสนับสนุนหรือคัดค้านทฤษฎีที่มีผู้เคยนำเสนอ เปรียบเทียบผลการวิจัยและตีความหมายของผู้อื่น เน้นถึงปัญหาหรือข้อโต้แย้งในสาระสำคัญของเรื่อง ให้เขียนแยกย่อหน้าตามประเด็นที่อภิปราย

5.8 ข้อเสนอแนะ เป็นการเสนอผลที่สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้จริงในภาพรวมหรือเฉพาะกลุ่ม หรือเป็นข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต

5.9 เอกสารอ้างอิง

2. บทความวิชาการ (Article) เป็นการนำเสนอเรื่องทางวิชาการที่อยู่ในความสนใจของบุคคลทั่วไปในปัจจุบัน 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 (ถ้ามี)
5. ภาพประกอบ ให้วางภาพประกอบใกล้ตำแหน่งที่อ้างถึงในเนื้อหา โดยลำดับเลขของภาพ (ตัวหนา) และพิมพ์ชื่อภาพ (ตัวธรรมดา) เช่น ภาพที่ 1 ... ไว้ใต้ภาพและตรงกลาง และระบุแหล่งที่มา ที่มา: ... (ถ้ามี)

รูปแบบเอกสารอ้างอิง (References)

มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความพยายามที่จะพัฒนาคุณภาพวารสารสู่มาตรฐานสากล โดยมีเป้าหมายให้วารสารคงอยู่ในฐานข้อมูล TCI เพื่อให้วารสารได้มีโอกาสเข้าถึงผู้อ่าน และยกระดับความเป็นสากลของวารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดังนั้น กองบรรณาธิการวารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จึงกำหนดรูปแบบการเขียนเอกสารอ้างอิง การเรียงลำดับเอกสารอ้างอิง **กรณี** เอกสารอ้างอิงที่แปลเป็นภาษาไทยให้ยึดตัวอักษรในการเรียงลำดับ และตามด้วยเอกสารอ้างอิงเป็นภาษาอังกฤษ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ข้อกำหนดในการเขียนเอกสารอ้างอิง มีดังนี้

- 1.1 รูปแบบการอ้างอิงประยุกต์จากรูปแบบ **APA Style, 7th edition**
- 1.2 จำนวนบทความที่นำมาอ้างอิงต้องไม่เกิน 20 บทความ แต่ละบทความไม่ควรมีอายุเกิน 5 ปี (แต่หากเป็นบทความที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีซึ่งมีอายุมากกว่า 10 ปี อนุโลมให้นำมาใช้อ้างอิงได้)

2. วิธีการอ้างอิงในเนื้อหา (In-text Citation) และอ้างอิงท้ายเล่ม (Bibliography) โดยกำหนดและตัวอย่างดังนี้

ผู้เขียน/องค์กร/ แหล่ง/ประเภท	อ้างอิงท้ายเล่ม (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหน้าข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหลังข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)
1 คน	ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. (2564). อิทธิพลของการสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ และทัศนคติต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย. <i>วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์</i>, 5(1), 1-10. Eriksen, A. L. (2023). Enhancing mathematical reasoning in primary school with the strategic board game Othello. <i>European Conference on Games Based Learning</i>, 17(1), Article 1524. https://doi.org/10.34190/ecgbl.17.1.1524	ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2564) Eriksen (2023)	(ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์, 2564) (Eriksen, 2023)
2 คน	ฐิตารีย์ ศิริมงคล และ ณิชมนันท์ นิติวัดนะ. (2566). การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการบอกปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ของร้านกาแฟท้องถิ่น. <i>BU Academic Review</i>, 22(2), 95-116. Krejcie, R. V. and Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. <i>Educational and Psychological Measurement</i>, 30(3), 607-610. https://doi.org/10.1177/001316447003000308	ฐิตารีย์ ศิริมงคล และ ณิชมนันท์ นิติวัดนะ (2566) Krejcie and Morgan (1970)	(ฐิตารีย์ ศิริมงคล และ ณิชมนันท์ นิติวัดนะ, 2566) (Krejcie and Morgan, 1970)

ผู้เขียน/องค์กร/ แหล่ง/ประเภท	อ้างอิงท้ายเล่ม (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหน้าข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหลังข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)
3 คน ขึ้นไป	ชนกันันท์ ช่วยประครอง, สุวัฒน์ รักขันโท และ สมชัย ศรีนอก. (2565). การพัฒนาทักษะในการแก้ปัญหาโดยการเล่นเกมเป็นฐาน เรื่องนโยบายการเงินและการคลังของระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนดงตาลวิทยา. วารสารการบริหารจัดการและนวัตกรรม ท้องถิ่น, 4(6), 155-167. Robbins, S. P., Judge, T. A. and Campbell, T. T. (2017). <i>Organizational behavior</i> . Pearson Education.	ชนกันันท์ ช่วยประครอง และคณะ (2565) Robbins et al. (2017)	(ชนกันันท์ ช่วยประครอง และคณะ, 2565) (Robbins et al., 2017)
สถาบัน หรือ องค์กร - อ้างอิงครั้งที่ 1 (มีตัวย่อ) ใช้ตัวเต็มและตัวย่อ	สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2566). รายงานผล การประเมินการเรียนรู้ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ปีการศึกษา 2565. 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	สถาบันส่งเสริมการสอน วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (สสวท, 2566) World Intellectual Property Association (WIPO, 2014)	(สถาบันส่งเสริมการสอน วิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยี [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.	วรรณถ ศิริวัฒน์ (2563); สมชาย วัฒนกิจ (2564); สุชาติ พงศ์เกษม (2565)	(วรรณถ ศิริวัฒน์, 2563; สมชาย วัฒนกิจ, 2564; สุชาติ พงศ์เกษม, 2565)

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.	Miller (2018); Jones (2019); Smith (2020)	(Miller, 2018; Jones, 2019; Smith, 2020)
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 (2560 อ้างใน ธีรยุทธ บุญมี, 2561) Dewey (1910 as cited in Brookhart, 2017)	(สมพงษ์ จิตระดับ, 2560 อ้างใน ธีรยุทธ บุญมี, 2561) (Dewey, 1910 as cited in Brookhart, 2017)

ผู้เขียน/องค์กร/ แหล่ง/ประเภท	อ้างอิงท้ายเล่ม (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหน้าข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)	อ้างอิงหลังข้อความ (รูปแบบ/ตัวอย่าง)
- บทสัมภาษณ์ ไม่เผยแพร่สาธารณะ	ไม่อ้างอิง ไม่อ้างอิง	สุชาติ เรืองฤทธิ์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 มกราคม 2566) Green (personal communication, 2023, March 10)	(สุชาติ เรืองฤทธิ์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 มกราคม 2566) (Green, personal communication, 2023, March 10)
- บทสัมภาษณ์เผยแพร่ ในโทรทัศน์หรือ เว็บไซต์หรือบทความ	ชื่อ✓นามสกุล✓(วัน✓เดือน✓ปีที่สัมภาษณ์).✓สัมภาษณ์โดย ✓✓✓✓✓ ชื่อผู้สัมภาษณ์✓ชื่อแหล่งที่เผยแพร่✓URL (ถ้ามี) สุชาติ สุภาพ. (12 มิถุนายน 2565). สัมภาษณ์โดย กานต์วี สัจจา. มติชนสุดสัปดาห์. https://www.matichonweekly.com Porter, M. (2021, March 15). Interview by Sarah Lee. <i>Harvard Business Review</i> . https://hbr.org	สุชาติ สุภาพ (2565) 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, ลักขณ ยอดแคล้ว และ มาลีรัตน์ สาผิว. (2567). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจจำหน่าย ไม้ดอกไม้ประดับในเขต 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 ✓✓✓✓✓ ปริญญา]. 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✓(รายงานวิจัย ✓✓✓✓✓ เลขที่). 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 และ วชิโรบล โกศลวิทยานันต์. (2566). แรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว วัดพระมหาธาตุ ถ้ำนคร อำเภอมือง จังหวัดขอนแก่น. ใน กนกอร 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 วชิโรบล โกศลวิทยานันต์ (2566)	(ดารีกาญจน์ วิชาเดช และ วชิโรบล 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].✓ชื่อ ✓✓✓✓ การประชุม.✓URL(ถ้ามี) ชาญชัย สมบุญ. (2565, 20 มิถุนายน). การตลาดยุค AI [สไลด์นำเสนอ]. การประชุมการตลาดแห่งชาติ. https://www.marketingconf.ai/slide123 Chanachai, S. (2022, June 20). <i>AI-era marketing</i> [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✓(เอกสารประกอบการสอน).✓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 กาญจนะบุตร. (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 กาญจนะบุตร (2549) สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2564).	(กฤษฎ์ กาญจนะบุตร, 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 บรรทัดแรกของแต่ละรายการให้พิมพ์ขีดขอบซ้ายมือ 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 ชื่อหนังสือ ชื่อบทหนึ่งในหนังสือ ชื่อวารสาร ปีที่ของวารสาร ชื่อการประชุม ชื่อแผ่นพับ ชื่อวิทยานิพนธ์ ชื่อรายงานการวิจัย ชื่อเอกสารเว็บไซต์

Download รายละเอียดการเตรียมบทความเพื่อส่งตีพิมพ์ ได้ที่นี่

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



วารสารวิชาการและวิจัย

มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ