



ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2566

วารสารวิชาการ

สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ
(สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

Journal of Suvarnabhumi Institute of Technology
(Humanities and Social Sciences)



ISSN 2730-2725 (Online)



วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ
(สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

Journal of Suvarnabhumi Institute of Technology

(Humanities and Social Sciences)

ISSN: 2730-2725 (Online)

ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2566

Vol.9 No.2 July – December 2023

กำหนดออกวารสารทุก 6 เดือน (ปีละ 2 ฉบับ)

ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม

วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นแหล่งเผยแพร่ส่งเสริมและสนับสนุนให้คณาจารย์นักวิจัยนักวิชาการและนักศึกษาตลอดจนผู้สนใจทั่วไปได้มีโอกาสนำผลงานวิชาการและงานวิจัยในสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ได้แก่ ปรัชญาและศาสนารัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ นิติศาสตร์เศรษฐศาสตร์ การจัดการ บริหารธุรกิจ พัฒนาสังคมและการศึกษา

เจ้าของวารสาร

สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ

รูปแบบการดำเนินการกลั่นกรองบทความ

กองบรรณาธิการได้ให้ความสำคัญกระบวนการจัดทำวารสารตั้งแต่การคัดเลือกบทความและมีผู้ทรงคุณวุฒิที่พิจารณาถ้อยแถลงบทความบทความละ 3 ท่านในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง และมีความหลากหลายเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานทางวิชาการและในการประเมินใช้รูปแบบผู้ประเมินไม่ทราบชื่อผู้แต่งและผู้แต่งไม่ทราบชื่อผู้ประเมิน

วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) เป็นวารสารกลุ่มที่ 2 : วารสารที่ผ่านการรับรองคุณภาพของ TCI (ตั้งแต่ 1 มกราคม 2563 จนถึง 31 ธันวาคม 2567)

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในกองบรรณาธิการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ

คณะที่ปรึกษา

ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.วัลลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา

ศาสตราจารย์ ดร.บุญเรียง ขจรศิลป์

รองศาสตราจารย์ ดร.มนตรี โสคติยานุรักษ์

ดร.สยามพรทอง เนื้อดี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิติรัตน์ มีมาก

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)

อธิการบดีสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย

สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ

กองบรรณาธิการ

1. ศาสตราจารย์ ดร.สุภางค์ จันทวานิช

2. รองศาสตราจารย์ ดร.กัลยา วาณิชบัญชา

3. รองศาสตราจารย์ ดร.อิสระ สุวรรณบล

4. รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐฉิ พิมพา

5. รองศาสตราจารย์ ดร. สุบรรณ เอี่ยมวิจารณ์

6. รองศาสตราจารย์ ดร. ศศิเทพ ปิติพรเทพิน

7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุบล ธเนศชัยคุปต์

8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษ จรินทร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

มหาวิทยาลัยมหิดล

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยาลัยนานาชาติเซนต์เทเรซา

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ

ทหารลาดกระบัง

มหาวิทยาลัยบูรพา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Chulalongkorn University

Stamford International University

9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรีณยา เลิศพุทธรักษ์

10. ดร.กฤษดา เขียววัฒนากุล

11. Asst.Prof. Dr.Chenin Shen

12. Asst.Prof.Dr.William P.Wall

บรรณาธิการ

ดร.ชาลินี ปลุกผลงาม

สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

อาจารย์กนก ต้นวิบูลย์

สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ

คณะกรรมการกลั่นกรองบทความ (Peer review)

1. รองศาสตราจารย์ ดร.เนตร์พัฒนา ยาวีราช มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
2. รองศาสตราจารย์ ดร.พรหทัย ตันต์จิตานนท์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
3. รองศาสตราจารย์ ดร.ราณี อีสัยกุล มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
4. รองศาสตราจารย์ ดร.ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
5. รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษดา ตั้งชัยศักดิ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
6. รองศาสตราจารย์ ดร.วรภาณุจันต์ สุขสดเขียว มหาวิทยาลัยศิลปากร
7. รองศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
8. รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยะนาถ บุญมีพิพิธ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
9. รองศาสตราจารย์ ดร.ปิ่นกนก วงศ์ปิ่นเพชร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
10. รองศาสตราจารย์ ดร.กัมปนาท เพ็ญประภา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
11. รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิเทพ ปิติพรเทพิน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
12. รองศาสตราจารย์ ดร.อิทธิพัทธ์ สுவทันพรกุล มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
13. รองศาสตราจารย์ ดร.สุวรรณ เอี่ยมพิจารณ์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีทัต ตรีศิริโชติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชนนี เมธิโยธิน มหาวิทยาลัยบูรพา
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิภา นิรัตติกุล มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์ มหาวิทยาลัยบูรพา
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชานาณินธุ์ สัจจชัยพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์พรรณ สุจารินพงศ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุจิรัตน์ พัฒนถาบุตร มหาวิทยาลัยขอนแก่น
21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรสิทธิ์ เจริญพุดม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชีรา ธนาวุฒิ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวุฒิ โรจนนิรัตติกุล สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัทมาวรรณ จินดารักษ์ มหาวิทยาลัยพายัพ
25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรมงคล นิมจิตต์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุทัยรัตน์ เมืองแสน มหาวิทยาลัยศรีปทุม
27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรวินท์ เขมะพันธุ์มนัส มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
28. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐวุฒิ ฐู่แทนคุณ มหาวิทยาลัยสยาม
29. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วราลักษณ์ วงศ์โดยหวัง ศิริเจริญ มหาวิทยาลัยศิลปากร
30. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณณี ครอบพาณิชย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
31. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุบล ธเนศชัยคุปต์ วิทยาลัยนานาชาติเซนต์เทเรซา
32. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษ จรินโท สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
33. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศจี จิระโร มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
34. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สายสุดา เตียเจริญ มหาวิทยาลัยศิลปากร
35. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พินัย วิถีสวัสดิ์ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ
36. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตติรัตน์ มีมาก สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ
37. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัญญ์พัสวี กล่อมธงเจริญ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

- | | |
|---|--|
| 38. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชวลิต เกิดทิพย์ | มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ |
| 39. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรัญญา แสงอัมพร | มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย |
| 40. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สงวน อินทร์รักษ์ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 41. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุวรี ญาณปรีชาเศรษฐ์ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 42. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยอดยิ่ง ธนทวี | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 43. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วลัยพร สุขปลั่ง | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี |
| 44. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนีนาถ ฦ สุนทร | มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น |
| 45. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์เทพ จิระโร | วิทยาลัยนานาชาติเซนต์เทเรซา |
| 46. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร วรรณสถิตย์ | มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |
| 47. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศินันท์ ศิริธาดากุลพัฒน์ | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 48. Asst.Prof.Dr.Will P.Wall | Stamford International University |
| 49. Asst.Prof. Dr.Chenin Shen | Chulalongkorn University |
| 50. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชูจิต ธีรพงษ์ | มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ |
| 51. ดร.ศุภสิทธิ์ เลิศบัวสิน | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 52. ดร.ธนพงษ์ จำปาหอม | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน |
| 53. ดร.ธัชชพรรณณ ศิริเวช | นักวิชาการอิสระ |
| 54. ดร.ชิตาพร พิศลยบุตร โต้ะวิเศษกุล | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 55. ดร.ชุตินา โลงังจิต | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา |
| 56. ดร.ณัฐวัฒน์ วงศ์ศิริคุณากร | นักวิชาการอิสระ |
| 57. ดร.ณพิชญา เฉิดโฉม | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย |
| 58. ดร.วิทยา ปิ่นทอง | สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ |
| 59. ดร.ศรายุทธ โชคชัยวรรรัตน์ | นักวิชาการอิสระ |
| 60. ดร.ณัฐพล บัวเปลี่ยนสี | มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ |
| 61. ดร.นภาพร สิงห์นวล | มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ฯ |
| 62. ดร.โรจนลักษณ์ จักรไพรวงศ์ | มหาวิทยาลัยมหิดล |
| 63. ดร.รชฎ จันทน์น้อย | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 64. ดร.สุธาศิณี สุศิวะ | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 65. ดร.ธวัชชัย อยู่เจริญ | นักวิชาการอิสระ |
| 66. ดร.วรรณวิศา สีนุสรณ์ คล้ายจำแลง | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 67. ดร.สันตุสิทธิ์ บริวงษ์ตระกูล | มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี |
| 68. ดร.อรพินท์ บุญสิน | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช |
| 69. ดร.บุญลดา คุณาเวชกิจ | มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม |
| 70. ดร.ชมพูนุช พูลทัตฐาน | สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ |
| 71. ดร.ชัยภูานุช โมราศิลป์ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย |
| 72. ดร.ดวงพร คงพิกุล | มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม |
| 73. ดร.สาริศา เจนเข้ว่า | วิทยาลัยนครราชสีมา |
| 74. ดร.รัชกฤษ ธนพัฒน์ดล | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| 75. ดร.ไพรินทร์ ทองภาพ | มหาวิทยาลัยบูรพา |

- | | |
|------------------------------------|------------------------------------|
| 76. ดร.อนุสรณ์ นามประดิษฐ์ | สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ |
| 77. ดร.กฤษดา เขียววัฒนกุล | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี |
| 78. ดร.ดนุพล แสงนาค | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 79. พลเอก ดร.ธนัญฐ์ ยิ่งเฟื่องมนต์ | ข้าราชการกระทรวงกลาโหม |
| 80. ดร.เสริมสิทธิ์ สร้อยสอดศรี | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 81. ดร.ชาตยา นิลพลับ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน |
| 82. ดร.ประกาย วุฒิพิพัฒน์พงศ์ | นักวิชาการอิสระ |

สำนักงานกองบรรณาธิการวารสาร

55/56 ถนนหนามแดง-บางพลี ซอยสามมิตร ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี
จังหวัดสมุทรปราการ 10540
โทรศัพท์: 02 337 3341

เว็บไซต์วารสาร : <https://www.tci-thaijo.org/index.php/svittj/index>

บทบรรณาธิการ

วารสารวิชาการเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ฉบับนี้ได้เข้าสู่ปีที่ 9 และฉบับนี้เป็นฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม 2566 บทความในวารสารเล่มนี้เกี่ยวกับการบริหาร การศึกษาการบริหารธุรกิจกฎหมายการท่องเที่ยวและวรรณกรรมด้านภาษารวมทั้งสิ้น 30 บทความ ทุกบทความ ที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารฉบับนี้ได้ผ่านการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิที่เชี่ยวชาญเฉพาะสาขาที่มาจาก หลากหลายสถาบัน จำนวน 3 ท่าน เพื่อให้ได้บทความที่มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานกองบรรณาธิการ วารสารวิชาการเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) หวังเป็นอย่างยิ่งว่าวารสาร ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ในมุมมองประเด็นต่าง ๆ ทางวิชาการและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของนักวิจัยนักวิชาการ และผู้อ่านทุกท่านจึงขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิและทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐาน วารสารฉบับนี้

ดร.ชาลินี ปุณณผลงาม
บรรณาธิการ

สารบัญ

หน้า

บทความวิจัย

- 1 การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการศึกษาสำหรับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษของศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง สังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ
อุ๋นใจ จาวโกนันท 1
- 2 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง
อัญสุรียา นามเหล่า ธนินาฏ ฌ สุนทร และ สุจิตรา โอสถอภิรักษ์ 14
- 3 พฤติกรรมการซื้อ กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดและการจัดการโลจิสติกส์
ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันในยุควิถีใหม่ของประชาชน
ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
นิยม กริมใจ 26
- 4 การศึกษาสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา
ชลบุรี ระยอง
ปริญญญา บุญผ่อง ธนินาฏ ฌ สุนทร และ สุจิตรา โอสถอภิรักษ์ 41
- 5 ภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่
การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3
สุพิชญธิดา พิมพ์พา และ โสภณ เพ็ชรพวง 50
- 6 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล
ธนากร มิติริ และ รุจิภาส โพธิ์ทองแสงอรุณ 64
- 7 การจำแนกปัจจัยและจัดกลุ่มพฤติกรรมการณ์ตระหนักรู้ต่อการฉีดวัคซีนป้องกัน
โรคระบาดโควิด-19 (COVID-19) ของผู้สูงอายุในเขตบางแค
ประกาศ ปาวา ทองสว่าง กันต์ธนัท วงษ์สิริมนตรี ประวีณ ไม้เกตุ และ เบญจมาภรณ์ จันท 78
- 8 ผลการจัดการเรียนรู้เชิงรุกที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาหน้าที่พลเมือง
ในชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนบ้านห้วยโรงนอก สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
ประถมศึกษาแพร่ เขต 1
ศุภศิษฏ์ ทองคำ, นภาพรณ ธีัญญา, วรญา ภูเสตวงษ์ และ อติศร ศิริ 92

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
9 การพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันจิตวิญญาณในการทำงานสำหรับบุคลากรสำนักวิทยบริการ และเทคโนโลยีสารสนเทศมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร <i>พงศกร โพธิ์งาม, รัตติกรณ์ จงวิศาล และ วัตสาตรี ดิถียนต์</i>	106
10 แนวทางการพัฒนาทักษะการทำงานฝ่ายการผลิตเพื่อให้สามารถทำงานทดแทนได้ทุกแผนก: กรณีศึกษา บริษัท ABC จำกัด <i>ธนิต สุธีรังกูร สุชนนี เมธิโยธิน ไพรินทร์ ทองภาพ และบัณฑิต เสาวภาภรณ์</i>	118
11 ภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียน ในเครือข่ายสาสน์ <i>ปัทิตตา บุญนาค และ โสภณ เพ็ชรพวง</i>	136
12 แนวทางการจัดการนวัตกรรมของอุตสาหกรรม อสังหาริมทรัพย์ ภายหลัง สภาวะวิกฤต์ จาก การแพร่ระบาดของโรค โควิดไวรัส19 จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ <i>อภิชัย ชุ่มชื่น เชาวฤทธิ์ เชาวแสงรัตน์ วรสิทธิ์ เจริญพุ่ม และชัชวาล แสงทองล้วน</i>	148
13 ปัจจัยการบริหารองค์กรที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริมใน กรุงเทพมหานคร <i>ภัสธารีย์ เรืองชัยพัฒนนะ และ ชาญเดช เจริญวิริยะกุล</i>	160
14 ศึกษารูปแบบแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชันที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนและ ผู้สูงอายุกรณีเจ็บป่วย <i>กิจกมน ไมตรี</i>	177
15 ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่กับพฤติกรรมการซื้อขายผลิตภัณฑ์สมุนไพร แปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวาย ในเขตจังหวัดปทุมธานี <i>ภูริณัฐ ยมกนิษฐ์ และ ปณิศา มีจินดา</i>	191

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทความวิจัย (ภาษาอังกฤษ)	
1 A STUDY ON GEN Y CONSUMERS' ONLINE PURCHASE INTENTION OF ORGANIC FOOD IN HO CHI MINH, VIETNAM <i>Prasit Wacharachaisophonsiri</i>	207
2 PREDICTING PURCHASE INTENTION AND ONLINE BEHAVIOR OF GRADUATE STUDENTS IN CHENGDU, SICHUAN PROVINCE, CHINA <i>Yiwo Chen</i>	220
3 INFLUENCING FACTORS OF SWITCHING INTENTION AND INTENTION TO USE PERSONAL CLOUD STORAGE SERVICES AMONG GRADUATES IN HANGZHOU, CHINA <i>Pan Li</i>	233
4 INFLUENCING FACTORS OF DATA REUSE INTENTION OF SOCIAL SCIENCE RESEARCHERS: A STRUCTURAL EQUATION MODELING APPROACH <i>Xiang Chen and Poonphon Suesaowaluk</i>	245
5 DETERMINING SIGNIFICANT FACTORS OF YOUNG CONSUMERS' ATTITUDES AND PURCHASE INTENTIONS OF WINE IN SICHUAN, CHINA <i>Yu Zhang</i>	259
6 DETERMINANTS INFLUENCING THE LEARNING SATISFACTION OF ONLINE ART EDUCATION FOR POSTGRADUATES IN PUBLIC UNIVERSITIES IN SICHUAN, CHINA <i>Yijian Wang</i>	272
7 INVESTIGATION ON THE USE BEHAVIOR OF MOBILE VIDEO APPS AMONG GEN Z STUDENTS IN CHONGQING, CHINA <i>Ran Wei</i>	285
8 THE PERCEPTION OF COLLEGE STUDENTS TOWARDS BEHAVIORAL INTENTION TO USE CHAOXI ONLINE LEARNING PLATFORM IN CHENGDU, CHINA <i>Xiaoli Liu</i>	300

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
9 FINANCE-SPECIFIC DETERMINANTS OF MERGERS AND ACQUISITIONS-TYPE FDI: FIRM-LEVEL ANALYSIS FOR THAILAND <i>Benjalux Sakunasingha, Hikari Ishido, and Licheng Liang</i>	311
10 BITCOINS: MONEY OF THE FUTURE? <i>Witaya Pintong</i>	327
11 FACTORS INFLUENCING EMPLOYEE PERFORMANCE: A CASE OF FANGGUANG (BEIJING) INTERNATIONAL EXHIBITION SERVICE CO., LTD. <i>Hongsheng Yin and Poompichai Tarndamrong</i>	341
บทความวิชาการ	
1 การเรียนการสอนวิทยาศาสตร์สำหรับผู้เรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานในศตวรรษที่ 21 <i>ณัฐฐา รัตนปัญญา วริศนันท์ เดชปานประสงค์ และมนูญพงศ์ ชัยพันธ์</i>	359
2 การมีส่วนร่วมของชุมชนท่องเที่ยววิถีแห่งนวัตกรรม <i>บัณฑิต เสาวภาภรณ์ และ สุพิชฌาย์ เพ็ชรสดใส</i>	372
3 การพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัยด้านการธำรงรักษาแรงงานข้ามชาติอาเซียนสัญชาติเมียนมา กัมพูชา และลาวหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ <i>ดวงพร คงพิกุล</i>	381
4 การเกื้อหนุนของครอบครัวต่อผู้สูงอายุในประเทศไทย <i>สุวรรณี จริยะพร</i>	394

การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการศึกษาสำหรับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษของศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง สังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ

อุ๋นใจ จาวโกนันท์

นักศึกษาระดับปริญญาโท, ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษาและภาวะผู้นำ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น

PARENTS' PARTICIPATION IN EDUCATION MANAGEMENT OF SCHOOL FOR CHILDREN WITH SPECIAL NEEDS IN CENTRAL SPECIAL EDUCATION CENTER UNDER THE SPECIAL EDUCATION BUREAU

Ounjai Jawgonunt

Master's Student, Educational Administration and Leadership, Saint John's University, Thailand

E-mail: Ounjaijawgonunt@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received) 19 ตุลาคม 2565

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 26 มกราคม 2566

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 4 กุมภาพันธ์ 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการศึกษาสำหรับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษของศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง และเพื่อเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการศึกษาสำหรับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษของศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง โดยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ประชากรที่ในการวิจัย คือ ผู้ปกครองทั้งหมดของนักเรียนที่มารับบริการที่ศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง จำนวน 123 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการศึกษาสำหรับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ ในศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการติดต่อสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยสูงสุดและด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านอาสาสมัคร 2) ผลเปรียบเทียบ 2.1 จำแนกตามเพศ พบว่า โดยภาพรวม ผู้ปกครองเพศชายมีส่วนร่วมมากกว่าผู้ปกครองเพศหญิง 2.2 จำแนกอายุ พบว่าโดยรวมผู้ปกครองที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีส่วนร่วมมากที่สุด ผู้ปกครองที่มีอายุ 51-60 ปี มีส่วนร่วมน้อยที่สุด 2.3 จำแนกอาชีพ พบว่าผู้ปกครองที่มีอาชีพอิสระ/ ธุรกิจส่วนตัวมีส่วนร่วมมากที่สุด ผู้ปกครองที่ไม่มีรายได้ มีส่วนร่วมน้อยที่สุด และ 2.4 ระดับการศึกษา พบว่าผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีส่วนร่วมมากที่สุด ผู้ปกครองที่ไม่ได้รับการศึกษามีส่วนร่วมน้อยที่สุด

คำสำคัญ: การมีส่วนร่วม ผู้ปกครองนักเรียน เด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ การบริหารจัดการศึกษา

Abstract

The objectives of this research were to study the level of participation in educational management for children with special needs in Central Special Education Center and to compare the participation in educational management for children with special needs in Central Special Education Center as classified by gender, age, occupation and educational

level of the parents, the population was total 123 parents of students at Central Special Education Center. The instrument employed for collecting data was a set of questionnaires. The statistics used were frequency, percentage, mean and standard deviation. The results of the research found that 1) the parents' participation in the educational management for children with special needs in Central Special Education Center, as a whole was at a high level, the highest mean was communication, and the lowest mean was volunteering. 2) The results of comparing 2.1 When classified by gender, the male parents were more involved than the female parents. 2.2 classified by age, parents aged under 30 years were the most involved, and parents aged 51-60 years were less involved. 2.3 classified by occupation, parents had Self-employed/personal business were the most involved, parents had no income were less involved and 2.4 classified by educational level, post-graduate were the most involved, the uneducated parents were less involved.

Keywords: Participation, Student Parents, Children with Special Needs, Education Management

ความสำคัญและที่มาของงานวิจัย

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 4) พ.ศ.2562 ได้กำหนดสาระบัญญัติเรื่อง สิทธิและหน้าที่ทางการศึกษา ไว้ในหมวด 2 มาตรา 10 การจัดการศึกษา ต้องจัดให้บุคคลมีสิทธิและโอกาสเสมอกันในการรับการศึกษาขั้นพื้นฐานไม่น้อยกว่าสิบสองปีที่รัฐต้องจัดให้อย่างทั่วถึงและมีคุณภาพโดยไม่เก็บค่าใช้จ่ายการจัดการศึกษาสำหรับบุคคลซึ่งมีความบกพร่องทางร่างกาย จิตใจ สติปัญญา อารมณ์ สังคม การสื่อสารและการเรียนรู้ หรือมีร่างกายพิการ หรือทุพพลภาพหรือบุคคลซึ่งไม่สามารถพึ่งตนเองได้ หรือไม่มีผู้ดูแลหรือด้อยโอกาส ต้องจัดให้บุคคลดังกล่าวมีสิทธิและโอกาสได้รับการศึกษาขั้นพื้นฐานเป็นพิเศษ การศึกษาสำหรับคนพิการในวรรคสอง ให้จัดตั้งแต่แรกเกิดหรือพบความพิการโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย และให้บุคคลดังกล่าวมีสิทธิได้รับสิ่งอำนวยความสะดวก สื่อ บริการและความช่วยเหลืออื่นใดทางการศึกษา ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง การจัดการศึกษาสำหรับบุคคลซึ่งมีความสามารถพิเศษ ต้องจัดด้วยรูปแบบที่เหมาะสมโดยคำนึงถึงความสามารถของบุคคลนั้น (กระทรวงศึกษาธิการ, 2562, น.7) และในแผนพัฒนาคุณภาพการศึกษา ปี 2560-2564 ของศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง สำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ได้กำหนดบทบาทหน้าที่ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษา บทบาทหน้าที่ของ บิดา มารดา ผู้ปกครอง มีดังนี้ ให้ข้อมูลและร่วมวิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับชุมชน สภาพปัญหาความต้องการของผู้ปกครองและผู้เรียน ร่วมประชุมหารือ สัมมนา เพื่อกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายและความสำเร็จของศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง กับบุคลากรและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายร่วมศึกษาเรียนรู้แนวทาง เทคนิควิธีการในการดูแล บำบัดฟื้นฟูและพัฒนาศักยภาพของคนพิการ และนำความรู้ความสามารถที่ได้เรียนรู้ไปใช้พัฒนาคอนพิการอย่างต่อเนื่องร่วมนำเสนอและสะท้อนผลจากการประเมินคุณภาพภายในตามมาตรฐานการศึกษาของสถานศึกษาสู่กระบวนการพัฒนาคุณภาพการศึกษาของสถานศึกษาในปีต่อไปและให้ความร่วมมือในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง

ดังนั้นการจัดการศึกษาสำหรับผู้เรียนที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษในปัจจุบัน ระดับขั้นเตรียมความพร้อม เป็นการเตรียมนักเรียนเพื่อให้นักเรียนได้เข้ารับการศึกษาระดับขั้นพื้นฐานที่สูงขึ้น ในการจัดการศึกษาสำหรับนักเรียนที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ จำเป็นต้องอาศัยการร่วมมือจากหลายภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการ เพื่อให้เป็นไปตามสาระบัญญัติความมุ่งหมายและหลักการของพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 4) พ.ศ.2562 มาตรา 8 การจัดการศึกษาให้ยึดหลักดังต่อไปนี้ (2) ให้สังคมมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา มาตรา 9 (5) ระดมทรัพยากรจากแหล่งต่าง ๆ มาใช้ในการจัดการศึกษา (6) การมีส่วนร่วมของบุคคล ครอบครัว ชุมชน องค์กรชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เอกชนองค์กรเอกชน องค์กรวิชาชีพ สถาบันศาสนา สถานประกอบการ และสถาบันสังคมอื่น (กระทรวงศึกษาธิการ, 2562, น. 6-7) ซึ่งกระบวนการมีส่วนร่วมที่ถือได้ว่ามีบทบาทสำคัญในการจัดการศึกษาสำหรับผู้เรียนที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ คือ ผู้ปกครองนักเรียนที่มีส่วนร่วมในการส่งเสริมสนับสนุนให้นักเรียนได้รับการพัฒนาอย่างเต็มศักยภาพของแต่ละบุคคลเพื่อให้ได้รับการกระตุ้นและเสริมพัฒนาการได้อย่างเต็มที่และนำมาประยุกต์ในการดำเนินชีวิตประจำวันของนักเรียนได้ การบริหารจัดการศึกษาของศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง สังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ได้ให้บริการนักเรียนที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยเน้นในเรื่องการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการจัดการศึกษาสำหรับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษระดับขั้นเตรียมความพร้อม ในปัจจุบันนักเรียนทุกคนที่มารับบริการผู้ปกครองจะต้องมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา ซึ่งที่ผ่านมาพบว่า ยังมีนักเรียนบางส่วนที่ไม่สามารถมารับบริการ ที่ศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลางได้อย่างต่อเนื่อง อาจจะเป็นด้วยเหตุผลความจำเป็นบางประการ ดังนั้น หากมีการศึกษาหาข้อมูลเหตุผลความจำเป็นของนักเรียนบางส่วนที่ไม่สามารถมารับบริการที่ศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลางได้อย่างต่อเนื่อง ข้อมูลที่ได้จะเกิดประโยชน์สำหรับศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง สามารถจะนำมาหาแนวทางปรับปรุง พัฒนาเพื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้ปกครองและพัฒนาเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษอย่างครอบคลุมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญของการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการศึกษาสำหรับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษของศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง สังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของผู้ปกครอง เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ไปเป็นข้อมูลสารสนเทศในการกำหนดนโยบายและเป็นแนวทางในการบริหารจัดการศึกษาของศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง เพื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้ปกครองและเป็นประโยชน์ในการส่งเสริมพัฒนาศักยภาพของนักเรียนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการศึกษาสำหรับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษของศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง
2. เพื่อเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการศึกษาสำหรับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษของศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง โดยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และระดับการศึกษา

สมมติฐานของการวิจัย

ผู้ปกครองที่มีเพศ อายุ อาชีพ และระดับการศึกษา มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการศึกษาสำหรับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ ศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง สังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ แตกต่าง

ขอบเขตของงานวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร ผู้ปกครองของนักเรียนที่มารับบริการแบบไปกลับที่ศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง สังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ จำนวน 123 คน ของปีการศึกษา 2564

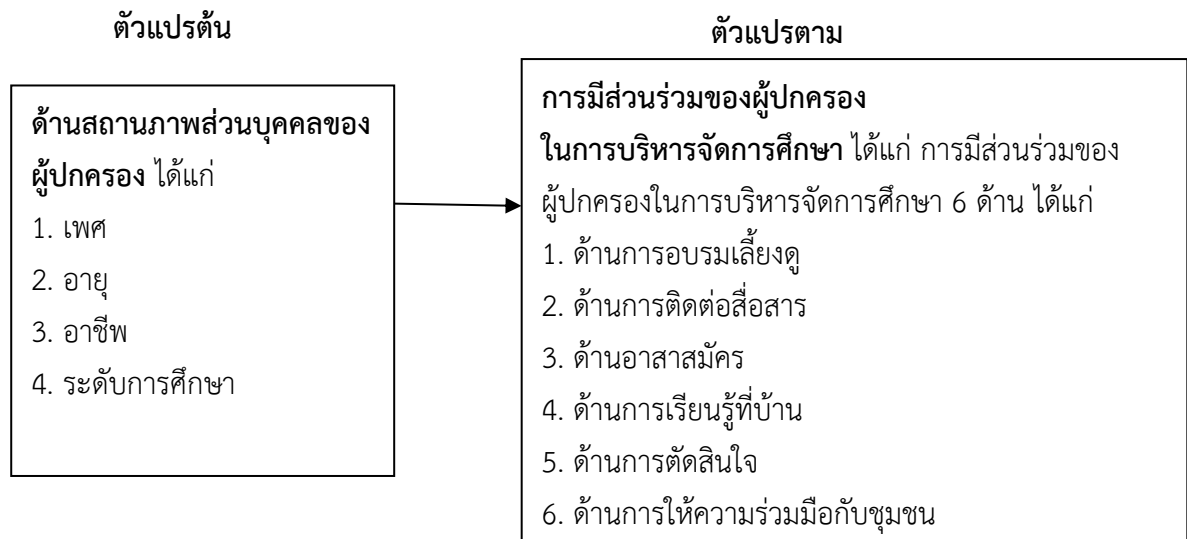
ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรต้น คือ ด้านสถานภาพส่วนบุคคล คือ 1) เพศ 2) อายุ 3) อาชีพ และ 4) ระดับการศึกษา
ตัวแปรตาม คือ การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการศึกษา ได้แก่ 1) ด้านการอบรมเลี้ยงดู 2) ด้านการติดต่อสื่อสาร 3) ด้านอาสาสมัคร 4) ด้านการเรียนรู้ 5) ด้านการตัดสินใจ 6) ด้านการให้ความร่วมมือกับชุมชน

ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการศึกษาในศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้าน จากแนวคิดการจัดศึกษาของโรงเรียน 6 แบบของ Eptein (1995) ดังนี้

1. ด้านการอบรมเลี้ยงดู
2. ด้านการติดต่อสื่อสาร
3. ด้านอาสาสมัคร
4. ด้านการเรียนรู้
5. ด้านการตัดสินใจ
6. ด้านการให้ความร่วมมือกับชุมชน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร คือ ผู้ปกครองทั้งหมดของนักเรียนที่มารับบริการแบบไป-กลับที่ศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง สังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ ปีการศึกษา 2564 จำนวน 123 คน (สำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ, 2564)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ตอน
ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ (checklist) ประกอบด้วย 1) เพศ 2) อายุ 3) อาชีพ และ 4) ระดับการศึกษา

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการศึกษาการศึกษา 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการอบรมเลี้ยงดู 2) ด้านการติดต่อสื่อสาร 3) ด้านอาสาสมัคร 4) ด้านการเรียนรู้ 5) ด้านการตัดสินใจ และ 6) ด้านการให้ความร่วมมือกับชุมชนเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ชนิด 5 ระดับ และมีการตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัยโดย นำแบบสอบถามเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ซึ่งคุณสมบัติของผู้ทรงคุณวุฒิคือ มีความเชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการศึกษา จำนวน 2 ท่าน มีความเชี่ยวชาญด้านสถิติและการวิจัยจำนวน 1 ท่าน วุฒิการศึกษาไม่น้อยกว่าปริญญาโท เพื่อพิจารณาตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Validity) และความถูกต้องของเนื้อหา (Content) โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ แล้วนำผลคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณค่า IOC ตามสูตร โดยข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 มีค่าความตรงใช้ได้ ส่วนข้อที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ได้นำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ ผลการหาค่า IOC = 1.00 มี 3 ข้อ ผลการหาค่า IOC = 0.67 มี 3 ข้อและ มีการปรับปรุงภาษาตามเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ขอนหนังสือจากวิทยาลัยปรัชญาและการศึกษา มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยเรื่องการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการศึกษาของผู้ปกครองถึงศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง สังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ

2. ผู้วิจัยดำเนินการส่งแบบสอบถามออนไลน์โดยตรงกับผู้ปกครอง และติดตามข้อมูลออนไลน์จากแบบสอบถามที่ได้รับจากผู้ปกครอง ศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง สังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ จำนวน 123 ฉบับ ได้รับกลับคืนมาจำนวน 102 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 82.93 นำแบบสอบถามที่รวบรวมมาได้ทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยมีแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลและวิธีการทางสถิติ ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ โดยการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ (Percentage)

2. วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์โดยใช้ค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) เปรียบเทียบโดยใช้ค่าเฉลี่ย พิจารณาเป็นรายข้อ และภาพรวมของคะแนนระดับการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการศึกษาสำหรับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษของศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง โดยมีการแปลผลข้อมูลโดยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด และบุญส่ง นิลแก้ว, 2561)

4.51 - 5.00 หมายความว่า ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในระดับมากที่สุด

3.51 - 4.50 หมายความว่า ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในระดับมาก

2.51 - 3.50 หมายความว่า ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในระดับปานกลาง

1.51 - 2.50 หมายความว่า ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในระดับน้อย

1.00 - 1.50 หมายความว่า ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในระดับน้อยที่สุด

เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการการศึกษาสำหรับเด็ก
ที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษของศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลางโดยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และระดับ
การศึกษา โดยค่าเฉลี่ย (μ)

ผลการวิจัย

จากการศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการการศึกษาสำหรับเด็กที่มีความ
ต้องการจำเป็นพิเศษของศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง สรุปผลวิจัยดังนี้

1. สถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิง จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 89.22
เพศชาย จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 10.78 มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 24.51 อายุ
31 - 40 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 47.06 อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และ
อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 11.76 มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างประจำ จำนวน
30 คน คิดเป็นร้อยละ 29.41 อาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 42.16 ไม่มีรายได้
จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 28.43

ระดับการศึกษา ไม่ได้ศึกษา จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.94 ต่ำกว่าอนุปริญญา จำนวน 43 คน
คิดเป็นร้อยละ 42.16 อนุปริญญาหรือเทียบเท่า จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 20.59 ปริญญาตรีจำนวน 31
คน คิดเป็นร้อยละ 30.39 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.92 มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือน ต่ำ
กว่า 10,000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 20.95

รายได้ 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 39.22 รายได้ 20,000 - 30,000
บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 27.45 รายได้ 30,000 - 40,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ
6.86 รายได้ 40,000 บาทขึ้นไป บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.88

2. การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการการศึกษาสำหรับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ
ในศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง สังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ พบว่าในภาพรวมของการมีส่วนร่วม
อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการติดต่อสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และด้านที่มีค่าเฉลี่ย
ต่ำสุด คือ ด้านอาสาสมัคร

2.1 ด้านการอบรมเลี้ยงดู ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า
ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ท่านดูแลให้นักเรียนรับประทานอาหารอย่างสม่ำเสมอ ข้อที่มีค่าเฉลี่ย
ต่ำสุด คือ ท่านดูแลให้นักเรียนออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ

2.2 ด้านการติดต่อสื่อสาร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ที่มี
ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ท่านสามารถติดต่อสอบถามข้อมูลของนักเรียนกับทางโรงเรียนได้อย่าง
รวดเร็ว และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านได้ร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับทางโรงเรียนในเรื่องพัฒนาการของ
นักเรียน

2.3 ด้านอาสาสมัคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่
ในระดับมากที่สุด คือ ท่านมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในโรงเรียน และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ
ท่านมีส่วนร่วมในการจัดหาทุน เพื่อพัฒนากิจกรรมต่าง ๆ ของทางโรงเรียน

2.4 ด้านการเรียนรู้ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ที่มีค่าเฉลี่ย อยู่
ในระดับมากที่สุด คือ ท่านมีส่วนร่วมในการกระตุ้น ส่งเสริมให้นักเรียนได้ทำกิจกรรมอย่างเต็มความสามารถ
และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านได้ร่วมประเมินผลการจัดกิจกรรมต่าง ๆ

2.5 ด้านการตัดสินใจ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ทางโรงเรียนเปิดโอกาสให้ท่านได้มีส่วนร่วม ในการนำผลการประเมินมาพัฒนา นักเรียน และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนการจัดประสบการณ์ของนักเรียน ร่วมกับครูผู้สอน

2.6 ด้านการให้ความร่วมมือกับชุมชน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ท่านมีความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนและ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านสนับสนุนการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการจัดการเรียนรู้

3. ผลการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการศึกษาสำหรับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษของศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง โดยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และระดับการศึกษา

3.1 การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการศึกษาสำหรับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ ในศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง สังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ โดยจำแนกตามเพศ พบว่า โดยภาพรวมและรายด้านผู้ปกครองเพศชายมีส่วนร่วมมากกว่าผู้ปกครองเพศหญิง

3.2 การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการศึกษาสำหรับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ ในศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง สังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ โดยจำแนกอายุ โดยภาพรวมผู้ปกครองที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีส่วนร่วมมากที่สุด ผู้ปกครองที่มีอายุ 51-60 ปี มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการศึกษาน้อยที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ปกครองอายุ 41-50 ปี ด้านการอบรมเลี้ยงดูและด้านการติดต่อสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ผู้ปกครองอายุต่ำกว่า 30 ปี ด้านอาสาสมัคร ด้านการตัดสินใจ และด้านการให้ความร่วมมือกับชุมชน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ผู้ปกครองอายุ 31-40 ปี ด้านการเรียนรู้ มีส่วนร่วมมากที่สุดการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการศึกษาสำหรับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ ในศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง สังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ โดยจำแนกอาชีพ พบว่า โดยภาพรวมผู้ปกครองที่มีอาชีพอิสระ/ ธุรกิจส่วนตัว มีส่วนร่วมมากที่สุด ผู้ปกครองที่ไม่มีรายได้ มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการศึกษาน้อยที่สุด และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ปกครองที่มีอาชีพอิสระ/ ธุรกิจส่วนตัว ด้านการอบรมเลี้ยงดู ด้านอาสาสมัคร ด้านการตัดสินใจ และด้านการให้ความร่วมมือกับชุมชน มีส่วนร่วมมากที่สุด ผู้ปกครองที่ไม่มีรายได้ ด้านการติดต่อสื่อสาร มีส่วนร่วมมากที่สุด ผู้ปกครองที่รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ ลูกจ้างประจำ ด้านการเรียนรู้ มีส่วนร่วมมากที่สุด การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการศึกษาสำหรับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ ในศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง สังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ โดยจำแนกระดับการศึกษา พบว่า โดยรวมผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีส่วนร่วมมากที่สุด ผู้ปกครองที่ไม่ได้ศึกษา มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการศึกษาน้อยที่สุด และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ด้านการอบรมเลี้ยงดู ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการเรียนรู้ ด้านการตัดสินใจ ด้านการให้ความร่วมมือกับชุมชน มีส่วนร่วมมากที่สุด ผู้ปกครองที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านอาสาสมัครมีส่วนร่วมมากที่สุด

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่องการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการศึกษาสำหรับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ ในศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง สังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการการศึกษาสำหรับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ ในศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง สังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ ทั้ง 6 ด้าน คือ ด้านการเลี้ยงดู ด้านการสื่อสาร ด้านอาสาสมัคร ด้านการเรียนรู้ ด้านการตัดสินใจ และด้านการให้ความร่วมมือกับชุมชน พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากผู้ปกครองได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการศึกษา เนื่องจากผู้ปกครองถือได้ว่าเป็นผู้ที่มีความสำคัญและมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษจึงเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กพิเศษ ซึ่งจะเห็นได้ว่านโยบายของศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง ก็ให้ความสำคัญของผู้ปกครองในการพัฒนานักเรียนและให้ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ ของนักเรียนตลอดเวลาที่อยู่ที่โรงเรียนเพื่อกระตุ้นพัฒนาการของเด็ก ดังปรากฏอยู่ในกลยุทธ์ ข้อที่ 1) ส่งเสริม สนับสนุนการมีส่วนร่วมของครอบครัวและภาคีเครือข่าย ในการจัดการศึกษาสำหรับผู้เรียนที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ และการจัดระบบการเชื่อมต่ออย่างมีคุณภาพตามมาตรฐานสากล (แผนพัฒนาการศึกษาศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2560 - 2564) และผู้ปกครองเองก็เห็นถึงความสำคัญของการศึกษาของเด็กพิเศษ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรัญดา แสงชมพู และธีรภัทร ภูโลภาส (2559) ที่ได้ทำการศึกษาและพบความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองและพฤติกรรมที่พึงประสงค์ของนักเรียน ซึ่งถ้าผู้ปกครองมีส่วนร่วม เอาใจใส่ เข้าร่วมกิจกรรมหรือเป็นตัวแทนในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ทำให้นักเรียนได้รับการดูแลที่ใกล้ชิดและส่งผลให้เกิดพฤติกรรมที่พึงประสงค์ของนักเรียนได้ และยังสอดคล้องกับ กรมสุขภาพจิต (2552) ที่กล่าวว่า “ลูก” เป็นรางวัลที่มีค่าสำหรับพ่อแม่ ทุกคนปรารถนาที่จะเลี้ยงดูลูกให้มีความสุข เติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่สุขภาพสมบูรณ์ มีความสามารถในการดำเนินชีวิต และยังสอดคล้องกับ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน (2544) ที่กล่าวว่า พ่อแม่ ผู้ปกครองควรเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาของเด็ก ตามโอกาสหรือเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่โรงเรียนจัดขึ้นนับจากนี้ไปพ่อแม่ผู้ปกครองจะมีบทบาทอันสำคัญยิ่งในการเข้าไปมีส่วนร่วม ในการจัดการศึกษาของเด็กและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการเลี้ยงดู ผลการวิจัยพบว่า การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการศึกษาสำหรับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ ในศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง สังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ ด้านการเลี้ยงดูในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งเป็นด้านที่ผู้ปกครองส่งเสริมและพัฒนานักเรียนในเรื่องร่างกายและการอบรมเลี้ยงดูจากที่กล่าวว่าผู้ปกครองเป็นครู 24 ชั่วโมง ทำให้มีความใกล้ชิดกับนักเรียนมากและผู้ปกครองยังเป็นผู้ที่ดูแลเรื่องความเป็นอยู่และอาหารเมื่อนักเรียนอยู่ที่บ้านสอดคล้องกับ สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา (2561) ที่กล่าวว่า เด็กต้องการความรักความเอาใจใส่และการดูแลอย่างใกล้ชิด การดูแลสุขภาพ โภชนาการและความปลอดภัยและการอบรมล่อมนเกล้าให้เด็กมีจิตใจดี มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น การอบรมเลี้ยงดูจึงเป็นแนวคิดสำคัญที่ครอบครัวและสถานศึกษาหรือสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยต้องปฏิบัติอย่างสอดคล้องต่อเนื่องกัน ด้านการติดต่อสื่อสาร ผลการวิจัยพบว่า การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการศึกษาสำหรับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ ในศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง สังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ ด้านการติดต่อสื่อสารในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด การติดต่อสื่อสารเป็นเรื่องสำคัญระหว่าง ผู้ปกครอง ครู และโรงเรียน และในปัจจุบันเทคโนโลยีทำให้การติดต่อสื่อสารสะดวก และรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับ คู่มือหลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2560 กล่าวว่า การติดต่อสื่อสารกับผู้ปกครองผู้สอนมีบทบาทสำคัญยิ่งในการสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปกครองกับสถานศึกษาควรเป็นการสื่อสารอย่างตรงไปตรงมา จริงใจ และให้ความเคารพซึ่งกันและกัน มีการสื่อสารหลายหลากช่องทาง และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Masa และ Mila (2017) ได้ศึกษาความสำคัญของการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองและการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมของโรงเรียน โดยองค์ประกอบที่สำคัญในการเรียนรู้ของนักเรียน ด้านการสื่อสารเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการเรียนรู้ของนักเรียน ด้านอาสาสมัคร

ผลการวิจัยพบว่า การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการศึกษาสำหรับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ ในศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง สังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ ด้านอาสาสมัครในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับกิตติ กรทอง (2552) การมีส่วนร่วมซึ่งสามารถแสดงในรูปการเป็นสมาชิกการเป็นผู้เข้าร่วมประชุม การเป็นผู้ให้เงินช่วยเหลือการบริจาคสิ่งของ การเป็นกรรมการในกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งในการดำเนินการจัดการศึกษาสำหรับเด็ก ที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ ซึ่งผู้ปกครองจะต้องมีส่วนร่วมในการพัฒนาเด็กและมีส่วนร่วม ในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ทำให้เด็กได้ร่วมทำกิจกรรมร่วมกับผู้อื่นได้เต็มศักยภาพด้านการเรียนรู้ ผลการวิจัยพบว่า การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการศึกษาสำหรับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ ในศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง สังกัดสำนักบริหาร งานการศึกษาพิเศษ ด้านการเรียนรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นถึงคำกล่าวที่ว่า พ่อแม่เป็นครู 24 ชั่วโมง และแสดงถึงการที่ผู้ปกครองได้เข้าร่วมศึกษาแนวทางการดูแล ฟื้นฟู และพัฒนาศักยภาพนักเรียน ซึ่งสอดคล้องกับศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง (2563) เด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ จะต้องได้รับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่เหมาะสม ด้วยปฏิสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเด็กกับพ่อแม่ เด็กกับผู้สอน เด็กกับผู้เลี้ยงดู หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการอบรมเลี้ยงดู การพัฒนา และให้การศึกษาแก่เด็กปฐมวัย เพื่อให้เด็กมีโอกาสพัฒนาตนเองตามลำดับขั้นของพัฒนาการทุกด้าน อย่างเป็นองค์รวม มีคุณภาพ และเต็มตามศักยภาพด้านการตัดสินใจ ผลการวิจัยพบว่า การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการศึกษาสำหรับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ ในศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง สังกัด สำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ ด้านการตัดสินใจ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก การตัดสินใจในการจัดการศึกษาสำหรับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษผู้ปกครอง ชุมชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจร่วมกันในการดำเนินกิจกรรมด้านต่างๆ ในการจัดการศึกษาและพัฒนาการศึกษา เช่น การกำหนดแผนพัฒนาสถานศึกษาและให้ความเห็นชอบ กำหนดแผนการจัดประสบการณ์ของเด็กร่วมกับผู้สอนและเด็ก มีส่วนร่วมในการประเมินผลพัฒนาการของเด็กซึ่งสอดคล้องกับ กรองกาญจน์ เชิดชัยวิชิตกุล (2550) ได้เสนอรูปแบบการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน คือการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ หมายถึง การร่วมกิจกรรมตั้งแต่การระบุปัญหาความต้องการและการจัดลำดับความสำคัญด้านการให้ความร่วมมือกับชุมชน ผลการวิจัยพบว่า การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการศึกษาสำหรับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ ในศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง สังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ ด้านการให้ความร่วมมือกับชุมชน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โรงเรียนเป็นหน่วยงานหนึ่งของสังคมและอยู่ในสังคมของประชาธิปไตย โรงเรียนควรเป็นของประชาชน จัดการเรียนการสอนโดยการรู้เห็นและความร่วมมือของประชาชน การมีส่วนร่วมของประชาชน จะต้องช่วยกันในการจัดการศึกษานั้น จะมีความเกี่ยวข้องกับชุมชน และประชาชนซึ่ง ศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลางเข้าไปมีส่วนร่วมกับการจัดกิจกรรมของผู้ปกครองและชุมชน โดยการสนับสนุนทรัพยากรเพื่อการศึกษาตามความเหมาะสมและจำเป็น พร้อมทั้งส่งเสริมให้ผู้ปกครอง ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมกับการจัดกิจกรรม สอดคล้องกับคำกล่าวที่ว่า จีรนันท์ อังกาสี (2551) โรงเรียนและชุมชนเป็นส่วนหนึ่งของกันและกัน การคิดหาเหตุผล การตัดสินใจ การแก้ไขปัญหาพร้อมกันทั้งสองฝ่ายระหว่างโรงเรียนกับชุมชน เป็นการมีส่วนร่วมในการพัฒนา เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการศึกษาสำหรับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษของศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง โดยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อครัวเรือนการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการศึกษาสำหรับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ ในศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง สังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ โดยจำแนกตามเพศ พบว่า โดยภาพรวมและรายด้านผู้ปกครองเพศชายมีส่วนร่วมมากกว่าผู้ปกครองเพศหญิง เนื่องจากบริบทของเพศชายส่วนใหญ่จะมีภาวะผู้นำ เช่นความคาดหวังให้เพศชายเป็นผู้นำในครอบครัว การตัดสินใจในด้านต่างๆ ดังนั้นเพศชายจึงมีส่วนร่วมในการบริหารงานของโรงเรียนมากกว่าเพศหญิง ซึ่งยัง

สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประยงค์ แสนสุข (2549) ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชน ต่อการดำเนินงานของโรงเรียนในสังกัด กรุงเทพมหานคร: ศึกษากรณีเขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนที่มีเพศแตกต่างกันมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของโรงเรียนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณรรวี เจริญสุข และพิภพ วงษ์เงิน (2557) ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยของประชาชน ในอำเภอบางสะพาน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ประชาชนที่มีเพศ ต่างกัน มีส่วนร่วมในการจัดการศึกษานอกระบบและการศึกษาตาม อัธยาศัย ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการ การศึกษาสำหรับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ ในศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง สังกัดสำนักบริหารงาน การศึกษาพิเศษ โดยจำแนกอายุ โดยภาพรวมผู้ปกครองที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีส่วนร่วมมากที่สุด เมื่อพิจารณา รายด้านพบว่า ด้านการอบรมเลี้ยงดูและด้านการติดต่อสื่อสาร ผู้ปกครองอายุ 41-50 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เนื่องจากผู้ปกครองที่ช่วงอายุ 41- 50 ปีมีประสบการณ์ในการดำเนินชีวิตและมีการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้สามารถอบรมเลี้ยงดูบุตรและติดต่อสื่อสารได้อย่างรวดเร็ว ด้านอาสาสมัคร ด้านการตัดสินใจ และด้าน การให้ความร่วมมือกับชุมชน ผู้ปกครองอายุต่ำกว่า 30 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เนื่องจากช่วงอายุนี้นี้จะมีการตัดสินใจ ที่รวดเร็ว ให้ความร่วมมือและช่วยเหลือสถานศึกษาได้ในหลากหลายรูปแบบ ด้านการเรียนรู้ ผู้ปกครองอายุ 31-40 ปี มีส่วนร่วมมากที่สุดเนื่องจากช่วงอายุ 31-40 ปี เป็นช่วงวัยทำงานที่สร้างครอบครัว การพัฒนา นักเรียนในด้านการเรียนรู้จึงเป็นสิ่งที่ผู้ปกครองในช่วงวัยนี้มีส่วนร่วมมากที่สุด และยังพบว่าผู้ปกครองที่มีอายุ 51-60 ปี มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการศึกษาน้อยที่สุดเนื่องจากผู้ปกครองในช่วงวัยนี้มีอายุค่อนข้างสูง ด้วย ภาวะสุขภาพจึงทำให้การมีส่วนร่วมค่อนข้างน้อยกว่าช่วงวัยอื่นๆ ซึ่งแตกต่างกับการศึกษาของ ธันย์ สุภาแสน (2563) ได้ศึกษา การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการจัดกิจกรรมพัฒนาการเด็กปฐมวัย โรงเรียนอนุบาลเอกชน จังหวัดเชียงใหม่พบว่า ผู้ปกครองในโรงเรียนอนุบาลเอกชน จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีเพศ อายุ การศึกษา ต่างกันมี ส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมพัฒนาการเด็กปฐมวัยไม่ต่างกันการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการ การศึกษาสำหรับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ ในศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง สังกัดสำนักบริหารงาน การศึกษาพิเศษ โดยจำแนกอาชีพ พบว่า โดยภาพรวมผู้ปกครองที่มีอาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว มีส่วนร่วมมากที่สุด และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการอบรมเลี้ยงดู ด้านอาสาสมัคร ด้านการตัดสินใจ และด้านการให้ ความร่วมมือกับชุมชน ผู้ปกครองที่มีอาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว มีส่วนร่วมมากที่สุด เนื่องจากผู้ปกครองที่มี อาชีพอิสระ/ ธุรกิจส่วนตัวจะมีการบริหารจัดการเรื่องเวลาได้อย่างอิสระทำให้การมีส่วนร่วมในด้านการอบรม เลี้ยงดู ด้านอาสาสมัครและด้านการให้ความร่วมมือกับชุมชนมาก และด้วยบริบทงานที่ทำมีความเป็นอิสระ จึงส่งผลให้การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจมีมากด้วย เนื่องจากการจัดการเรื่องเวลาและบริบทการทำงานที่ส่งผล ให้ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการศึกษาสำหรับเด็กด้วย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ มุฮัมหมัดนา ซิริน โต๊ะลู (2558) ได้ทำการศึกษามีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการจัดการศึกษาของโรงเรียนเอกชนสอนศาสนา อิสลาม ในจังหวัดปัตตานี พบว่า ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ต่างกันโดยรวมมีส่วนร่วมใน การจัดการศึกษาแตกต่างกัน ด้านการติดต่อสื่อสารผู้ปกครองที่ไม่มีรายได้ มีส่วนร่วมมากที่สุด เนื่องจาก ผู้ปกครองที่ตอบไม่มีรายได้ คือส่วนใหญ่คือทำหน้าที่เลี้ยงดูบุตรเป็นหลัก ทำให้มีเวลาในการติดต่อสื่อสารได้ อย่างรวดเร็ว ด้านการเรียนรู้ผู้ปกครองที่รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ ลูกจ้างประจำ มีส่วนร่วมมากที่สุด เนื่องจาก รูปแบบการทำงานทำให้ต้องมีเวลาที่มีการกำหนดค่อนข้างแน่นอน จึงทำให้การสอน การส่งเสริมให้นักเรียนมี การเรียนรู้สูง และยังพบว่าผู้ปกครองที่ไม่มีรายได้ มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการศึกษาน้อยที่สุดเนื่องจาก สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันที่สูงขึ้นมากเมื่อผู้ปกครองไม่มีรายได้การดำรงชีวิตในยุคปัจจุบันค่อนข้างลำบากจึง ส่งผลให้ไม่สามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาได้ การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการ

การศึกษาสำหรับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ ในศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง สังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ โดยจำแนกระดับการศึกษา พบว่า โดยรวมผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีส่วนร่วมมากที่สุดและเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการอบรมเลี้ยงดู ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการเรียนรู้ ด้านการตัดสินใจ ด้านการให้ความร่วมมือกับชุมชน ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีส่วนร่วมมากที่สุด อาจเนื่องจากระดับการศึกษาทำให้คนมีการพัฒนาด้านการคิด วิเคราะห์ การรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงในสังคม จึงส่งผลให้ผู้ปกครองมีทัศนคติที่ดีต่อการบริหารจัดการศึกษาสำหรับเด็ก ซึ่งสอดคล้องกับกัณญาณี ศรีสุรภักษ์ (2559) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการจัดการศึกษาของโรงเรียนพลูตาหลวงวิทยา สังกัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี จำแนกตามวุฒิการศึกษา พบว่า โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ด้านอาสาสมัคร ผู้ปกครองที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีส่วนร่วมมากที่สุด และยังพบว่าผู้ปกครองที่ไม่ได้ศึกษา มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการศึกษาน้อยที่สุดซึ่งแตกต่างกับกนกวรรณ บุญปลุก (2550) ศึกษาการมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาของผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนรัตนธิเบศร์จังหวัดนนทบุรี พบว่าเมื่อการเปรียบเทียบความแตกต่างการมีส่วนร่วม จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ปกครอง พบว่า ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาไม่สูงกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนปลายมีส่วนร่วมในด้านงานบุคลากรสูงกว่า ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาระดับอนุปริญญาตรีหรือเทียบเท่าโดยรวมผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีส่วนร่วมมากที่สุด และยังพบว่าผู้ปกครองที่ไม่ได้ศึกษา มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการศึกษาน้อยที่สุด ทั้งอาจด้วยเหตุผลของผู้ปกครองเองที่ไม่ได้ให้ความสำคัญด้านการศึกษาแม้แต่ของตนเอง ดังนั้นจึงส่งผลให้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการศึกษาของบุตรหลานน้อยลง

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการศึกษาสำหรับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ ในศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง สังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษในครั้งนี้มีข้อเสนอแนะดังนี้

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ด้านการเลี้ยงดู ผลการวิจัยพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำคือ การดูแลให้นักเรียนออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้นผู้ปกครองควรหากิจกรรมที่หลากหลายเพื่อดึงดูดความสนใจและส่งเสริมให้นักเรียนได้ออกกำลังกายอย่างมีความสุขและสม่ำเสมอโดยการจัดทำตารางการออกกำลังกายให้กับเด็กอย่างชัดเจน

2. ด้านการติดต่อสื่อสาร ผลการวิจัยพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำคือ การร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับทางโรงเรียนในเรื่องพัฒนาการของนักเรียนมีค่าเฉลี่ยต่ำดังนั้น ศูนย์การศึกษาพิเศษควรเปิดโอกาสให้ผู้ปกครองได้ร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับคุณครูหรือผู้เกี่ยวข้องในเรื่องพัฒนาการของนักเรียนเป็นประจำ หรือคุณครูร่วมแลกเปลี่ยนพัฒนาการของนักเรียนในแต่ละวันกับผู้ปกครองหลังจากนักเรียนรับบริการที่ศูนย์การศึกษาพิเศษ โดยจัดทำเป็นสมุดบันทึกไว้เป็นลายลักษณ์อักษร

3. ด้านอาสาสมัคร ผลการวิจัยพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำคือ การมีส่วนร่วมในการจัดหาทุน เพื่อพัฒนากิจกรรมต่าง ๆ ของทางโรงเรียน ดังนั้น ศูนย์การศึกษาพิเศษควรให้ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการจัดหาทุนเพื่อพัฒนากิจกรรมต่าง ๆ ของทางศูนย์การศึกษาพิเศษ เช่น การบริจาค การระดมทุนเพื่อการศึกษาและการจัดกิจกรรมต่าง ๆ

4. ด้านการเรียนรู้ ผลการวิจัยพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำคือ การร่วมแสดงความคิดเห็นในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ และการร่วมประเมินผลการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ดังนั้น ศูนย์การศึกษาพิเศษควรจัดให้ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในการจัดกิจกรรมและประเมินผลการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางศูนย์การศึกษา

พิเศษจัดขึ้น เช่น มีการสำรวจความต้องการของผู้ปกครองก่อนการจัดกิจกรรม การประเมินความพึงพอใจในการจัดกิจกรรม

5. ด้านการตัดสินใจ ผลการวิจัยพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำคือ การมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนการจัดประสบการณ์ของนักเรียนร่วมกับครูผู้สอนตั้งนั้น ศูนย์การศึกษาพิเศษควรเปิดโอกาสให้ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนจัดประสบการณ์ของนักเรียนร่วมกับครูผู้สอน

6. ด้านการให้ความร่วมมือกับชุมชน ผลการวิจัยพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำคือ การสนับสนุนการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการจัดการเรียนรู้ตั้งนั้น ศูนย์การศึกษาพิเศษควรให้ผู้ปกครองมีส่วนร่วมกับชุมชนในการสนับสนุนการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการจัดการเรียนรู้ เช่น สนามเด็กเล่น ห้องสมุดชุมชน วัด

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการศึกษาสำหรับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ ในศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง เพื่อพัฒนาการบริหารจัดการศึกษา

2. ควรศึกษาความต้องการของผู้ปกครองในการบริหารจัดการศึกษาสำหรับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษในศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง

เอกสารอ้างอิง

กนกวรรณ บุญปลูก. (2550). การมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาของผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนนรตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม).

กรมสุขภาพจิต (2552). คู่มือผู้ปกครอง...ใส่ใจเด็กวัยเรียน. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย .

กรองกาญจน์ เชิญชัยชिरากุล. (2550). การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการจัดการศึกษาปฐมวัยของโรงเรียนเอกชนในกลุ่มสมาคมสหศึกษา. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี).

กระทรวงศึกษาธิการ. (2562). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และแก้ไขเพิ่มเติมและที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2545. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุสภา.

กันธญาณี ศรีสุรศักดิ์. (2559). การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการจัดการศึกษาของโรงเรียนพลุดาหลวงวิทยาลัยสงฆ์จังหวัดชลบุรี. (งานนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา).

กิตติ กรทอง. (2552). การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการดำเนินการจัดการศึกษาระดับก่อน ประถมศึกษา ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในเขตอำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี).

จิรนนท์ อังกาสิ. (2551). การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองนักเรียนในการจัดการศึกษาและคุณลักษณะของนักเรียนโรงเรียนศิริราชบุรีวิทยาคาร สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสกลนคร เขต 1. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร).

ฉันทย์ สุภาแสน. (2563). การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการจัดกิจกรรมพัฒนาการเด็กปฐมวัยโรงเรียนอนุบาลเอกชน จังหวัดเชียงใหม่. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่).

บุญชม ศรีสะอาด และบุญส่ง นิลแก้ว. (2561). การอ้างอิงประชากรเพื่อใช้เครื่องแบบ มาตราส่วนประมาณค่ากับกลุ่มตัวอย่าง. วารสารการวัดผลการศึกษา มหาสารคาม, 3, 22-25.

- ประยงค์ แสนสุข. (2549). *การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการดำเนินงานของโรงเรียนในสังกัด กรุงเทพมหานคร: ศึกษาเฉพาะกรณีเขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร. (ภาคนิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์).*
- มุฮัมหมัดนาซีรีน โต๊ะลู (2558). *การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการจัดการศึกษาของโรงเรียนเอกชนสอน ศาสนาอิสลามในจังหวัดปัตตานี. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์).*
- วรรณรวี เจริญสุข และพิภพ วังเงิน. (2557). *การมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษานอกระบบและการศึกษาตาม อรรถศาสตร์ของประชาชน ในอำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. วารสารวิชาการ บัณฑิต วิทยาลัยสวนดุสิต, 10(1), 15-23.*
- วรัญดา แสงชมพู และธีรภัทร กุโลภาส. (2559). *การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของผู้ปกครอง กับพฤติกรรมที่พึงประสงค์ของนักเรียน ระดับประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษากรุงเทพมหานคร. วารสารอิเล็กทรอนิกส์ทางการศึกษา, 11(4), 876-889.*
- ศูนย์การศึกษาพิเศษ ส่วนกลาง. (2563). *แผนพัฒนาคุณภาพการศึกษา ปีการศึกษา 2560-2564. กรุงเทพฯ: เอกสารอัดสำเนา*
- _____. (2563). *หลักสูตรการศึกษาปฐมวัย สำหรับเด็กที่มีความต้องการจำเป็นพิเศษ ศูนย์การศึกษา พิเศษ ส่วนกลาง พุทธศักราช 2562 (ฉบับปรับปรุง). กรุงเทพฯ: เอกสารอัดสำเนา*
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน. (2544). *แนวปฏิบัติของพ่อแม่ผู้ปกครองในสถานศึกษาเอกชนเพื่อ การปฏิรูปการเรียนรู้ตาม พ.ร.บ. การศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี.*
- สำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ. (2564). *ระบบสารสนเทศการศึกษาพิเศษและการศึกษาสงเคราะห์. สืบค้น จาก http://www.specialset.bopp.go.th/set_index/index.php?page=student-center.php.*
- สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา. (2561). *คู่มือหลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2560 สำหรับเด็ก อายุ 3-6 ปี. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.*
- Epstein, J. L. (1995). School/ family/ community partnerships: Caring for the children we Share. *Phi Delta Kappan, 76(9), 701-702.*
- Maša, D. & Mila, B. (2017). Parental involvement as an important factor for successful Education. *Center for Educational Policy Studies Journal, 7(3), 137-158.*

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง

อัญสุรียา นามเหลา^{1*} ธเนศนาถ ฌ สุนทร² และ สุจิตรา โอสถอภิรักษ์³

¹ นักศึกษาปริญญาโท, ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษาและภาวะผู้นำ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น

^{2,3} อาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น

THE TRANSFORMATIONAL LEADERSHIP OF SCHOOL ADMINISTRATORS
UNDER THE SECONDARY EDUCATIONAL SERVICE AREA OFFICE
CHONBURI RAYONG

Anyasureeya Namlao^{1*} Thaneenart Na-Soontorn² and Suchitra Osodhapiruk³

¹ Master of Education, Educational Administration and Leadership, Saint John's University

^{2,3} Lecturer of Saint John's University

*Corresponding author e-mail: kruapple.fca@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received) 19 ตุลาคม 2565

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 26 มกราคม 2566

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 4 กุมภาพันธ์ 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง และ 2) เปรียบเทียบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง จำแนกตามวุฒิการศึกษา และประสบการณ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวนทั้งหมด 336 คน โดยใช้วิธีสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถามเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สถิติที่ใช้ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที

ผลการวิจัยพบว่า 1) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง โดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.28$, $SD = 0.58$) และด้านผู้นำที่มีแรงบันดาลใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.33$, $SD = 0.57$) และด้านผู้นำที่เป็นผู้กระตุ้นให้ใช้สติปัญญา มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 4.23$, $SD = 0.55$) 2) การเปรียบเทียบความคิดเห็นของครูเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง พบว่า ครูที่มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาไม่แตกต่างกับครูที่มีวุฒิมัธยมศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และครูที่มีประสบการณ์ต่ำกว่า 10 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาไม่แตกต่างกับครูที่มีประสบการณ์ตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำ, การเปลี่ยนแปลง, ผู้บริหารสถานศึกษา

Abstract

The purposes of this research were to study 1) the transformational leadership of school administrators under the Secondary Educational Service Area Office Chonburi Rayong, and 2) to compare the transformational leadership of school administrators under the Secondary Educational Service Area Office Chonburi Rayong, the sample group consisted of 336 people.. The research tool was a survey questionnaire about and transformational leadership of school administrators. The statistics used in analyzing the data consisted of frequency, percentage, arithmetic mean, standard deviation, and t-test.

The research found that 1) the transformational leadership of school administrators under the Secondary Educational Service Area Office Chonburi Rayong, was at a high level ($\bar{X} = 4.28$, $SD = 0.58$), with the leaders with inspiration at the highest mean ($\bar{X} = 4.33$, $SD = 0.57$) and the lowest mean was leaders who were motivated to use intelligence. ($\bar{X} = 4.23$, $SD = 0.55$) 2) The result of the comparison of teachers' opinions about the transformational leadership of school administrators found that teachers with a bachelor's degree had no different opinions from teachers with a post-graduate degree and teachers with less than 10 years of experience had no different from the teachers with more than 10 years of experience.

Keywords: Leadership, Change, School Administrators

ความสำคัญและที่มาของงานวิจัย

ในศตวรรษที่ 21 มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลมีบทบาททำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง รวมถึงกระแสการปรับเปลี่ยนทางสังคมและเศรษฐกิจส่งผลต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ ในภาคการศึกษาจำเป็นต้องมีการตื่นตัวและเตรียมพร้อมการจัดการเรียนรู้ให้ผู้เรียนมีทักษะในศตวรรษที่ 21 เพื่อสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงให้ดำรงชีวิตได้อย่างปกติสุข ทักษะภาวะผู้นำเป็นคุณลักษณะที่จำเป็นเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ ภาวะผู้นำเป็นปัจจัยสำคัญต่อตัวผู้บริหาร เพราะภาวะผู้นำจะเป็นเครื่องชี้วัดให้เห็นความสำเร็จของหน่วยงาน กำหนดความอยู่รอดและความเจริญเติบโตขององค์กร ช่วยประสานความขัดแย้งต่าง ๆ ในหน่วยงาน ช่วยโน้มน้าวชักจูงใจให้บุคลากรทุ่มเทความรู้ความสามารถให้แก่องค์กร เป็นหลักยึดเมื่อหน่วยงานเผชิญสภาวะคับขัน (ภารดี อนันต์นาวิ, 2551, น.126) โดยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นกระบวนการที่ผู้นำมีอิทธิพลต่อผู้ร่วมงาน โดยการเปลี่ยนสภาพของผู้ร่วมงานให้สูงขึ้นกว่าความพยายามที่คาดหวัง พัฒนาความสามารถของผู้ร่วมงานให้มีศักยภาพมากขึ้น ทำให้เกิดความตระหนักรู้ในภารกิจและวิสัยทัศน์ (รัตติกรณ์ จงวิศาล, 2550, น.10-20) แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียน ได้แก่ 1) ผู้บริหารควรขับเคลื่อนการดำเนินงานทั้ง 4 ฝ่าย ดังนี้ ฝ่ายวิชาการเน้นครูเป็นผู้นำทางวิชาการและการสร้างนวัตกรรม ฝ่ายงบประมาณเน้นการดำเนินงานตามระเบียบวิธี โปร่งใสและมีส่วนร่วม ฝ่ายบุคคลเน้นให้บุคลากรแสวงหาความรู้และวางแผนการทำงานวิถีสถาณะ และฝ่ายทั่วไปเน้นการวางสัดส่วนบริหารจัดการด้านต่าง ๆ 2) ผู้บริหารควรเป็นผู้ที่มีภูมิรู้ ภูมิธรรม และภูมิ ฐาน และ 3) ผู้บริหารควรมองให้ครบทุกด้าน มีการคาดการณ์มองภาพในอนาคต และแจ้งให้ทุกฝ่ายที่มีส่วนได้ส่วนเสียรับทราบ (ธัญญา มาศแดงสีดา, 2565, น. 82-84) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นพฤติกรรมที่ผู้นำแสดงออกให้เห็นในการจัดการที่

เป็นกระบวนการที่อิทธิพลต่อผู้ร่วมงาน จะกระทำโดยผ่านองค์ประกอบทางพฤติกรรมเฉพาะ 4 ประการ คือ การเป็นผู้มีบารมี การเป็นผู้สร้างแรงบันดาลใจหรือแรงดลใจ การเป็นผู้กระตุ้นให้ใช้สติปัญญา และการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ตามเป็นรายบุคคล (Bass & Avolio, 1990, pp.9-16)

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง มีผลการทดสอบทางการศึกษาระดับชาตินี้ขั้นพื้นฐาน (O-NET) ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 มีค่าคะแนนเฉลี่ยรวมทุกวิชา 39.65 และของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีค่าคะแนนเฉลี่ยรวมทุกวิชา 35.65 (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง, 2564) รายงานการสังเคราะห์การประเมินตนเองและการวิเคราะห์ประสิทธิภาพและโอกาสของสถานศึกษา ด้านกระบวนการบริหารและการจัดการ จุดที่ควรพัฒนา คือ ระบบบริหารและจัดการคุณภาพของสถานศึกษา และผลการติดตามและประเมินผลการบริหารและการจัดการศึกษา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ในมาตรฐานที่ 1 การบริหารจัดการองค์การสู่ความเป็นเลิศ มีผลการประเมินในตัวเองชี้การพัฒนาองค์การแห่งการเรียนรู้ อยู่ในระดับพอใช้ (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง, 2563, น. 30-36) เพื่อนำไปสู่การพัฒนาประสิทธิภาพในการจัดการศึกษาของโรงเรียน ผู้บริหารสถานศึกษาเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารงานในฐานะที่เป็นผู้บังคับบัญชาสูงสุด จึงมีความจำเป็นจะต้องใช้ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงตามแนวคิดของ Bass and Avolio (1990, pp.9-16)

ดังนั้น ผู้วิจัยให้ความสนใจในประเด็นปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น จึงได้ทำการศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง ทั้งนี้ เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการบริหารงานของสถานศึกษาให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง
2. เพื่อเปรียบเทียบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง จำแนกตามวุฒิการศึกษาและประสบการณ์

สมมติฐานของงานวิจัย

1. ครูที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง แตกต่างกัน
2. ครูที่มีประสบการณ์ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง แตกต่างกัน

ขอบเขตของงานวิจัย

ด้านเนื้อหา ผู้วิจัยมุ่งศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง ตามแนวคิดของ Bass and Avolio (1990, pp. 9-16) ประกอบด้วยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง 4 ลักษณะ คือ การเป็นผู้มีบารมี (Charisma) การเป็นผู้สร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration) การเป็นผู้กระตุ้นให้ใช้สติปัญญา (Intellectual Stimulation) และการเป็นสร้างความสัมพันธ์กับผู้ตามเป็นรายบุคคล (Individualized Consideration)

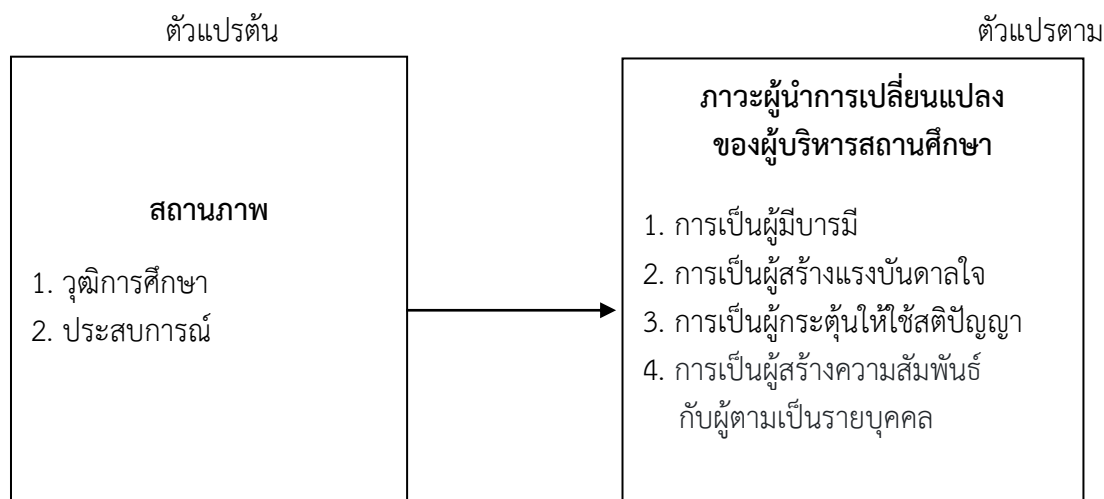
ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง ปีการศึกษา 2565 จำนวน 2,721 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง ปีการศึกษา 2565 โดยใช้การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางของ Krejcie and Morgan (1970, p. 608) กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 336 คน เลือกวิธีสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) ตามวุฒิการศึกษาและประสบการณ์ของครู

กรอบแนวคิด

ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ของ Bass & Avolio (1990) ซึ่งประกอบด้วยภาวะผู้นำ 4 ลักษณะ คือ การสร้างบารมี การสร้างแรงบันดาลใจ การกระตุ้นให้ใช้สติปัญญา และการเป็นผู้สร้างความสัมพันธ์กับผู้ตามเป็นรายบุคคล โดยได้นำตัวแปรด้านวุฒิการศึกษา และประสบการณ์ของครูมาใช้ในการศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง ปีการศึกษา 2565 จำนวน 2,721 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางของ Krejcie and Morgan (1970, p.608) ได้กลุ่มตัวอย่าง 336 คน โดยใช้วิธีสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงโดยใช้ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ตามแนวคิดของ Bass and Avolio (1990, pp.9-16) แล้วสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานะภาพของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับวุฒิการศึกษาของครู และประสบการณ์ของครู โดยใช้คำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ตามแนวคิดของ Bass and Avolio (1990, pp.9-16) ประกอบด้วยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง 4 ลักษณะ คือ การเป็นผู้มีบารมี การเป็นผู้สร้างบันดาลใจ การเป็นผู้กระตุ้นให้ใช้สติปัญญา และการเป็นสร้างความสัมพันธ์กับผู้ตามเป็นรายบุคคล เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่าชนิด 5 ระดับ (Rating Scale) ประกอบด้วยคำถาม 48 ข้อ คือ ด้านผู้นำที่มีบารมี 19 ข้อ ด้านผู้นำที่มีแรงบันดาลใจ 10 ข้อ ด้านผู้นำที่เป็นผู้กระตุ้นให้ใช้สติปัญญา 10 ข้อ และด้านผู้นำที่สร้างความสัมพันธ์กับผู้ตามเป็นรายบุคคล 9 ข้อ

หาความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) ได้ค่าระหว่าง .60-1.00 และการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้กับครูโรงเรียนบ้านสวน (จันทบุรี) ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ทำให้ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Alpha) ของครอนบาค (Cronbach, 1990, pp.202-204) เท่ากับ 0.989

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยแจกแบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ครู 336 ฉบับ โดยใช้แบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ และนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของการตอบคำถามได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ 336 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 แล้วทำการวิเคราะห์ แล้วนำผลการวิเคราะห์ไปแปลผล ตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานของการวิจัย

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์มีรายละเอียด ดังนี้

4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานะภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ วุฒิการศึกษา และประสบการณ์ วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา โดยหาค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.3 เปรียบเทียบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ตามความคิดเห็นของครูที่มีวุฒิการศึกษาและประสบการณ์ต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ การทดสอบค่าที (t-test)

5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

(n=336)

สถานภาพ	ครู	
	จำนวน	ร้อยละ
1. วุฒิการศึกษา		
1.1 ปริญญาตรี	236	70.24
1.2 สูงกว่าปริญญาตรี	100	29.76
2. ประสบการณ์		
2.1 ประสบการณ์ต่ำกว่า 10 ปี	179	53.27
2.2 ประสบการณ์ตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป	157	46.73
รวม	336	100

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 70.24 และมีประสบการณ์ต่ำกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.27

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง ผลปรากฏดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง	\bar{X}	SD	แปลผล
1. ด้านผู้นำที่มีบาร์มี	4.33	0.61	มาก
2. ด้านผู้นำที่มีแรงบันดาลใจ	4.33	0.57	มาก
3. ด้านผู้นำที่เป็นผู้กระตุ้นให้ใช้สติปัญญา	4.23	0.55	มาก
4. ด้านผู้นำที่สร้างความสัมพันธ์กับผู้ตามเป็นรายบุคคล	4.26	0.60	มาก
รวม	4.28	0.58	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง ในโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.28$, $SD = 0.58$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านผู้นำที่มีแรงบันดาลใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.33$, $SD = 0.57$) รองลงมาคือ ด้านผู้นำที่มีบาร์มี ($\bar{X} = 4.33$, $SD = 0.61$) ด้านผู้นำที่สร้างความสัมพันธ์กับผู้ตามเป็นรายบุคคล ($\bar{X} = 4.26$, $SD = 0.60$) และด้านผู้นำที่เป็นผู้กระตุ้นให้ใช้สติปัญญา ($\bar{X} = 4.23$, $SD = 0.55$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายด้านผลปรากฏดังนี้

1.1 ด้านผู้นำที่มีบาร์มี พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$, $SD = 0.71$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง ตามความคิดเห็นของครู ผู้บริหารแสดงออกถึงความเชื่อมั่นในตนเองในการทำงาน ($\bar{X} = 4.45$, $SD = 0.70$) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ผู้บริหารประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่ผู้อื่น ($\bar{X} = 4.43$, $SD = 0.61$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ผู้บริหารสามารถควบคุมสติและอารมณ์ได้ ($\bar{X} = 4.23$, $SD = 0.79$)

1.2 ด้านผู้นำที่มีแรงบันดาลใจ พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$, $SD = 0.67$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง ตามความคิดเห็นของครู ผู้บริหาร แสดงให้เห็นความตั้งใจอย่างแน่วแน่ที่จะทำงานให้สำเร็จตามที่กำหนดไว้ ($\bar{X} = 4.41$, $SD = 0.67$) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์เชิงบวก ($\bar{X} = 4.40$, $SD = 0.65$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ผู้บริหารแสดงให้เห็นภาพอนาคตที่น่าสนใจอย่างชัดเจน ($\bar{X} = 4.20$, $SD = 0.71$)

1.3 ด้านผู้นำที่เป็นผู้กระตุ้นให้ใช้สติปัญญา พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$, $SD = 0.71$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง ตามความคิดเห็นของครู ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์และมุมมองทางเลือกต่าง ๆ ในการแก้ปัญหา ($\bar{X} = 4.36$, $SD = 0.64$) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ผู้บริหารเปิดโอกาสให้ผู้ร่วมงานได้แสดงความคิดเห็นและเสนอแนะแนวทางการทำงานต่าง ๆ ($\bar{X} = 4.31$, $SD = 0.72$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ผู้บริหารแสดงความไม่เชื่อมั่นในวิธีการทำงานแบบเดิม ๆ ($\bar{X} = 3.88$, $SD = 0.93$)

1.4 ด้านผู้นำที่สร้างความสัมพันธ์กับผู้ตามเป็นรายบุคคล พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$, $SD = 0.72$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง ตามความคิดเห็นของครู ผู้บริหารส่งเสริมให้ผู้ร่วมงานมีการพัฒนาตนเอง ($\bar{X} = 4.44$, $SD = 0.60$) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ผู้บริหารให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อความก้าวหน้าของผู้ร่วมงาน ($\bar{X} = 4.36$, $SD = 0.68$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ผู้บริหารสอนผู้ร่วมงานเกี่ยวกับวิธีการวิเคราะห์ความต้องการและความสามารถของผู้อื่น ($\bar{X} = 4.14$, $SD = 0.77$)

2. ผลการเปรียบเทียบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง ผลปรากฏดังนี้

2.1 การเปรียบเทียบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง จำแนกตามวุฒิการศึกษา ดังนี้

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง จำแนกตามวุฒิการศึกษา

วุฒิการศึกษา	n	\bar{X}	SD	t	Sig.
ปริญญาตรี	236	4.26	.54	-1.367	.172
สูงกว่าปริญญาตรี	100	4.36	.63		

* $p < .05$

จากตารางที่ 3 พบว่า ครูที่มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาไม่แตกต่างกับครูที่มีวุฒิการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

2.2 การเปรียบเทียบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง จำแนกตามประสบการณ์ ดังนี้

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง จำแนกตามประสบการณ์

ประสบการณ์	n	\bar{X}	SD	t	Sig.
ประสบการณ์ต่ำกว่า 10 ปี	179	4.26	.52	-1.148	.252
ประสบการณ์ตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป	157	4.33	.61		

* $p < .05$

จากตารางที่ 4 พบว่า ครูที่มีประสบการณ์ต่ำกว่า 10 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำ การเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาไม่แตกต่างกับครูที่มีประสบการณ์ตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง สรุปได้ดังนี้

1. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.28$, $SD = 0.58$) โดยมีด้านผู้นำที่มีแรงบันดาลใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.33$, $SD = 0.57$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านผู้นำที่เป็นผู้กระตุ้นให้ใช้สติปัญญา ($\bar{X} = 4.23$, $SD = 0.55$)

2. ข้อมูลการเปรียบเทียบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขต พื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง จำแนกตามวุฒิการศึกษาและประสบการณ์ ผลการเปรียบเทียบดังนี้

2.1 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของครูต่อภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง จำแนกตามวุฒิการศึกษา พบว่า ไม่แตกต่างกัน

2.2 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของครูต่อภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร สถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง จำแนกตามประสบการณ์ พบว่า ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่องภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง ผู้วิจัยมีประเด็นที่ได้นำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องจากสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง มีพันธกิจในการพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษาให้มีคุณภาพและมีสมรรถนะตรงตามสาย งาน และมีเป้าประสงค์ให้ครูและบุคลากรทางการศึกษา ผู้บริหาร มีสมรรถนะและทักษะตรงตามสายงาน รวมถึงมีวัฒนธรรมการทำงานที่มุ่งผลสัมฤทธิ์ มีระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ มีส่วนร่วมจากทุกภาค ส่วนในการจัดการศึกษาและสามารถเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับหน่วยงานอื่น ทำให้สำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยองได้ดำเนินโครงการพัฒนาบุคลากรทางการศึกษาให้มีองค์ความรู้และเสริมสร้าง เครือข่ายการบริหารจัดการการศึกษา โครงการพัฒนาข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาเกี่ยวกับการ ดำเนินการตามหลักเกณฑ์และวิธีการประเมินตำแหน่งและวิทยฐานะและบุคลากรทางการศึกษา มีการ

ประเมินผลการปฏิบัติงานในหน้าที่ โครงการการจัดการความรู้เพื่อขับเคลื่อนสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ และการพัฒนาคุณภาพสถานศึกษาสู่มาตรฐานสากลระดับ ScQA ประกอบกับมีการนิเทศพัฒนาคุณภาพ การศึกษาโรงเรียนในเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง และการนิเทศ ติดตามและประเมินผลการ จัดการศึกษาของสถานศึกษาอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้บริหารโรงเรียนมีความเชื่อมั่นในตนเองในการทำงาน มีความตั้งใจอย่างแน่วแน่ที่จะทำงานให้สำเร็จตามที่กำหนดไว้ ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่ผู้อื่น และ ผู้บริหารโรงเรียนมองการณ์ไกลถึงความเป็นไปได้ใหม่ ๆ มีวิสัยทัศน์เชิงบวก และมีการส่งเสริมให้ผู้ร่วมงานมี การพัฒนาตนเอง ดังที่ สุรรัตน์ โตเชียว (2560, น.74) ได้กล่าวถึง ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นพฤติกรรมที่ ผู้นำแสดงให้เห็นในการจัดหรือการทำงานเป็นกระบวนการที่ผู้นำมีอิทธิพลต่อผู้ร่วมงานโดยการเปลี่ยนสภาพ หรือเปลี่ยนแปลงความพยายามของผู้ร่วมงานให้สูงขึ้นกว่าความพยายามที่คาดหวัง โดยพัฒนาความสามารถ ของผู้ร่วมงานไปสู่ระดับที่สูงขึ้นและมีศักยภาพมากขึ้น ทำให้เกิดการตระหนักรู้ในภารกิจและวิสัยทัศน์ของกลุ่ม รวมทั้งจูงใจให้ผู้ร่วมงานมองไกลเกินกว่าความสนใจของพวกเขาไปสู่ประโยชน์ของกลุ่มหรือสังคม กระบวนการ ที่ผู้นำมีอิทธิพลต่อผู้ร่วมงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิทธิพร สมบูรณ์ทรัพย์ (2560, น.48-74) ได้ศึกษา ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนสมศักดิ์วิทยา ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ของผู้บริหารโรงเรียนสมศักดิ์วิทยา ทั้งโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ผุสรรัตน์ ดอนสถิตย์ (2561, น.71) การพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร สถานศึกษาโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 ผลการวิจัยพบว่า สภาพปัจจุบันของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนขยาย โอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทุกด้าน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญญา มาศแดง (2565, น.82-84) ได้ศึกษา ภาวะผู้นำการ เปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา ระยอง เขต 1 มี ผลวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา ระยอง เขต 1 โดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก

2. การเปรียบเทียบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง จำแนกตามวุฒิการศึกษา พบว่า ครูที่มีวุฒิกการศึกษาปริญญาตรีมีความ คิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาไม่แตกต่างกับครูที่มีวุฒิกการศึกษาสูงกว่า ปริญญาตรี ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้บริหารสถานศึกษาได้มีการส่งเสริมให้มีการทำงานเป็นทีม โดยส่งเสริมให้ บุคลากรเข้าใจการทำงานของตนเองและคนอื่น มีเป้าหมายร่วมกัน สร้างทีมด้วยความสามารถหรือจุดเด่นของ แต่ละคนโดยกำหนดหน้าที่และภาระงานของแต่ละคนตามความสามารถของแต่ละบุคคล ตรงไปตรงมา จริงใจ ต่อกัน ให้การสนับสนุนกันเพิ่มความสนิทสนม สานสัมพันธ์โดยมีกิจกรรมละลายพฤติกรรม กิจกรรมสนุกสนาน ร่วมกันต่าง ๆ เพื่อหนุนให้เกิดความสนุกสนานสานสัมพันธ์กันในโรงเรียน เมื่อมีความสนิทสนมกันแล้วจะทำให้ ทีมทำงานไปด้วยกันอย่างราบรื่น และเป็นผู้นำที่ดีและเป็นผู้ตามที่มีวินัย และผู้บริหารสถานศึกษาได้ ส่งเสริมให้บุคลากรได้เข้าศึกษา ประชุมปฏิบัติการ อบรม สัมมนาอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นจึงทำให้ครูที่มีวุฒิ การศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพงศธร ลิมาวิภากร (2560, น.113) ได้ศึกษาคุณลักษณะภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของผู้บริหารโรงเรียนตาม โครงการโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 10 ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่พึงประสงค์เมื่อจำแนกตามวุฒิกการศึกษา พบว่า ไม่แตกต่างกัน และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ลำดวน เอี่ยมอาจ (2560, น.91-95) ได้ศึกษาศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของ ผู้บริหารสถานศึกษาในจังหวัดกำแพงเพชร สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 41 ผลการวิจัย

พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่พึงประสงค์เมื่อจำแนกตามวุฒิการศึกษาไม่แตกต่างกัน และการเปรียบเทียบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง จำแนกตามประสบการณ์ พบว่า ครูที่มีประสบการณ์ต่ำกว่า 10 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาไม่แตกต่างกับครูที่มีประสบการณ์ตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง ได้มีแนวทางการพัฒนาบุคลากร โดยมีการพัฒนาระบบนิเทศในการทำงานส่งเสริมและสนับสนุนการเรียนรู้และการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมให้โรงเรียนมีสภาพแวดล้อมและระบบการทำงานที่เอื้อต่อการเรียนรู้และการพัฒนากรอบความคิดและกรอบทักษะสำหรับการทำงานและการดำเนินชีวิตท่ามกลางความท้าทายในยุคดิจิทัลและศตวรรษที่ 21 พัฒนาทักษะการทำงานในยุคดิจิทัลและศตวรรษที่ 21 และสร้างนวัตกรรมที่ตอบสนองต่อการขับเคลื่อนภารกิจ และปลูกฝังให้บุคลากรให้มีกรอบความคิด (Mindset) ในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง มุ่งเน้นประโยชน์ส่วนรวมและทำงานบนหลักคุณธรรม ประยุกต์หลักสากลอย่างเหมาะสม และทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในบริบทที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งส่งผลให้ครูในโรงเรียนได้ทำงานร่วมกันเป็นทีมตามโครงสร้างการบริหารงาน มีสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กิจกรรมการเรียนการสอน เทคโนโลยี ตลอดจนวิถีคิดและวิธีทำงาน ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ครูที่มีประสบการณ์ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พงศธร ลิ้มปาวิภากร (2560, น.113) ได้ศึกษาคุณลักษณะภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของผู้บริหารโรงเรียนตามโครงการโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 10 ผลการวิจัยพบว่าคุณลักษณะภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่เป็นจริงเมื่อจำแนกประสบการณ์การทำงาน พบว่า ไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลำดวน เอี่ยมอาจ (2560, น. 91-95) ได้ศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาในจังหวัดกำแพงเพชร สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 41 ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่พึงประสงค์เมื่อจำแนกตามประสบการณ์การทำงานไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ผู้บริหารสถานศึกษามีความเชื่อมั่นในตนเองในการทำงานประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่ผู้ร่วมงาน และผู้บริหารแสดงให้เห็นความตั้งใจที่จะทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ แต่ยังมีส่วนที่จะต้องพัฒนาโดยเฉพาะการจัดการกับอารมณ์ของตนเอง ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรพัฒนาให้ผู้บริหารสถานศึกษาฝึกจัดการกับความรู้สึกและอารมณ์ตนเอง ฝึกสร้างสมดุลของภาวะจิตใจและแรงขับของตนด้วยพฤติกรรมอย่างผู้มีสติสัมปชัญญะและมีจริยธรรม ส่งเสริมให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ของสถานศึกษา ส่งเสริมให้บุคลากรร่วมกันเสนอขั้นตอนในการปฏิบัติงานและร่วมสรุปวิธีการที่เหมาะสมที่นำไปปฏิบัติ

2. ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ครูที่มีวุฒิการศึกษาและประสบการณ์แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาไม่แตกต่างกัน ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้ ส่งเสริมการบริหารงานแบบมีส่วนร่วมโดยมีการจูงใจให้ผู้ปฏิบัติงานมีโอกาสมีส่วนร่วมในการคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมปฏิบัติงาน ร่วมรับผิดชอบ เพื่อการพัฒนางานที่ปฏิบัติให้มีคุณภาพสูงสุด

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบ ผู้บริหารสถานศึกษามีภาวะผู้นำที่มีบารมี สำคัญ คือ ผู้บริหารสถานศึกษามีความเชื่อมั่นในตนเองในการปฏิบัติงานให้ประสบผลสำเร็จ สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพ โดยควรให้ความสำคัญกับประสิทธิผลของโรงเรียน สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับการพัฒนาโรงเรียนให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

เอกสารอ้างอิง

- ธัญญามาศ แดงสีดา. (2565). *ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา โรงเรียนขยายโอกาส การศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาระยอง เขต 1.* (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกริก).
- ทิพย์งค์ รักษาสิน. (2564). *ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริการงาน บุคคลของสถานศึกษา สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดฉะเชิงเทรา.* (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์).
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). *การวิจัยเบื้องต้น.* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- สุสรัตน์ ดอนสถิต. (2561). *การพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียน ขยายโอกาสสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี.* *วารสารมหาวิทยาลัย ราชภัฏร้อยเอ็ด*, 12(1), 65-74.
- พงศธร ลิ้มปาวีภากร. (2560). *คุณลักษณะภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ ของผู้บริหาร โรงเรียนตามโครงการโรงเรียนมาตรฐานสากล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 10.* (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม).
- ภารดี อนันต์นาวิ. (2551). *หลักการ แนวคิด ทฤษฎีทางการบริหารการศึกษา.* ชลบุรี: มนตรี.
- รัตติกรณ์ จงวิศาล. (2550). *มนุษย์สัมพันธ์: พฤติกรรมมนุษย์ในองค์การ.* กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- รัตตินันท์ บุญกล้า. (2561). *ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษา เขต 18.* (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา).
- รัตนา พัฒนสิงห์. (2562). *ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาตามความคิดเห็นของครูใน อำเภอเคียนซา จังหวัดสุราษฎร์ธานี.* (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ธนบุรี).
- ลำดวน เอี่ยมอาจ. (2560). *ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาในจังหวัดกำแพงเพชร สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 41.* (การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์).
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง. (2563). *รายงานผลการดำเนินงานประจำปี ขอบประมาณ พ.ศ.2562.* ชลบุรี: สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง.
- _____. (2564). *แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ 2564.* ชลบุรี: สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา ชลบุรี ระยอง.
- สิทธิพร สมบูรณ์ทรัพย์. (2560). *ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนสมคักต์วิทยา.* (การค้นคว้า อิสระปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).

- สุธาสินี สิงห์ประโคน. (2558). *ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 32*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์).
- สุรรัตน์ โตเขียว. (2560). *รูปแบบภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในศตวรรษที่ 21*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์).
- Bass, B. J., & Avolio, B. J. (1990). *Transformational Leadership Development*. CA: Consulting Psychologists.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing*. (5th ed.). New York: Harper Collins.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and psychological measurement*, 30(3), 608.
- Likert, R. (1961). *New Pattern of Management*. New York: McGraw – Hill.

**พฤติกรรมการณ์ซื้อ กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดและการจัดการโลจิสติกส์
ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันในยุควิถีใหม่ของประชาชน
ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**

นิยม กริมใจ

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาดดิจิทัล คณะบัญชีและวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์นบางกอก

**PURCHASING BEHAVIOR, MARKETING MIXED STRATEGIES AND LOGISTICS
MANAGEMENT INFLUENCING THE PURCHASE OF GOODS THROUGH
APPLICATIONS IN THE NEW ERA OF PEOPLE IN BANGKOK AND ITS VICINITIES**

Niyom Krimjai

Lecturer, Department of Digital Marketing, Faculty of Accounting and Management Science,
Southeast Bangkok University, Thailand

E-mail: niyomkrimjai00@hotmail.com

วันที่รับบทความ (Received) 11 มกราคม 2566

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 20 มีนาคม 2566

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 31 มีนาคม 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมการณ์ซื้อ กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดและการจัดการโลจิสติกส์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันในยุควิถีใหม่ของประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่ตัดสินใจซื้อสินค้าหรือวางแผนที่จะซื้อสินค้าหรือบริการผ่านแอปพลิเคชันจำนวน 385 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Satisfied Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม มีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.985 ใช้การวิเคราะห์ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า

พฤติกรรมการณ์ซื้อในด้านอุปกรณ์การรับบริการต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันในยุควิถีใหม่ของประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันในยุควิถีใหม่ของประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (Y) ได้แก่ ปัจจัยด้านการชำระค่าสินค้าและการบริการลูกค้า (X_{12}) ปัจจัยด้านกระบวนการจัดการคำสั่งซื้อ (X_8) ปัจจัยด้านราคา (X_2) และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (X_6) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.349, 0.310, 0.099 และ 0.121 ตามลำดับ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ในการทำนาย (R^2) เท่ากับ 0.730 สามารถทำนายการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันในยุควิถีใหม่ของประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลได้ร้อยละ 73.0 โดยผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณสามารถนำไปสร้างสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

สมการในรูปคะแนนดิบ

$$Y' = 0.569 + 0.349 (X_{12}) + 0.46(X_8) + 0.099(X_2) + 0.021(X_6)$$

คำสำคัญ: แอปพลิเคชัน พฤติกรรมการณ์ซื้อ ส่วนประสมทางการตลาด การจัดการโลจิสติกส์

Abstract

The objective of this research is to study purchase behavior, marketing mix factors, and logistics management that influence purchasing decisions through applications in the new era of people in Bangkok and its vicinity. The sample group consists of people in Bangkok and the vicinity who decide to buy goods or plan to buy goods and services through applications. There are 385 samples using the satisfied sampling method. The research tool is a questionnaire. The total confidence coefficient is 0.985 for analyzing frequency, percentage, mean, standard deviation, and stepwise multiple regression.

The results of hypothesis testing showed that: Purchase behavior in terms of service equipment is different. This affects decisions to buy products through applications in the new era of people in Bangkok and vicinity. It is a statistically significant difference of 0.05.

The variables affecting purchasing decisions through applications in the new era of people in Bangkok and vicinity (Y) are factors of payment and customer services (X₁₂), factors of order management process (X₈), factors of price (X₂) and factors of service process (X₆) with regression coefficients of 0.349, 0.310, 0.099 and 0.121, respectively, with a predictive coefficient (R²) of 0.730. The new era of the people in Bangkok and its vicinity is 73.0 percent. The results of the multiple regression analysis can be used to create a forecast equation as follows.

Raw score equation:

$$Y' = 0.569 + 0.349 (X_{12}) + 0.46(X_8) + 0.099(X_2) + 0.021(X_6)$$

Keywords: Applications, Purchasing Behavior, Marketing Mixed, Logistics Management

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สถานการณ์ในปัจจุบันที่ผู้บริโภคได้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าหรือการมาใช้บริการไปจากเดิม ซึ่งสิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงคือ การเข้าสู่โลกของดิจิทัลหรือเทคโนโลยีที่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ต่าง ๆ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่ได้เข้ามามีบทบาทและมีอิทธิพลอย่างมาก ส่งผลต่อการซื้อ การขายและการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดในด้านต่าง ๆ จึงทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจและองค์กรต่าง ๆ เลือกที่จะหันมาให้บริการผ่านทางออนไลน์บนแพลตฟอร์มในรูปแบบต่าง ๆ หรือที่เรียกว่า ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เพราะเป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพและสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลต่อการเพิ่มยอดขายและการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังเข้ามามีอิทธิพลและบทบาทต่อการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้บริโภคในปัจจุบันได้หันมาบริโภคสินค้าหรือบริการผ่านทางช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ เช่น ทาง Facebook Line Instagram หรือเว็บไซต์ ที่สามารถเปิดการซื้อขายได้แบบตลอด 24 ชั่วโมง อีกทั้งยังเป็นตัวขับเคลื่อนในการดำเนินธุรกิจในรูปแบบการขายสินค้าผ่านตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-marketplace) ที่มีทั้งเว็บไซต์และแอปพลิเคชันที่ขายสินค้าอย่างหลากหลายยี่ห้อ หมวดยี่ห้อสินค้าที่นิยมและเป็นที่ยู่งักกัน อีกทั้งองค์กรได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีให้เข้ากับสื่อประเภทออนไลน์ต่าง ๆ การให้ข้อมูลข่าวสารกับผู้บริโภคผ่านทางอินเทอร์เน็ตที่มีความสะดวกและรวดเร็วกว่า ทั้งในส่วนของรูปภาพ เสียง คลิปวิดีโอ ที่สามารถการบอกถึงราคาสินค้าได้

อย่างชัดเจน มีการปรับปรุงขั้นตอนในการรับข้อมูล วิธีการสั่งซื้อสินค้า และวิธีการชำระเงิน ก่อให้เกิดความสะดวกเหมือนกับการซื้อสินค้าผ่านทางร้านค้าทั่ว ๆ ไป (ชุติมา คล้ายสังข์, 2564) และจากการเติบโตทางเทคโนโลยีในการใช้อินเทอร์เน็ตมากยิ่งขึ้นมีผลต่อธุรกิจทั่วโลกเป็นอันมาก ส่งผลต่อการเกิดสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจใหม่ ๆ เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็น E-commerce, application online เว็บไซต์ที่แบรนด์ของสินค้า และการบริการ ซึ่งได้มีการออกแบบและพัฒนาขึ้นมา รวมถึงการดูแลระบบในการจัดการสั่งซื้อทั้งหมด ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้ซื้อเข้าถึงได้อย่างรวดเร็ว และผลสำรวจของเฟซบุ๊กเกี่ยวกับเทศกาลช้อปปิ้ง ย่อมแสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ได้หันมาเลือกซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์เป็นช่องทางหลักและมีอัตราการเติบโตไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20 ในแต่ละปี (สุธาทิพย์ ท้วจบ, 2562) เมื่อเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทภายในชีวิตประจำวันของประชาชน ย่อมส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าหรือการบริการที่เปลี่ยนไปจากเดิมที่ผู้ประกอบการธุรกิจจะต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงมาเป็นการตลาดออนไลน์มากยิ่งขึ้น

ผู้ประกอบการธุรกิจจะต้องหาช่องทางในการที่จะตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค โดยการใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่สามารถนำมาใช้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ที่เหมาะสม และยังสามารถจัดการโลจิสติกส์ซึ่งมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจและการดำรงชีวิตของผู้บริโภคในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในการเข้าสู่ยุคที่เรียกว่า “นิว นอร์มอล” (New Normal) หรือรูปแบบวิถีใหม่ โดยการลดการสัมผัสระหว่างบุคคลและการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) จำเป็นต้องอยู่บ้านและการทำงานจากที่บ้านมากขึ้น หรือ Work From Home จากแต่เดิมที่ต้องเข้าไปทำงานที่ออฟฟิศ และในด้านการเรียนการสอนก็ต้องปรับตัวสู่การเรียนการสอนที่บ้าน “เรียนออนไลน์ และสอนออนไลน์” และด้านการจับจ่ายซื้อของต่าง ๆ ทำให้เกิดการหันมาซื้อสินค้าทางออนไลน์แทนการไปเดินห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์การค้า จึงนำไปสู่การขยายในรูปแบบใหม่ ที่หนีไม่พ้นที่ต้องปฏิบัติให้เกิดเป็นรูปธรรม เพื่อไม่ให้ลูกค้ามาใกล้ชิดกันหรือแออัดกัน การเว้นระยะห่างทางสังคมและต้องมีมาตรการเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดที่อาจจะเกิดขึ้นได้ รวมถึงมีข้อปฏิบัติใหม่ ๆ (จุฑาทกมล มนโกศล และทรงวุฒิ ดิจจงกิจ, 2564) ตามแนวปฏิบัติที่หลายประเทศทั่วโลกกำลังดำเนินการเพื่อป้องกันการติดและการแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 จนเกิดเป็นคำขวัญที่ใช้ณรงค์กันอย่างแพร่หลายในประเทศไทยว่า “โรคติดต่อจะไม่ติดต่อ ถ้าเราไม่ติดต่อกัน” และจะปฏิเสธไม่ได้ว่าการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ COVID-19 ได้สร้างความเสียหายไปยังหลายภาคส่วนเป็นวงกว้างทั้งในด้านสาธารณสุข สังคม และเศรษฐกิจ ยังได้ส่งผลกระทบต่อโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของสินค้า โดยเฉพาะในส่วนต้นน้ำและปลายน้ำของโซ่อุปทานที่ได้รับผลกระทบมากกว่าส่วนอื่น ๆ นอกจากนี้ มาตรการ “อยู่บ้าน หยุดเชื้อ เพื่อชาติ” ยังทำให้ปริมาณการค้าออนไลน์ขยายตัวมากขึ้น ทั้งในส่วนของสินค้าอุปโภคบริโภคไปจนถึงอาหารปรุงสุก ซึ่งส่งผลต่อปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์ที่ต้องเข้ามาช่วยในการวางแผนในการใช้ทรัพยากร เนื่องจากเมื่อใดก็ตามที่คนลดปริมาณการเดินทางไปหาสินค้า สินค้าจะต้องเป็นฝ่ายเคลื่อนที่เข้าหาลูกค้าแทน จากเดิมที่ลูกค้าไปเลือกซื้อสินค้าหรือรับประทานอาหารที่ร้าน กลายเป็นการสั่งซื้อออนไลน์เพื่อให้นำส่งสินค้ามาที่บ้าน ทำให้ประสิทธิภาพของการลำเลียงสินค้าและบริการจากจุดเริ่มต้นไปจนถึงจุดหมายปลายทาง ซึ่งเป็นการขนส่งในช่วงสุดท้ายถึงมือผู้บริโภคกลายเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในช่วงวิกฤตเช่นนี้ (สุภกร ตันนาราชวุฒิ และบุญไทย แก้วขันตี, 2564) โดยพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันได้ใช้เวลาอยู่กับแพลตฟอร์มต่าง ๆ เพิ่มสูงมาก โดยค่าเฉลี่ยจะมีแอปพลิเคชันอยู่บนหน้าจอมือถือคนละ 32 แอปพลิเคชัน แต่ละคนจะใช้ในทุก ๆ วัน เฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 8 แอปพลิเคชัน Brand Buffet (2018) ซึ่งประชาชนในกรุงเทพฯ และปริมณฑลเป็นกลุ่มคนที่มีความหลากหลายของสังคมออนไลน์ มี

สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีความสะดวกสบายในการใช้เทคโนโลยีที่มีความทันสมัยอีกทั้งยังมีกำลังซื้อผลิตภัณฑ์และการใช้บริการสูง มีการตัดสินใจในการซื้อค่อนข้างง่าย

ซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้นกับกลุ่มของผู้บริโภคที่มีการสั่งซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันในแพลตฟอร์มต่าง ๆ โดยเฉพาะปัญหาที่เกิดจากผลกระทบของไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลต่อผู้ประกอบการทั้งในด้านการจำหน่ายสินค้าหรือบริการทั้งทางตรงและทางอ้อม สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและสร้างผลตอบแทนในแต่ละแพลตฟอร์มในการสร้างกำไรเป็นอย่างมาก แต่ก็ยังเกิดปัญหาของผู้บริโภคในการสั่งซื้อสินค้าหรือบริการที่ได้รับสินค้าไม่ตรงกับที่ผู้บริโภคต้องการ มีการจัดส่งสินค้าที่ล่าช้า ราคาไม่เหมาะสมกับสินค้าที่ได้รับ สินค้าเกิดการชำรุดเสียหายระหว่างการจัดส่ง และเมื่อผู้วิจัยได้ทำวิจัยนี้เสร็จสิ้น จะเกิดประโยชน์กับผู้ประกอบการเป็นอย่างมาก และยังเป็นข้อมูลให้กับผู้บริโภคประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือใช้บริการที่จะส่งผลกระทบต่อผู้ให้บริการที่จะต้องใส่ใจมากขึ้น จึงทำให้ผู้วิจัยทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อ กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดและการจัดการโลจิสติกส์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันในยุควิถีใหม่ของประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อกำหนด วางแผนการตลาดและการจัดการโลจิสติกส์ของผู้ให้บริการกับผู้บริโภคให้ดีขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันในยุควิถีใหม่ ของประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดและการจัดการโลจิสติกส์ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันในยุควิถีใหม่ ของประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานของการวิจัย

1. พฤติกรรมการซื้อสินค้าที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันในยุควิถีใหม่ของประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกัน
2. กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดและการจัดการโลจิสติกส์มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันในยุควิถีใหม่ของประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

การทบทวนวรรณกรรม

1. **แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค** ซึ่งผู้บริโภคมีความสำคัญและมีบทบาทอย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจและต้องตระหนักถึงความอยู่รอดของกิจการ เพราะถ้าไม่มีผู้บริโภคที่จะมาตอบสนองต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการแล้ว ผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการต่าง ๆ จะดำเนินธุรกิจไปเพื่อใคร และผู้บริโภคมีพฤติกรรมต่อการแสดงออกในการตอบสนองให้กับตนเอง โดยการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างละเอียด เพื่อพัฒนาสินค้าหรือการบริการที่จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคนั้นได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคของสังคมบนอินเทอร์เน็ตที่สามารถครอบคลุมและทำการกระจายหรือเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลได้อย่างไร้พรมแดนที่มีประสิทธิภาพ (Powell, Groves, & Dimos, 2011) และการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมของผู้บริโภคในการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การใช้จ่าย (Disposing) และการประเมินผล (Evaluating) ในการใช้สินค้าหรือจากการใช้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการให้กับตนเองและสามารถแก้ปัญหาให้กับตนเองได้อย่างเหมาะสม (Schiffman & Kanuk, 2007) รวมถึงงานวิจัยของสุชาติพิทย์ ท้วจบ (2562) ได้ศึกษา พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันออนไลน์เพื่อซื้อสินค้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี และ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ สรุปว่า ประสบการณ์ในการใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ อยู่ระดับปานกลาง โดยระยะเวลาที่ซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์อยู่ระหว่าง 6 เดือนถึง 1 ปี จำนวนครั้งในการสั่งซื้อส่วนใหญ่ 1 ครั้งต่อเดือนโดยสินค้าที่สั่งซื้อมากที่สุดคือเครื่องสำอางและสินค้าประเภทบำรุงผิว

2. แนวคิดและทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค เมื่อนักการตลาดหรือผู้ประกอบการได้ศึกษาลึก ๆ ลงไปในจิตใจของผู้บริโภคแล้ว จะทราบว่า สินค้าหรือบริการที่นำออกมาเสนอขายนั้นสามารถที่จะปิดการขายนั้นได้จริงๆ ซึ่งกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ในมุมมองของ Schiffman and Kanuk. (2007) คือการมีทางเลือกในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลาย ๆ อย่างในเวลาเดียวกัน และกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นนั้นว่าจะตัดสินใจในการ “ซื้อสินค้าหรือบริการ” กับ “ไม่ซื้อสินค้าหรือบริการ” อย่างไร และเมื่อมีทางเลือกในการตัดสินใจซื้อหรือใช้สินค้านั้น ก็จะมีทางเลือกอีกว่าจะซื้อสินค้าหรือบริการอะไร รวมถึงงานวิจัยของ กตัญญูตา โอเช่ และสุวัฒน์ ตั้งสวัสดิ์ (2565) สรุปได้ว่า การตลาดดิจิทัล ด้านอีเมล การตลาด ด้านการตลาดผ่านระบบค้นหาข้อมูล ด้านการตลาดผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์และด้านแบนเนอร์ เว็บไซต์ และพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ ด้านการรับรู้ ด้านการจดจำ ด้านการสอบถาม ด้านการกระทำ และด้านการแนะนำบอกต่อส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีรัมย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีประสิทธิภาพในการพยากรณ์พฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ของกลุ่มผู้บริโภคในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีรัมย์ เท่ากับร้อยละ 77

3. แนวคิดและทฤษฎีสี่ส่วนประสมทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ของสินค้านั้น คือการนำกลยุทธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดมาใช้ร่วมกัน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนกลุ่มตลาดเป้าหมาย และสามารถก่อให้เกิดความพึงพอใจซึ่งกันและกัน Lamb, Hair and McDaniel (2000, p.44) ซึ่งนักการตลาดควรนำมาวิเคราะห์ถึงการนำเครื่องมือทางการตลาดมาใช้ให้เกิดความเหมาะสมกับผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย และสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดให้สนองต่อความต้องการของผู้บริโภค โดยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix, 7P's) ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment) Kotler and Keller (2016) รวมถึงงานวิจัยของ พนิดา ต้นศิริ (2565) สรุปว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของกลุ่มเจนเนอเรชัน Z รองลงมาคือ ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยปัจจัยทั้ง 4 ด้านร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ได้ร้อยละ 51

4. แนวคิดและทฤษฎีการจัดการโลจิสติกส์ ทฤษฎีการจัดการโลจิสติกส์ คือเครื่องมือในการบริหารกระบวนการของโซ่อุปทานซึ่งจะเป็นตัวช่วยในการวางแผน การดำเนินการการควบคุม การไหลเวียนของกิจกรรมต่าง ๆ การจัดเก็บสินค้า การบริการและสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพจากจุดแหล่งกำเนิดของวัตถุดิบได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถึงจุดที่มีการบริโภคหรือจุดที่มีการใช้งาน เพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าหรือผู้บริโภค (ศิริ พลอยจินดา และนพดล บุรณนัญญ์, 2562) และกระบวนการเคลื่อนย้ายสินค้าหรือบริการทั้งภาคการผลิตและภาคบริการในส่วนภาคบริการนั้น ได้แก่ การค้าส่งและการค้าปลีกนอกจากนี้ยังต้องพิจารณาการจัดการขั้นสุดท้าย การขจัด การแปรสภาพ เนื่องจากโลจิสติกส์มีขอบข่ายความรับผิดชอบสูงขึ้นซึ่งไม่ได้เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตเท่านั้นแต่กิจกรรมโลจิสติกส์เกี่ยวเนื่องไปในทุกกิจกรรม Stock and Lambert (2001) รวมถึงงานวิจัยของ สุภกร ตันวราวุฒิชัย และบุญไทย แก้วขันตี (2564, น. 23) สรุปได้ว่า งานด้าน

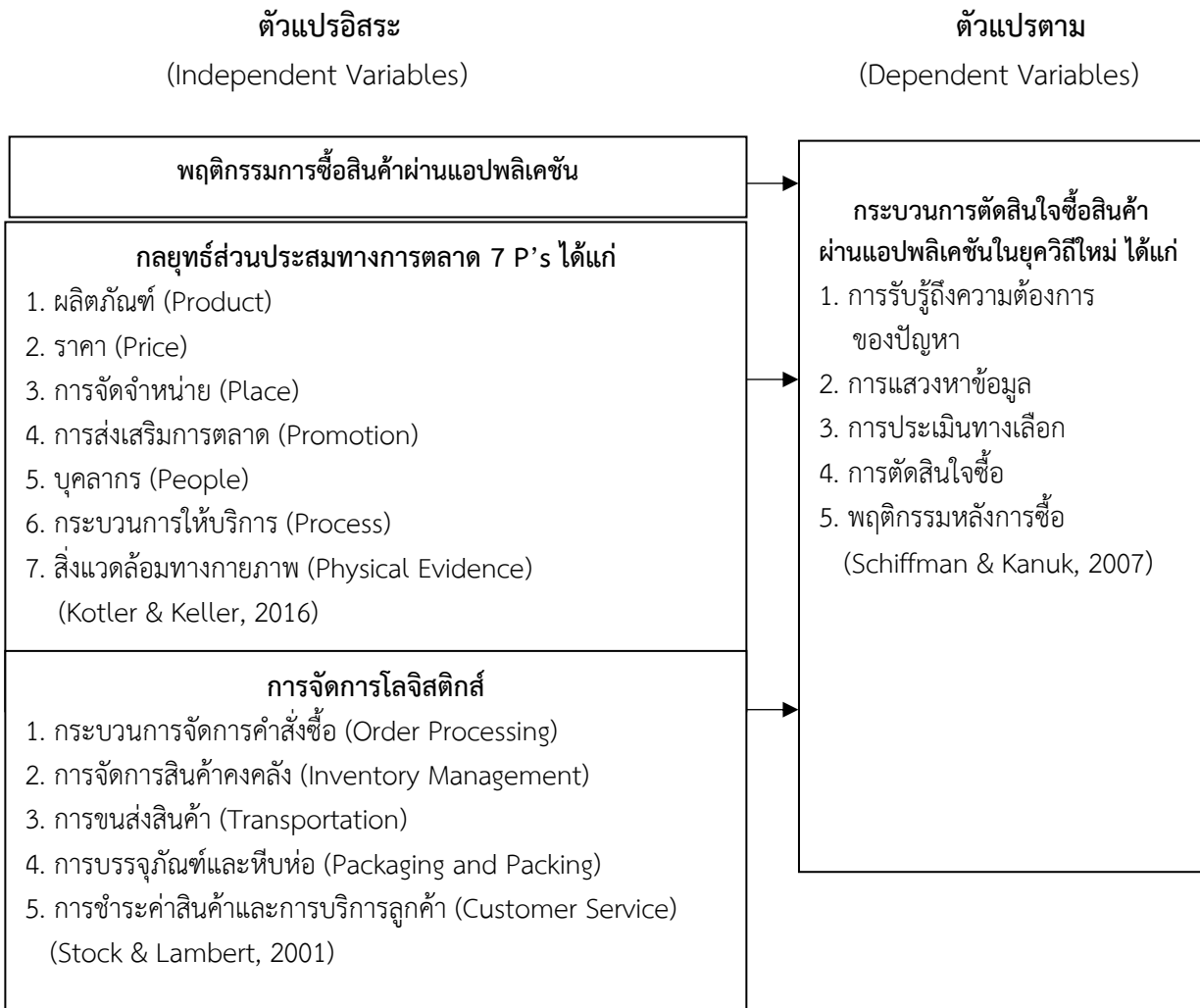
บริการลูกค้าส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. แนวคิดการใช้แอปพลิเคชัน การใช้แอปพลิเคชันต่าง ๆ ที่สามารถนำมาใช้เป็นตัวกลางในการสื่อสารในการรับข้อมูลในการซื้อสินค้าหรือบริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันที่มีการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้นและในขณะเดียวกันกลุ่มผู้ประกอบการก็มีการขยายตัวมากขึ้น และยังมีการพัฒนาระบบการชำระเงินที่สามารถสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างมาก จึงส่งผลให้การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ได้มีความหลากหลาย และในยุคปัจจุบันมีการเริ่มช้อปปิ้งออนไลน์มากขึ้น เพราะการใช้งานที่มีความซับซ้อนน้อยลง (จิตาภา ธัญญรัตน์วานิช, 2563) รวมถึงงานวิจัยของ ชลดา มงคลวนิช (2563, น.189) ได้สรุปว่า คุณภาพการบริการเป็นปัจจัยความเชื่อมั่นที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าออนไลน์

6. แนวคิดวิถีชีวิตใหม่ ในยุควิถีชีวิตใหม่ที่ผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญกับการดำรงชีวิตในยุคที่ทุกคนต้องทำงานที่บ้าน การสั่งซื้อสินค้า การใช้บริการและการใช้ชีวิตที่ต้องมีความระมัดระวังในการสัมผัสซึ่งกันและกันมากขึ้น เพื่อลดการติดเชื้อของการระบาดจากไวรัสโควิด-19 เพื่อเป็นการลดการระบาดของไวรัส จึงเป็นการใช้ชีวิตที่เรียกว่า “นิว นอร์มอล” (New Normal) ซึ่งเป็นการเว้นระยะห่างทางสังคมและทำให้เป็นปกติในการดำรงชีวิต (มาลี บุญศิริพันธ์, 2563) รวมถึงงานวิจัยของ ชิตาพร รุ่งสถาพร และปฐมมา สตะเวทิน (2564) สรุปได้ว่า ก่อนภาวะวิกฤตโควิด-19 ในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างเคยซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ ประเภทเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย สินค้าแฟชั่นมากที่สุด แต่ในช่วงภาวะวิกฤตโควิด-19 มีการใช้จ่ายอย่างระมัดระวังหรือซื้อเท่าที่จำเป็น โดยเลือกจากความน่าเชื่อถือของร้าน โดยซื้ออาหารและเครื่องดื่ม/ เดลิเวอรี่มากที่สุด ถึง 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ เพราะมีความสะดวกสบาย มีราคาเฉลี่ยในการซื้อ 100-500 บาทต่อครั้ง ด้วยการชำระเงินปลายทาง และมักไม่พบปัญหาในการซื้อสินค้าออนไลน์ แต่ก็มีเรื่องของระบบการขนส่ง สินค้าที่ล่าช้า หลังภาวะวิกฤตโควิด-19 มีแนวโน้มที่จะซื้อสินค้าออนไลน์ต่อไป และมีระดับความคิดเห็น การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ จากความน่าเชื่อถือ และความปลอดภัยของร้านค้าทางช่องทางออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ามากที่สุด

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ศึกษาและกำหนดตัวแปรในการวิจัย กรอบแนวคิด และสมมติฐานการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการซื้อ กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดและการจัดการโลจิสติกส์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันในยุควิถีชีวิตใหม่ของประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวิธีการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่เข้าถึงแอปพลิเคชันสำหรับการซื้อสินค้าใน 6 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครปฐม จังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดนนทบุรี จังหวัดปทุมธานี จังหวัดสมุทรสาคร และกรุงเทพมหานคร ที่ตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ บุคคลที่เข้าถึงแอปพลิเคชันที่เคยซื้อหรือวางแผนจะซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันมีภูมิลำเนาหรือพักอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Satisfied Sampling) ดำเนินการแบบแบ่งชั้นภูมิในเขตพื้นที่ 6 จังหวัด ประกอบด้วยจังหวัดนครปฐม จังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดนนทบุรี จังหวัดปทุมธานี จังหวัดสมุทรสาคร และกรุงเทพมหานคร และดำเนินการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ตามสัดส่วนของประชากรในแต่ละจังหวัด กำหนดค่าความผิดพลาดที่ยอมรับได้ (Level of Acceptable Error) ซึ่งสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ โดยทั่วไป

กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05 หรือค่าความผิดพลาดที่ยอมรับได้เป็น 5 % และใช้สูตรในการคำนวณ “ขนาดกลุ่มตัวอย่าง” (Sample Size) ของ Cochran (1977) กรณีที่ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน หรือ $p = 0.5$ จากสูตร

$$n = \frac{z^2}{4e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2}{4(0.05)^2}$$

$$n = 384.16 \approx 385$$

โดยที่ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = สัดส่วนประชากรที่ต้องการสุ่ม

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

z = ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มีค่าเท่ากับ 1.96 หรือระดับนัยสำคัญ 0.05

มี ค่า $z = 1.96$

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนประชากรและขนาดตัวอย่าง

ลำดับ	จังหวัด	จำนวนประชากร (คน)	จำนวนตัวอย่าง (คน)
1.	กรุงเทพมหานคร	5,588,222	197
2.	จังหวัดนครปฐม	920,729	33
3.	จังหวัดนนทบุรี	1,276,745	45
4.	จังหวัดปทุมธานี	1,176,412	42
5.	จังหวัดสมุทรปราการ	1,351,479	48
6.	จังหวัดสมุทรสาคร	586,199	21
รวม		10,899,786	385

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 และวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นตามวิธีของ Cronbach (Alpha Coefficient: α) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.985 (พรณี ลีกิจวัฒน์, 2558, น.199-203) แบ่งออกเป็น 6 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในลักษณะข้อคำถามชนิดเลือกตอบ (Check list)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันในลักษณะข้อคำถามชนิดเลือกตอบ (Check list)

ส่วนที่ 3 คำถามกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดในกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน ตามระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด 7 P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการให้บริการ (Process) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert, 1932)

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ เป็นแบบสอบถามมาตรฐานค่าของลิเคิร์ต (Likert, 1932)

ส่วนที่ 5 กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันในยุควิถีใหม่ในลักษณะข้อคำถามชนิดเลือกตอบ (Check list)

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามปลายเปิด

3. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบความแตกต่าง ได้แก่ การทดสอบค่าที่ t-test (Independent Sample t-test) และวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One-Way ANOVA) และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

สรุปผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามมีทั้งหมด 385 คน โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 60.52 มีอายุอยู่ในช่วง 20-29 ปี จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 54.81 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 68.06 ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 48.83 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 30.91 ตามลำดับ

ด้านพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันของผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน ในด้านสาเหตุของการสั่งซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเลือกจากความสะดวกในการซื้อ/ใช้บริการ จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 50.13 บุคคลที่แนะนำมาใช้บริการ โดยใช้บริการด้วยตนเอง จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 47.01 มีวิธีการชำระเงินด้วยวิธีโอนผ่านบัญชีธนาคาร จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 32.20 สำหรับด้านการเลือกรับบริการผ่านอุปกรณ์ จะใช้บริการจากโทรศัพท์มือถือ จำนวน 348 คน คิดเป็นร้อยละ 90.39 มีความบ่อยครั้งใช้บริการหรือสั่งซื้อผ่านแอปพลิเคชันคือ ใช้บริการ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 38.96 รู้จักการสั่งซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันจากสื่อโฆษณาออนไลน์ จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 75.32 มีค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อสินค้าต่อครั้งประมาณ 501-1,000 บาท จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 43.64 การใช้เวลาในการรอคอยสินค้า ใช้เวลารอคอยประมาณ 3-4 วัน จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75 ประเภทของสินค้าที่ซื้อมากที่สุดคือ ของใช้ในชีวิตประจำวัน จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 33.51 และมีแอปพลิเคชันที่ใช้สั่งซื้อสินค้า คือ Shopee และ Lazada จำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 69.35 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 7 P's ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันในยุควิถีใหม่ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.49 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านราคามีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.23 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.57 รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.54 และด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.57 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันในยุควิถีใหม่ ในภาพรวมความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.52 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กระบวนการจัดการคำสั่งซื้อ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.55 รองลงมา คือ การชำระค่าสินค้าและการบริการลูกค้า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.57 และการจัดการสินค้าคงคลัง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.59 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันในยุควิถีใหม่ ในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.52 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การประเมินทางเลือก มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.58 รองลงมาคือ พฤติกรรมหลังการซื้อสินค้า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.64 และการรับรู้ความต้องการของปัญหา มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.59 ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 พฤติกรรมการซื้อสินค้าที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันในยุควิถีใหม่ของประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกัน แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมการณ์การซื้อสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันในยุควิถีใหม่ของประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐาน	F	Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สาเหตุของการสั่งซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน	1.31	0.06	ยอมรับ
บุคคลที่แนะนำมาให้ใช้บริการ	0.87	0.76	ยอมรับ
วิธีการชำระค่าสินค้า	1.20	0.13	ยอมรับ
อุปกรณ์รับบริการ	1.84	0.00*	ปฏิเสธ
ความบ่อยครั้งที่ใช้บริการสั่งซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน	0.85	0.81	ยอมรับ
ท่านรู้จักการสั่งซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันผ่านสื่อใด	0.98	0.53	ยอมรับ
ค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อสินค้าต่อครั้ง	0.79	0.90	ยอมรับ
ใช้เวลาในการรอคอยสินค้านานเท่าไร	0.96	0.57	ยอมรับ
ประเภทของสินค้าที่ท่านซื้อมากที่สุด	1.03	0.43	ยอมรับ
ท่านใช้แอปพลิเคชันใดมากที่สุดในการสั่งซื้อสินค้า	0.80	0.88	ยอมรับ

* p-value < 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า พฤติกรรมการซื้อในด้านอุปกรณ์การรับบริการต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันในยุควิถีใหม่ของประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกันอย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วนพฤติกรรมการณ์ซื้อในด้านอื่นๆ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันในยุควิถีใหม่ของประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานข้อที่ 2 กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดและการจัดการโลจิสติกส์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันในยุควิถีใหม่ของประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาเป็นไปตามตารางที่ 3 โดยผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของข้อมูล ดังนี้

ตัวแปรพยากรณ์มีค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.272 ถึง 0.539 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรพยากรณ์เป็นอิสระจากกัน และเมื่อพิจารณาค่า VIF ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 1.854 ถึง 3.682 นั่นคือ ค่า VIF มีค่าไม่เกิน 10 จึงถือได้ว่าตัวแปรพยากรณ์ที่นำมาใช้ในการพยากรณ์การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันในยุควิถีใหม่ของประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลไม่มีปัญหา ตัวแปรที่ใช้ในการพยากรณ์สัมพันธ์กันสูง (Multicollinearity) ซึ่งเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุที่กำหนดให้ค่า Tolerance มีค่าเข้าใกล้ 1 และค่า VIF ต้องน้อยกว่า 10

ตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันในยุควิถีใหม่ของประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้สถิติวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ปัจจัย	b	SE _b	β	t	P-value
(Constant)	0.569	0.120		4.740	0.000***
การชำระค่าสินค้าและบริการลูกค้า (X ₁₂)	0.349	0.040	0.383	8.634	0.000***
กระบวนการจัดการคำสั่งซื้อ (X ₈)	0.310	0.047	0.327	6.609	0.000***
ราคา (X ₂)	0.099	0.033	0.108	2.992	0.003**
กระบวนการให้บริการ (X ₆)	0.121	0.041	0.134	2.971	0.003**

R = 0.854 R² = 0.730 P-value = .000

SE_{est} = 0.268 F = 257900*

p-value < 0.01 * p-value < 0.001

จากตารางที่ 3 พบว่า ตัวแปรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันในยุควิถีใหม่ของประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (Y) ได้แก่ ปัจจัยด้านการชำระค่าสินค้าและบริการลูกค้า (X₁₂) ปัจจัยด้านกระบวนการจัดการคำสั่งซื้อ (X₈) ปัจจัยด้านราคา (X₂) และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (X₆) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.349, 0.310, 0.099 และ 0.121 ตามลำดับ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ในการทำนาย (R²) เท่ากับ 0.730 สามารถทำนายการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันในยุควิถีใหม่ของประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลได้ร้อยละ 73.0 โดยผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณสามารถนำไปสร้างสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

สมการในรูปคะแนนดิบ

$$Y' = 0.569 + 0.349 (X_{12}) + 0.46(X_8) + 0.099(X_2) + 0.021(X_6)$$

การอภิปรายผล

พฤติกรรมการณ์การซื้อในด้านอุปกรณ์การรับบริการต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันในยุควิถีใหม่ของประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะอุปกรณ์การรับบริการ มีส่วนสำคัญในการช่วยทำให้เกิดความสะดวกสบายในการสั่งซื้อ หาข้อมูลเมื่อมีความต้องการในทันที หากอุปกรณ์ยากต่อการใช้งาน ก็ทำให้การตัดสินใจซื้อเป็นไปได้ยากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุธาทิพย์ ท้วจบ (2562, น.195) ทำการศึกษาพฤติกรรมการณ์การซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี อำเภอบางพลี จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการณ์การซื้อ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย ด้านเทคโนโลยี ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นักศึกษาที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการณ์การซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านเทคโนโลยีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ด้านผลิตภัณฑ์และด้านส่งเสริมการจัดจำหน่ายไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปัจจัยด้านการชำระค่าสินค้าและบริการลูกค้า ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันในยุควิถีใหม่ของประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อาจเป็นเพราะการทำธุรกรรมทางการเงินในการซื้อสินค้าของแอปพลิเคชันที่มีความหลากหลายรูปแบบและหลากหลายช่องทางรวมทั้งบริการต่าง ๆ ที่ทำให้ลูกค้าเกิดความสะดวกสบาย ทำให้ง่ายต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าบนแอปพลิเคชันนั้น ๆ สอดคล้องกับแนวคิดของ Stock and Lambert (2001) ที่กล่าวว่า การบริการลูกค้า (Customer Service) ประกอบด้วยกิจกรรมที่ต้องติดต่อหรือประสานงานโดยตรงกับลูกค้า โดยกิจกรรมการให้บริการลูกค้านี้ได้ถูกวิเคราะห์ถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะต้องทำเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ภายใต้ระดับการให้บริการและต้นทุนของการให้บริการที่เหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของชลลดา มงคลวนิช (2563, น.189) ทำการศึกษาปัจจัยความเชื่อมั่นที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของเยาวชนไทย พบว่า คุณภาพการบริการเป็นปัจจัยความเชื่อมั่นที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภกร ตันวรารุณชัย และบุญไทย แก้วขันตี (2564, น. 23) ทำการศึกษาปัจจัยการตลาดแบบดิจิทัล การโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์และความสามารถด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า งานด้านบริการลูกค้าส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของแสดมภ์ กัลยาภานันท์ และทรงวุฒิ ดิจิงกิจ (2564, น.255) ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม (Traditional Trade) ในจังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยด้านการบริการและการติดต่อสื่อสาร มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม ในจังหวัดชลบุรี และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑากมล มนโกศล และทรงวุฒิ ดิจิงกิจ (2564, น.285) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (โควิด-19) กรณีศึกษารถไฟฟ้าฟ้ามหานคร สายเฉลิมรัชมงคล (สายสีน้ำเงิน) พบว่า ปัจจัยกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ ได้แก่ ด้านการบริการลูกค้า มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (โควิด-19) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านกระบวนการจัดการคำสั่งซื้อ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันในยุควิถีใหม่ของประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อาจเป็นเพราะขั้นตอนการจัดการคำสั่งซื้อที่สะดวกและไม่ยุ่งยากจนเกินไป ทำให้ลูกค้าสามารถทำการสั่งซื้อได้ง่าย หากมีขั้นตอนการสั่งซื้อที่ยุ่งยากหรือต้องเข้าไปทำหลาย ๆ ขั้นตอน ทำให้ลูกค้าเบื่อหน่ายและยกเลิกการสั่งซื้อสินค้าได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Stock and Lambert (2001) ที่กล่าวว่า การดำเนินงานตามคำสั่งซื้อนั้นมีความรวดเร็วในการดำเนินงานและความถูกต้อง

เป็นส่วนสำคัญในการเพิ่มระดับความสามารถในการบริการลูกค้า เนื่องจากกิจกรรมนี้เป็นส่วนงานที่ต้องมีการพบปะกันระหว่างลูกค้ากับบริษัท ซึ่งมีผลต่อการรับรู้และเข้าใจในการบริการลูกค้า รวมถึงความพึงพอใจลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของสุภกร ตันวรารูฒิชัย และบุญไทย แก้วขันตี (2564, น. 23) ทำการศึกษาปัจจัย การตลาดแบบดิจิทัล การโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์และความสามารถด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการ ตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า กระบวนการ การจัดการคำสั่งซื้อ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของแสมตมภ์ กัลยาภานันท์ และทรงวุฒิ ดีจงกิจ (2564, น.255) ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม (Traditional Trade) ในจังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการสั่งซื้อมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุ ก่อสร้างจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม ในจังหวัดชลบุรี และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑากมล มนโกศล และทรงวุฒิ ดีจงกิจ (2564, น. 285) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (โควิด-19) กรณีศึกษารถไฟฟ้าฟ้ามหานคร สายเฉลิมรัชมงคล (สาย สีน้ำเงิน) พบว่า ปัจจัยกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ ได้แก่ การดำเนินการตามคำสั่งซื้อของลูกค้า มีผลต่อความพึง พอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (โควิด-19) อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านราคา ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันในยุควิถีใหม่ของประชาชนใน กรุงเทพมหานครและปริมณฑล อาจเป็นเพราะแอปพลิเคชันได้แสดงราคาสินค้าและค่าบริการ ต่าง ๆ อย่าง ชัดเจน ทำให้ลูกค้าสามารถเลือกเปรียบเทียบราคากับท้องตลาดหรือระหว่างแอปพลิเคชันด้วยตนเองได้ และ สามารถเปรียบเทียบความคุ้มค่าของเงินที่จะต้องเสียไปกับสินค้าที่ได้รับได้อย่างเหมาะสมตรงตามความต้องการ ของผู้ซื้อ สอดคล้องกับงานวิจัยของมรกต กำแพงเพชร, ธีรรัฐ ธีรรัฐวิภากรณ, บุชบา เถารักตระกูล และอัญชลี สมบูรณ์ (2565, น. 460) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มการเงินของผู้ ประการใหม่ กรณีศึกษา TAOBAO พบว่า ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม เงิน TAOBAO สอดคล้องกับงานวิจัยของเกรียง กิจบำรุงรัตน์ (2565, น.26) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคทางสังคมออนไลน์ พบว่า ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ผ่านทางสังคมออนไลน์ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของชุตินา คล้ายสังข์ (2564, น.37) ทำการศึกษาปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านราคา ส่งผล ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันในยุควิถีใหม่ของ ประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อาจเป็นเพราะลูกค้ามีความคาดหวังและต้องการความ สะดวกสบายในการซื้อสินค้าจึงเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันต่าง ๆ ซึ่งถ้าสามารถสร้างกระบวนการให้บริการไม่ ว่าจะเป็น การสั่งซื้อ การชำระเงิน และการรับสินค้า เห็นเป็นไปตามคาดหวังของลูกค้าได้ ก็สามารถจะทำให้เกิด การซื้อซ้ำได้ โดยงานวิจัยของเกรียง กิจบำรุงรัตน์ (2565, น. 26) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคทางสังคมออนไลน์ พบว่า ปัจจัยด้านข้อมูลร้านค้า ข้อมูลสินค้าและกระบวนการ ให้บริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของชุตินา คล้ายสังข์ (2564, น.37) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในเขต กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ลูกค้าให้ความสำคัญในเรื่องด้านการชำระค่าสินค้าและบริการลูกคามีสิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านกระบวนการจัดการคำสั่งซื้อ และด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มควรออกแบบให้แอปพลิเคชันควรมีการให้บริการซื้อขายมีความสะดวกง่ายต่อการใช้งานกับทุกเพศ ทุกวัย เพื่อตอบสนองการสั่งซื้อสินค้าให้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูงสุด

2. ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มควรนำเสนอราคาสินค้า ค่าบริการ และข้อมูลสินค้าที่ชัดเจน เข้าใจง่าย หรือสามารถเปรียบเทียบราคากับท้องตลาดหรือแพลตฟอร์มขายสินค้าประเภทเดียวกัน เพื่อให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจได้ง่ายมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน หรือ โมเดล การสร้างความจงรักภักดีต่อการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อการพัฒนาธุรกิจให้ยั่งยืน

2. ควรทำการศึกษาในเชิงลึกไปยังสินค้าหรือบริการเฉพาะอย่าง เช่น ธุรกิจเสื้อผ้า ธุรกิจอาหาร ฯลฯ รวมไปถึงการเจาะจงไปยังกลุ่มเป้าหมายที่มีความน่าสนใจ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มเจนเนอเรชันต่าง ๆ

3. ควรทำการศึกษาการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้เกิดความเข้าใจสภาพความเป็นจริงและส่งผลต่อทัศนคติในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน

เอกสารอ้างอิง

กตัญญูตา โอเช่ และ สุวัฒน์ ตุงสวัสดิ์. (2565). การตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรินทร์. *วารสารวิชาการเทคโนโลยีการจัดการ*, 3(1), 57-70.

เกรียง กิจบำรุงรัตน์. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคทางสังคมออนไลน์.

วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 41(1), 18-28.

จิตาภา ธัญญรัตน์วานิช. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี. *บทความวิจัย วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 7(1), 311-323.

จุฑากมล มนโกศล และทรงวุฒิ ดิจงกิจ. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (โควิด-19) กรณีศึกษารถไฟฟ้ามหานครสายเฉลิมรัชมงคล (สายสีน้ำเงิน). *วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 7(11), 285-298.

ชลลดา มงคลวนิช. (2563). ปัจจัยความเชื่อมั่นที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของเยาวชนไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ*, 27(2), 189-214.

ชุตินา คล้ายสังข์. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต*, 15(1), 37-69.

ทิตาพร รุ่งสถาพร และ ปฐมมา สตะเวทิน (2564). พฤติกรรมผู้บริโภคต่อการซื้อสินค้าบนช่องทางออนไลน์ในภาวะวิกฤตโควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมาณพล และพิษณุโลก. *วารสารนิเทศศาสตร์*, 39(2), 119-133.

- พนิดา ตันศิริ. (2565). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของกลุ่มเจนเนอเรชัน Z ในกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.)*, 28(1), 55-68.
- พรรณี ลีกิจวัฒน์. (2558). *วิธีการวิจัยทางการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- มาลี บุญศิริพันธ์. (2563). *ปัญญาดีคัพท์ New Normal*. กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสภา.
- มรกต กำแพงเพชร, ชีร์รัฐ รัฐวิธากรณ์, บุชบา เถารักตระกูล และอัญชลี สมบูรณ์. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มการเงินของผู้ประกอบการใหม่ กรณีศึกษา TAOBAO. *วารสารธุรกิจปริทัศน์*, 14(1), 460-476.
- ศิริ พลอยจินดา และ นพดล บุรณนัญญ์. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารการจัดการโลจิสติกส์การขนส่งทางเรือ กรุงเทพมหานคร. *วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา*, 9(3), 1-10.
- สุชาติพิทย์ ท้วจบ. (2562). พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีอำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี*, 8(2), 195-205
- สุภกร ตันวาราวุฒิชัย และบุญไทย แก้วขันตี. (2564). ปัจจัยการตลาดแบบดิจิทัล การโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์และความสามารถด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. *วารสารเกษตรศาสตร์ธุรกิจประยุกต์*, 15(22), 23-40.
- แสตมป์ กัลยาภานันท์ และทรงวุฒิ ตีจงกิจ. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม (Traditional Trade) ในจังหวัดชลบุรี. *วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 7(11), 255-266.
- Brand, Buffet. (2018). *Statistics of digital users around the world "Thailand" is the most addicted to the Internet in the world "Bangkok", the city of the most Facebook users*. Retrieved from <https://www.brandbuffet.in.th/2018/02/global-and-Thailand-digital-report-2018/>
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. (3rd Edition). New York: John Wiley & Sons.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. (15th global edition). Edinburgh: Pearson Education.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2000). *Marketing*. United States: South-Western College.
- Likert, R. (1932). A Technique for the Measurement of Attitudes. *Archives of Psychology*, 140, 1-55.
- Powell, G.R., Groves, S.W., & Dimos, J. (2011). *ROI of Social Media: How to Improve the Return on Your Social Marketing Investment*. Singapore: John Wiley & Sons.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer Behavior*. (9thed.) New Jersey: Pearson Prentice.
- Stock, J.R. & Lambert, D.M. (2001). *Strategic logistics management*. Singapore: McGraw-Hill.

การศึกษาสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษา
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง

ปริญญา บุญพ่อง^{1*} ธนินาถ ฌ สุนทร² และ สุจิตรา โอสถอภิรักษ์³

¹ นักศึกษาปริญญาโท, ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษาและภาวะผู้นำ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น

^{2,3} อาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น

THE COMPETENCIES STUDY OF SCHOOL ADMINISTRATORS
UNDER THE SECONDARY EDUCATIONAL SERVICE AREA OFFICE
CHONBURI RAYONG

Patinya Boonpong^{1*} Thaneenart Na-Soontorn² and Suchitra Osodhapiruk³

¹ Master of Education, Educational Administration and Leadership, Saint John's University

^{2,3} Lecturer of Saint John's University

*Corresponding author e-mail: patinya1boonpong@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received) 6 ธันวาคม 2565

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 24 มีนาคม 2566

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 8 เมษายน 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง และ 2) เปรียบเทียบสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง กลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นครูที่ปฏิบัติการสอนในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง ทั้งหมด 351 คน โดยใช้วิธีสุ่มแบบแบ่งชั้น เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษา มีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) ได้ค่าระหว่าง .80-1.00 และวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของครอนบาคมีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นเท่ากับ .986 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที

ผลการวิจัยพบว่า 1) สมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.35$, $SD=.57$) โดยมีด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}=4.38$, $SD=.55$) และด้านการบริการที่ดี มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดที่สุดคือ ($\bar{X}=4.29$, $SD=.59$) 2) เปรียบเทียบสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง พบว่า ครูที่มี วุฒิการศึกษาปริญญาตรีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษาไม่แตกต่างกับครูที่มีวุฒิการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนครูที่มีประสบการณ์ต่ำกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.70 มีความคิดเห็นต่อสมรรถนะของผู้บริหารแตกต่างกับครูที่มีประสบการณ์ตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: สมรรถนะ ผู้บริหารสถานศึกษา เขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา

Abstract

The purpose of this research was 1) to study the competencies of school administrators under the Secondary Educational Service Area Office Chonburi Rayong, and 2) to compare the competencies of school administrators under the Secondary Educational Service Area Office Chonburi Rayong. The sample group comprised 351 teachers under the Secondary Educational Service Area Office Chonburi Rayong people. The research tool was a survey questionnaire about the competencies of school administrators. The data analysis statistics were frequency, percentage, arithmetic mean, standard deviation and t-test.

The results found that 1) the competencies of school administrators under the Secondary Educational Service Area Office Chonburi Rayong, were at a high level ($\bar{X}=4.35$, $SD=.57$), with the achievement motivation at the highest mean ($\bar{X}=4.38$, $SD=.55$) and the lowest mean was service mind ($\bar{X}=4.29$, $SD=.59$). 2) The result of the comparison of teachers' opinions about the competencies of school administrators under the Secondary Educational Service Area office Chonburi Rayong found that teachers with a bachelor's degree had no different opinions from teachers with a post-graduate degree but teachers with less than 10 years of experience and teachers with more than 10 years of experience were different with statistical significance at the 0.05 level.

Keywords: Competencies, School Administrators, The Secondary Educational Service Area

ความสำคัญและที่มาของงานวิจัย

การศึกษาที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 จึงได้ให้ความสำคัญในการจัดการศึกษา และกำหนดไว้อย่างชัดเจนว่า รัฐต้องดำเนินการให้ประชาชนได้รับการศึกษาตามความต้องการในระบบต่าง ๆ รวมทั้งส่งเสริมให้มีการเรียนรู้ตลอดชีวิต และจัดให้มีการร่วมมือกันระหว่างรัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และภาคเอกชนในการจัดการศึกษาทุกระดับ โดยรัฐมีหน้าที่ดำเนินการกำกับ ส่งเสริม และสนับสนุนให้การจัดการศึกษาดังกล่าวมีคุณภาพและได้มาตรฐานสากล แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประเทศไทยในภาพรวมมีแนวโน้มที่ดีขึ้น จากผลของการยกระดับสุขภาวะการเข้าถึงโอกาสทางการศึกษาและระดับรายได้ที่เพิ่มขึ้นตามดัชนีการพัฒนามนุษย์ของโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติสะท้อนว่าคนไทยทุกช่วงวัยมีความรู้ความสามารถโดยรวมเพิ่มขึ้น แต่กลับพบว่ามีทักษะ ด้านการอ่าน หรือการศึกษาหาความรู้ลดลงและมีจำนวนเยาวชนที่ไม่ได้เรียนและไม่ได้ทำงานใด ๆ เพิ่มสูงขึ้น ทำให้ศักยภาพของเยาวชนกลุ่มนี้ไม่ได้ถูกนำมาใช้ประโยชน์และไม่ได้รับการพัฒนา ซึ่งประเด็นด้านการพัฒนาทุนทรัพยากรมนุษย์เชิงคุณภาพเป็นความท้าทายที่สำคัญของไทยมาโดยตลอด จากระบบและคุณภาพการศึกษาที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาอยู่ในเกณฑ์ต่ำ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565, น.11) สมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษาเป็นความรู้ ความสามารถ และทักษะหรือคุณลักษณะที่เหมาะสมของผู้บริหารสถานศึกษาที่จำเป็นต้องมีเพื่อการปฏิบัติงานได้อย่างประสบความสำเร็จมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล ประกอบด้วย การมุ่งผลสัมฤทธิ์ การบริการที่ดี การพัฒนาตนเอง การทำงานเป็นทีม การวิเคราะห์และสังเคราะห์ การสื่อสาร และการจูงใจ การพัฒนาศักยภาพบุคลากรและการมีวิสัยทัศน์ (ภาสกร หมื่นสา, 2561, น. 8-9) ผู้บริหารสถานศึกษาในฐานะ

ผู้นาองค์กรเป็นผู้ที่สำคัญที่สุดในการขับเคลื่อนนโยบายต่าง ๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษาให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายที่ทุกฝ่ายต้องการให้เกิดขึ้น ดังนั้นการศึกษาสมรรถนะของผู้บริหารมีความจำเป็นยิ่งต่อการพัฒนาทางด้านบุคลากรและการดำเนินงานขับเคลื่อนของสถานศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560-2579) ว่าด้วยยุทธศาสตร์การพัฒนาและการเสริมสร้างศักยภาพคน เพื่อพัฒนาคนและสังคมไทยให้เป็นรากฐานที่แข็งแกร่งของประเทศมีความพร้อมทางกาย ใจ สติปัญญา มีความเป็นสากล มีทักษะการคิดวิเคราะห์อย่างมีเหตุผล มีระเบียบวินัย เคารพกฎหมาย มีคุณธรรมจริยธรรม รู้คุณค่าความเป็นไทยและมีครอบครัวที่มั่นคง

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง มีภารกิจและอำนาจหน้าที่ ในการจัดทำนโยบาย แผนพัฒนาและมาตรฐานการศึกษาของเขตพื้นที่การศึกษา ให้สอดคล้องกับนโยบาย มาตรฐานการศึกษา แผนพัฒนาการศึกษาขั้นพื้นฐาน และความต้องการของท้องถิ่น กำกับ ตรวจสอบติดตามการใช้จ่ายงบประมาณ ประสาน ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาหลักสูตรร่วมกับสถานศึกษา ศึกษา วิเคราะห์ วิจัย และรวบรวมข้อมูลสารสนเทศด้านการศึกษา จัดระบบประกันคุณภาพการศึกษา และประเมินผลสถานศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษา (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง, 2564, น. 3-22) และรายงานการสังเคราะห์การประเมินตนเองและการวิเคราะห์ประสิทธิภาพและโอกาส ด้านกระบวนการบริหารและการจัดการ จุดที่ควรพัฒนา คือ ระบบบริหารและการจัดการคุณภาพของสถานศึกษาและผลการติดตามและประเมินผลการบริหาร และการจัดการศึกษา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ในมาตรฐานที่ 1 การบริหารจัดการองค์การสู่ความเป็นเลิศ มีผลการประเมินในตัวบ่งชี้การพัฒนางานองค์การแห่งการเรียนรู้ อยู่ในระดับพอใช้ เพื่อนำไปสู่ประสิทธิผลในการจัดการศึกษาของโรงเรียนอย่างแท้จริง การศึกษาสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษาจะทำให้ได้ข้อค้นพบที่เป็นประโยชน์ เป็นข้อมูลและแนวทางในการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการสถานศึกษา

ด้วยเหตุผลข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษา ได้ตรงตามความต้องการมากยิ่งขึ้น เพื่อให้เกิดประโยชน์และประสิทธิภาพ ในการทำงานและใช้ทรัพยากรทางด้านการบริหารอย่างคุ้มค่าและบรรลุวัตถุประสงค์มากที่สุด

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง ใน 8 ด้าน คือ การมุ่งผลสัมฤทธิ์ การบริการที่ดี การพัฒนาตนเอง การทำงานเป็นทีม การวิเคราะห์และสังเคราะห์ การสื่อสารและการจูงใจ การพัฒนาศักยภาพบุคลากร และการมีวิสัยทัศน์
2. เพื่อเปรียบเทียบสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง จำแนกตามวุฒิการศึกษาและประสบการณ์

สมมติฐานของงานวิจัย

1. ครูที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง แตกต่างกัน
2. ครูที่มีประสบการณ์ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง แตกต่างกัน

ขอบเขตของงานวิจัย

1. กำหนดขอบเขตด้านประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ครูที่ปฏิบัติการสอนในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง ปีการศึกษา 2565 จำนวน 3,964 คน
2. กำหนดขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ครูที่ปฏิบัติการสอนในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง จำนวน 351 คน จากกลุ่มประชากรโดยใช้การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมตามตารางของ Krejcie and Morgan (1970, p.608) จากการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling)
3. กำหนดขอบเขตของเนื้อหา ศึกษาสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษาตามสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษากำหนด (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา, 2548) ใน 8 ด้าน คือ ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ ด้านการบริการที่ดี ด้านการพัฒนาตนเอง ด้านการทำงานเป็นทีม ด้านการวิเคราะห์และสังเคราะห์ ด้านการสื่อสารและการจูงใจ ด้านการพัฒนาศักยภาพบุคลากร และด้านการมีวิสัยทัศน์
4. กำหนดขอบเขตของระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา พฤษภาคม 2565 - มีนาคม 2566 ปีการศึกษา 2565

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ครูที่ปฏิบัติการสอนในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง ปีการศึกษา 2565 จำนวน 3,964 คน กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 351 คน โดยใช้การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมตามตารางของ Krejcie and Morgan (1970, p. 608) จากการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling)
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษา แบ่งเป็น 2 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) และ ตอนที่ 2 สมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษา ใน 8 ด้าน คือ การมุ่งผลสัมฤทธิ์ การบริการที่ดี การพัฒนาตนเอง การทำงานเป็นทีม การวิเคราะห์และสังเคราะห์ การสื่อสารและการจูงใจ การพัฒนาศักยภาพบุคลากร และการมีวิสัยทัศน์ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าชนิด 5 ระดับ (Rating Scale) มีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) ระหว่าง .80-1.00 และวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของครอนบาคมีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นเท่ากับ .986
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการส่งแบบสอบถามและเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ครูผู้สอน จำนวน 351 ฉบับ โดยใช้แบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ และนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของการตอบคำถามได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ 351 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 แล้วทำการวิเคราะห์ แล้วนำผลการวิเคราะห์ไปแปลผล ตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานของการวิจัย
4. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ โดยข้อมูลสถานะภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ วุฒิการศึกษา และประสบการณ์ วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษา โดยหาค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และเปรียบเทียบสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาตามความคิดเห็นของครูที่มีวุฒิการศึกษาและประสบการณ์ต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ การทดสอบค่าที่ (t-test)

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ	ครู	
	จำนวน	ร้อยละ
1. วุฒิการศึกษา		
1.1 ปริญญาตรี	254	72.36
1.2 สูงกว่าปริญญาตรี	97	27.64
2. ประสบการณ์		
2.1 ประสบการณ์ต่ำกว่า 10 ปี	199	56.70
2.2 ประสบการณ์ตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป	152	43.30
รวม	351	100

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 72.36 และมีประสบการณ์ต่ำกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.70

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์สมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง

สมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษา	\bar{X}	SD	แปลผล
1. ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์	4.38	.55	มาก
2. ด้านการบริการที่ดี	4.29	.59	มาก
3. ด้านการพัฒนาตนเอง	4.37	.54	มาก
4. ด้านการทำงานเป็นทีม	4.36	.56	มาก
5. ด้านการวิเคราะห์และสังเคราะห์	4.34	.56	มาก
6. ด้านการสื่อสารและการจูงใจ	4.30	.63	มาก
7. ด้านการพัฒนาศักยภาพบุคลากร	4.37	.60	มาก
8. ด้านการมีวิสัยทัศน์	4.35	.55	มาก
รวม	4.35	.57	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า สมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.35, SD=.57) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า สมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง ตามทัศนะของครูในด้านมุ่งผลสัมฤทธิ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (\bar{X} =4.38, SD=.55) รองลงมาคือ ด้านการพัฒนาตนเอง (

$\bar{X}=4.37$, $SD=.54$) ด้านการพัฒนาศักยภาพบุคลากร ($\bar{X}=4.37$, $SD=.60$) ด้านการทำงานเป็นทีม ($\bar{X}=4.36$, $SD=.56$) ด้านการมีวิสัยทัศน์ ($\bar{X}=4.35$, $SD=.55$) ด้านการวิเคราะห์และสังเคราะห์ ($\bar{X}=4.34$, $SD=.56$) ด้านการสื่อสารและการจูงใจ ($\bar{X}=4.30$, $SD=.63$) ตามลำดับ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านการบริการที่ดี ($\bar{X}=4.29$, $SD=.59$)

2. ข้อมูลการเปรียบเทียบสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง จำแนกตามวุฒิการศึกษาและประสบการณ์ผลการเปรียบเทียบดังนี้

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์สมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง จำแนกตามวุฒิการศึกษา

วุฒิการศึกษา	<i>n</i>	\bar{X}	<i>SD</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
ปริญญาตรี	254	4.32	.53	-1.529	.127
สูงกว่าปริญญาตรี	97	4.42	.52		

$p < .05$

จากตารางที่ 3 พบว่า ครูที่มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษาไม่แตกต่างกับครูที่มีวุฒิการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง จำแนกตามประสบการณ์

ประสบการณ์	<i>n</i>	\bar{X}	<i>SD</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
ประสบการณ์ต่ำกว่า 10 ปี	199	4.28	.52	-2.644	.009*
ประสบการณ์ตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป	152	4.43	.53		

* $p < .05$

จากตารางที่ 4 พบว่า ครูที่มีประสบการณ์ต่ำกว่า 10 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษาแตกต่างกับครูที่มีประสบการณ์ตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่องสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง ผู้วิจัยมีประเด็นที่ได้นำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ผลการวิจัยพบว่าครูมีความคิดเห็นต่อสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษาโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง ได้พัฒนาครู บุคลากรทางการศึกษา ผู้บริหาร ให้มีสมรรถนะและทักษะตรงตามสายงาน รวมถึงมีวัฒนธรรมการทำงานที่มุ่งผลสัมฤทธิ์ มีระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ และสามารถเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับหน่วยงานอื่น ได้จัดทำโครงการพัฒนาบุคลากรทางการศึกษาให้มียุทธศาสตร์และเสริมสร้างเครือข่ายการบริหารจัดการการศึกษา โครงการการจัดการความรู้เพื่อขับเคลื่อนสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้และการพัฒนาคุณภาพสถานศึกษาสู่

มาตรฐานสากล ประกอบกับมี การนิเทศพัฒนาคุณภาพการศึกษา และประเมินผลการจัดการศึกษาของ สถานศึกษาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นโครงการที่พัฒนาสมรรถภาพของผู้บริหารสถานศึกษา สอดคล้องกับแนวคิด สมรรถนะบุคคลของ McClelland องค์ประกอบสำคัญ 5 ประการ ได้แก่ ทักษะ (Skill) เป็นสิ่งที่บุคคลกระทำ ได้ดีและฝึกปฏิบัติจนชำนาญ ความรู้ (Knowledge) เป็นความรู้เฉพาะด้านของบุคคล ทศคติค่านิยมและ ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณะของตนเอง (Self - Concept) บุคลิกประจำตัวบุคคล (Trait) และแรงจูงใจ หรือแรงขับภายใน (Motive) ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมที่มุ่งไปสู่สิ่งที่เป็นเป้าหมาย ส่งผลให้ผู้บริหารพัฒนา ตนเองโดยเข้าร่วมประชุมทางวิชาการ อบรม สัมมนา อย่างต่อเนื่อง และได้แสวงหาความรู้ใหม่ ๆ และติดตาม ความเคลื่อนไหวทางวิชาการและเทคโนโลยี เพื่อพัฒนาตนเองและวิชาชีพอยู่เสมอ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ครูเห็นว่า ผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง มีสมรรถนะอยู่ในระดับ มาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุทธิศักดิ์ อ่อนตะวัน (2563) ได้ศึกษาสมรรถนะของผู้บริหารกับความสุข ของครูโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า สมรรถนะของผู้บริหารโรงเรียน สังกัด กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชนิกร แสงสว่าง และ พิมล พรรณ เพชรสมบัติ (2564) ได้ศึกษาสมรรถนะหลักของผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 2 ผลการวิจัยพบว่า สมรรถนะหลักของผู้บริหารสถานศึกษาของ สถานศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับมาก

2. ผลการเปรียบเทียบสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง จำแนกตามวุฒิการศึกษาและประสบการณ์ มีประเด็นในการอภิปราย ดังนี้

2.1 ผลการเปรียบเทียบสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษา พบว่า ครูที่มีวุฒิการศึกษาปริญญา ตรีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษาไม่แตกต่างกับครูที่มีวุฒิการศึกษาสูงกว่าปริญญา ตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากมาตรฐานตำแหน่งและมาตรฐานวิทยฐานะของ ข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา ได้กำหนดคุณภาพการปฏิบัติงานของผู้บริหารสถานศึกษาทำให้ ผู้บริหารมีความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานในหน้าที่ให้มีคุณภาพถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ มีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์และมีการพัฒนาผลงานให้มีคุณภาพต่อเนื่อง ทำให้ครูที่มีวุฒิการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็น ต่อสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษาไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุทธาสินี คูเจริญทรัพย์ (2561) ได้ทำการศึกษาสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา ราชบุรี เขต 2 ผลการวิจัยพบว่า ครูที่มีวุฒิการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะของผู้บริหาร สถานศึกษาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกอร จุลินทร (2560) ได้ศึกษาสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาในอำเภอเขาคิชฌกูฏ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาจันทบุรี เขต 2 ผลการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาจำแนกตามวุฒิ การศึกษาโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.2 ผลการเปรียบเทียบสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษา พบว่า ครูที่มีประสบการณ์ต่ำกว่า 10 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษาแตกต่างกับครูที่มีประสบการณ์ตั้งแต่ 10 ปี ขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากโครงสร้างการ บริหารของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง ประกอบไปด้วย 4 กลุ่มงาน ประกอบด้วย กลุ่มบริหารวิชาการ กลุ่มบริหารงานงบประมาณกลุ่มบริหารบุคคล และกลุ่ม บริหารงานทั่วไป ซึ่งการจัดโครงสร้างการบริหารงานของโรงเรียนได้กำหนดภาระงานครอบคลุมทุกงานและ มอบหมายงานตามความสามารถและประสบการณ์ของบุคลากร โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ที่จะเกิดกับผู้เรียน เน้นการปฏิบัติงานแบบมีส่วนร่วมให้ทุกคนมีส่วนร่วมคิด ร่วมทำ และร่วมตัดสินใจ ซึ่งมีผู้บริหารสถานศึกษา

รองผู้อำนวยการสถานศึกษา หัวหน้ากลุ่มงาน หัวหน้ากลุ่มสาระที่มีความสามารถและประสบการณ์ในการปฏิบัติมากเข้าไปเป็นคณะกรรมการมีบทบาทในการกำหนดนโยบายและแผนพัฒนา กำกับและติดตามการดำเนินงานตามแผน และร่วมเสนอแนะ การบริหารของสถานศึกษา ทำให้ครูที่มีประสบการณ์ตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป มีระดับทักษะมากกว่าครูที่มีประสบการณ์ต่ำกว่า 10 ปี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุทธาสินี คูเจริญทรัพย์ (2561) ได้ทำการศึกษาสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษา ประถมศึกษาระดับ 2 ผลการวิจัยพบว่า ประสบการณ์ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นว่ามีสมรรถนะแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัทธนียา ราชวงษ์ และอำนวยการโพร่ง (2565) ได้ศึกษาสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคปกติใหม่ (New Normal) ตามการรับรู้ของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี เขต 11 ผลการวิจัยพบว่า ครูที่มีประสบการณ์การทำงานต่างกัน มีการรับรู้ต่อสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษา โดยภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. จากผลการวิจัยสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง พบว่า ผู้บริหารสถานศึกษามีสมรรถนะด้านการบริการที่ดี มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้นสถานศึกษาควรสอบถามความพึงพอใจของผู้รับบริการ เช่น นักเรียน ครูผู้ปกครองและ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อเสนอมาปรับปรุงพัฒนาการให้บริการ

2. จากผลการเปรียบเทียบสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง พบว่า ครูที่มีประสบการณ์ต่ำกว่า 10 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษาแตกต่างกับครูที่มีประสบการณ์ตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป ดังนั้นสถานศึกษาควรส่งเสริมการทำงานเป็นทีมเพื่อให้คณะครูร่วมวางแผน ดำเนินงาน รับฟังและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น สร้างสัมพันธภาพ และวัฒนธรรมการทำงานเป็นทีม เพื่อการพัฒนางานที่ปฏิบัติให้มีคุณภาพสูงสุด

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบ ผู้บริหารสถานศึกษามีสมรรถนะด้านการบริการที่ดี มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับ แนวทางการพัฒนาสมรรถนะของผู้บริหาร สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง โดยเฉพาะด้านการบริการที่ดี

เอกสารอ้างอิง

- กนกอร จุลินทร. (2560). สมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาในอำเภอเขาคิชฌกูฏ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 2. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา)
- บุญชม ศรีสะอาด และบุญส่ง นิลแก้ว. (2553). การอ้างอิงประชากรเพื่อใช้เครื่องแบบ. มาตรฐานประมาณค่า กับกลุ่มตัวอย่าง. วารสารวัดผลการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม, 3(5), 22-25.
- ประเสริฐ กำเลิศทอง. (2560). สมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา)

- พชนียา ราชนงษ์ และอำนวยการ ท่องโปรง. (2565). สมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคปกติใหม่ (New Normal) ตามการรับรู้ของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี เขต 1. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 7(6), 48-49
- ภัคจิรา ผาทอง. (2563). สมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 2. (การศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเองปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยพะเยา).
- ภมรรรณ แป้นทอง. (2561). สมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษา ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการเรียนรู้แบบดิจิทัล ในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเพชรบุรี เขต 2. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี).
- ภาวิณี ไชยวงษ์เย็น. (2565). สมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษา โรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 2. (การศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเองปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยพะเยา).
- ภาสกร หมั่นสา. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษากับการปฏิบัติงาน ตามมาตรฐานวิชาชีพทางการศึกษาของครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 30. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ).
- รัชนิกร แสงสว่างและพิมลพรรณ เพชรสมบัติ. (2564). การศึกษาสมรรถนะหลักของผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 2. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี*, 13(2), 203-204.
- สุทธิศักดิ์ อ่อนตะวัน. (2563). สมรรถนะของผู้บริหารกับความสุขของครูโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร)
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง. (2563). รายงานผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2562. ชลบุรี: สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง.
- _____. (2564). แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ 2564. ชลบุรี : สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง.
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา. (2548). *พระราชบัญญัติระเบียบข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา พ.ศ. 2547*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุสภา ลาดพร้าว.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). *สรุปสาระสำคัญของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสอง พ.ศ. 2560-2564*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติสำนักนายกรัฐมนตรื.
- สุทธาสินี คูเจริญทรัพย์. (2561). การศึกษาสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาราชบุรี เขต 2. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง*, 6(1, ม.ค. 2561), 54 – 73.
- อุทัย ภัคดิประยูรวงศ์. (2556) . สมรรถนะผู้บริหารโรงเรียนในศตวรรษที่21 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 20. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). New York: Harper Collins.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Likert, R. (1961). *New Pattern of Management*. New York: McGraw-Hill.

ภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครู
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3

สุพิชญธิดา พิมพ์พา^{1*} และ โสภณ เพ็ชรพวง²

^{1,2} คณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์, สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ

THE LEADERSHIP OF ADMINISTRATORS THAT AFFECTING THE MOTIVATION IN
THE PERFORMANCE OF THE TEACHERS UNDER SUPHANBURI PRIMARY
EDUCATIONAL SERVICE AREA OFFICE 3

Supitchayatida Pimpa^{1*} and Sophon Pechrpuang²

^{1,2} School of Education and Liberal Arts, Suvarnabhumi Institute of Technology, Thailand

*Corresponding author e-mail: supitchayatida.ok@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received) 25 กุมภาพันธ์ 2566

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 11 เมษายน 2566

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 18 เมษายน 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ภาวะผู้นำของผู้บริหาร (2) แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครู และ (3) ภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 จำนวน 399 คน โดยการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิและการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่น .973 และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบหลายขั้นตอน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ภาวะผู้นำการแลกเปลี่ยน และภาวะผู้นำตามสบาย

2. แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านความรับผิดชอบ ด้านการยอมรับนับถือ ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ และด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน

3. ภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 พบตัวแปรที่ได้รับเลือกเข้าสมการ ได้แก่ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและภาวะผู้นำตามสบาย ซึ่งสามารถร่วมกันทำนายแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูได้ร้อยละ 89.70 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำ แรงจูงใจ แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครู

Abstract

The objective of this research was to study (1) The leadership of administrators, (2) the motivation in the performance of the teachers, and (3) the leadership of administrators that affects the motivation in the performance of the teachers under Suphanburi primary educational service area, office 3. The samples were 399 teachers by stratified, and simple random sampling. Data was collected using a questionnaire with a reliability coefficient of .973. Statistical analysis used mean, standard deviation, Pearson's correlation and stepwise multiple regression analysis.

The research results revealed that

1. The leadership of administrators under Suphanburi primary educational service area, office 3, overall and in each aspect were at a high level, with the averages arranged in descending order as follows: transformational leadership, transactional leadership, and laissez-faire leadership.

2. The motivation in the performance of the teachers under Suphanburi primary educational service area, office 3, overall and in each aspect was at a high level, with the averages are arranged in descending order: working achievement, responsibility, recognition, work itself, and advancement.

3. The leadership of administrators that affected the motivation in the performance of the teachers under Suphanburi primary educational service area, office 3, found that the selected variables for the equation were transformational leadership, and laissez-faire leadership, which can jointly predict the motivation in the performance of the teachers, at a percentage of 89.70, with statistical significance at the level of .05.

Keywords: Leadership, Motivation, Teacher performance motivation

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การศึกษามีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศซึ่งเป็นกระบวนการหนึ่งที่มีบทบาทโดยตรงต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีคุณภาพเหมาะสม และมีคุณสมบัติสอดคล้องกับความต้องการในการใช้กำลังของประเทศ ฉะนั้น การศึกษาเป็นกระบวนการพัฒนาบุคคลให้มีความเจริญงอกงามทุกด้าน คือ สติปัญญา อารมณ์ และสังคม ซึ่งพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2553 มาตรา 6 และมาตราที่ 7 กำหนดไว้ว่า การจัดการศึกษาต้องเป็นไป เพื่อพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้ และคุณธรรม มีจริยธรรมและวัฒนธรรมในการดำรงชีวิต สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2562) สอดคล้องกับแผนพัฒนาการศึกษาแห่งชาติ กระทรวงศึกษาธิการ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ที่มุ่งเน้นพัฒนาคุณภาพการศึกษาและสร้างโอกาสทางการศึกษาให้คนไทยได้เรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อให้คนไทยทุกกลุ่มทุกวัยมีคุณภาพและความพร้อมทั้งทางร่างกาย จิตใจ สติปัญญา มีจิตสำนึกของความเป็นไทย มีความเป็นพลเมืองที่ดี ตระหนักและรู้คุณค่า

ของชนบทรรมนิยม ประเพณี ศิลปวัฒนธรรมที่ดั่งงาม มีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลง และตอบสนองต่อทิศทางการพัฒนาประเทศ (สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์, 2560)

การจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาบุคลากรของชาตินั้น โรงเรียนหรือสถานศึกษาเป็นหน่วยงานที่สำคัญที่สุดหน่วยงานหนึ่งในการพัฒนาบุคลากรของประเทศ โดยมีเป้าหมายหลักคือการพัฒนาให้นักเรียนให้มีคุณภาพ มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ตามจุดมุ่งหมายของหลักสูตร และมีหน้าที่รับผิดชอบในการให้การศึกษา อบรมนักเรียนให้มีความรู้ ความสามารถ มีคุณสมบัติที่ดีเพื่อเป็นกำลังสำคัญของประเทศชาติต่อไป โดยเฉพาะสถานศึกษาระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ทั้งระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาชั้นนั้น เป็นสถาบันทางการศึกษาที่มีความใกล้ชิดกับชุมชนมากที่สุด จึงมีความสำคัญมากและส่งผลถึงการพัฒนาสังคมเป็นอย่างมาก โดยประสิทธิภาพของโรงเรียนนั้นขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นการบริหารจัดการอาคารสถานที่ การจัดการเรียนการสอน สื่อการสอน วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ และคุณภาพการศึกษาที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล นั้นก็ขึ้นอยู่กับบุคลากรโดยเฉพาะ “ครู” ดังนั้น ผู้บริหารจึงต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาครู พยายามสร้างความพอใจ ความผูกพัน ความตระหนักในหน้าที่ และความสำคัญของอาชีพของตน ผลักดันให้ปฏิบัติงานได้อย่างเต็มความสามารถ และการจะทำให้ครูปฏิบัติงานได้ดีขึ้นอยู่กับขวัญและกำลังใจที่ดีของครูที่ส่งผลต่อทัศนคติในการปฏิบัติงาน ส่งผลให้เกิดประสิทธิผลในการเรียนการสอน (สำนักนโยบายและแผนการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2561)

การปฏิรูปการศึกษาที่ผ่านมาทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางระบบการศึกษาอย่างมากที่นอกเหนือจากการจัดการเรียนการสอน ส่งผลให้ครูปฏิบัติภาระที่หนักตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายดังกล่าว ส่งผลให้ครูขาดขวัญกำลังใจการทำงาน ดังนั้น ผู้บริหารสถานศึกษาในฐานะเป็นผู้นำขององค์การ จำเป็นต้องมีภาวะผู้นำที่ทำให้เกิดการปฏิบัติงานในหน้าที่ที่รับผิดชอบให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์การ ผู้บริหารจะต้องเป็นผู้นำองค์การให้ก้าวหน้า ซึ่งต้องใช้ศิลปะในการโน้มน้าวให้บุคคลในองค์การคล้อยตามเพื่อร่วมมือร่วมใจในการปฏิบัติงาน เพราะผู้บริหารเพียงคนเดียวไม่สามารถทำให้งานสำเร็จได้ แต่ต้องใช้ความสามารถของผู้บริหารในการชักจูงให้บุคคลในองค์การคล้อยตามและยินยอมในการปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจ นอกจากนั้น ผู้บริหารต้องมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล มีความคิดสร้างสรรค์ และต้องมีศักยภาพในการใช้ภาวะผู้นำอย่างเหมาะสม สร้างความเชื่อมั่นในบุคลากรในการปฏิบัติงาน พร้อมทั้งสนับสนุนให้เกิดความร่วมมือและสร้างประโยชน์ในการปฏิบัติหน้าที่ (ธีระ รุญเจริญ, 2550)

แรงจูงใจมีความเกี่ยวข้องกับความรู้สึกของคน ในการปฏิบัติงานซึ่งส่งผลต่อการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ ดังนั้น แรงจูงใจจึงมีความสำคัญในการบริหารงานของผู้บริหาร โดยการเพิ่มแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูจะได้รับผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ศักยภาพในตัวครู ซึ่งอาจจะยังมีข้าราชการครูที่ยังต้องการแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน สะท้อนได้จากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน ในการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จจำเป็นจะต้องสร้างแรงจูงใจให้กับบุคลากรในการปฏิบัติงาน โดยงานวิจัยของภัทรวรรณ พิมพา (2563) ซึ่งว่าการพัฒนาตัวบ่งชี้ขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 23 ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก 20 องค์ประกอบย่อย และ 83 ตัวบ่งชี้ ดังนี้ (1) ด้านค่าตอบแทน 16 ตัวบ่งชี้ (2) ด้านความพึงพอใจในการปฏิบัติงานจำนวน 20 ตัวบ่งชี้ (3) ด้านสภาพแวดล้อมการทำงานจำนวน 17 ตัวบ่งชี้ (4) ด้านความก้าวหน้าในอาชีพ 11 ตัวบ่งชี้และ (5) ด้านบทบาทผู้บริหาร ขณะที่ดารรัตน์ อ้นถาวร (2562) อธิบายการเสริมสร้างพลังอำนาจส่งผลต่อขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานีเขต 2 ว่าจำเป็นต้องมีการเสริมสร้างพลังอำนาจของครูอยู่ในระดับมากทั้งภาพรวมและรายด้าน เรียงลำดับ จากมากไปน้อย ดังนี้ การได้รับความก้าวหน้าในงานการได้รับการเพิ่มพูนความสามารถและทักษะ การได้รับ

ความช่วยเหลือสนับสนุน การได้รับข้อมูลข่าวสาร การได้รับรางวัลและการยอมรับและการได้รับทรัพยากร พร้อมทั้งขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของครูอยู่ในระดับมาก ทั้งภาพรวมและรายด้าน เรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ความสำเร็จในงาน สภาพการทำงาน นโยบายและการบริหาร และสวัสดิการและผลตอบแทน และการเสริมสร้างพลังอำนาจของครู ประกอบด้วย การได้รับการเพิ่มพูนความสามารถและทักษะ การได้รับข้อมูลข่าวสาร การได้รับความก้าวหน้าในงาน และการได้รับรางวัลและการยอมรับ โดยมีผู้บริหารเป็นผู้สร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ผ่านการเสริมแรง โดยผู้นำสามารถสร้างความเปลี่ยนแปลง ให้อิสระในการสร้างสรรค์ผลงานภายในองค์กร

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 (2564) เป็นหน่วยงานทางการศึกษาที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ มีหน้าที่กำกับ ดูแล ประสานงาน ส่งเสริม และสนับสนุนให้สถานศึกษาและหน่วยงานทางการศึกษาในสังกัดสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพตามนโยบาย กฎเกณฑ์ มาตรฐาน และเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยเฉพาะในเรื่องการศึกษา พร้อมกันนั้นในการรายงานของกลุ่มพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษา ยังพบว่าการสร้างแรงจูงใจในการทำงาน ผู้บริหารควรประพฤติตนให้เป็นแบบอย่างอันดีต่อผู้ใต้บังคับบัญชาทั้งด้านการปฏิบัติตนด้านความรู้ ความสามารถ หรือการคิดการตัดสินใจ เปิดโอกาสให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้มีส่วนร่วมกันด้านการสร้างแรงบันดาลใจ จัดกิจกรรมให้ผู้ใต้บังคับบัญชากำหนดวิสัยทัศน์ร่วมเพื่อเป้าประสงค์เดียวกันขององค์กร และผู้บริหารควรอธิบายให้ครูได้เข้าใจว่าบุคคลควรมีการพัฒนาตนเองอย่างอยู่เสมอเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ประกอบกับงานวิจัยข้างต้นพบว่า ผู้บริหารมีความสำคัญอย่างยิ่งในการมีส่วนร่วมสร้างแรงจูงใจ โดยต้องมีความเป็นผู้นำในการเสริมสร้างแรงจูงใจด้วยความตระหนักในความสำคัญของปัญหาข้างต้น สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 จึงได้มีการกำหนดกลยุทธ์เพื่อพัฒนาคุณภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา เสริมสร้างระบบแรงจูงใจ เพื่อให้ครูและบุคลากรทางการศึกษามีขวัญและกำลังใจในการทำงาน ยกย่องเชิดชูเกียรติครูและบุคลากรทางการศึกษา ในการสร้างขวัญกำลังใจและแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เพื่อให้ข้าราชการครูได้ปฏิบัติหน้าที่อย่างมีความสุขและมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เพื่อยกระดับประสิทธิผลของโรงเรียนและการปฏิบัติงานให้บรรลุผลสำเร็จต่อไป

จากสภาพและปัญหาที่กล่าวมาผู้วิจัยได้ตระหนักและเล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาองค์การในด้านการเสริมสร้างแรงจูงใจ จึงมีความสนใจที่จะศึกษาภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้บริหารในการวางแผนกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในตัวครูและการพัฒนาองค์การในด้านการเสริมสร้างแรงจูงใจ เพราะหากบุคลากรมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานย่อมเกิดประสิทธิผลที่ดีต่อโรงเรียน โดยผลการศึกษาในครั้งนี้ผู้บริหารสามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและปรับปรุงการบริหารงานสร้างแรงจูงใจในการพัฒนาครู และยกระดับคุณภาพการศึกษา ให้พัฒนาขึ้น อันจะส่งผลให้การจัดการศึกษาประสบผลสำเร็จบรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ต่อไป

ทบทวนวรรณกรรม

ภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษา

ภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษา (Leadership of Administrators) หมายถึง กระบวนการที่ผู้บริหารใช้ความสามารถให้บุคคลอื่นหรือกลุ่มสามารถปฏิบัติตามกิจกรรมตามสถานการณ์ โดยการจูงใจสร้างความเชื่อมั่น และสร้างความสามัคคี นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเพื่อผลสำเร็จของงานตามวัตถุประสงค์

และเป้าหมายของสถานศึกษาที่ตั้งไว้ สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีภาวะผู้นำของ Bass and Avolio (1994) มาใช้ในการกำหนดตัวแปรในการศึกษาดังนี้

1. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) หมายถึง กระบวนการที่บุคคลใช้ความสามารถให้บุคคลอื่นดำเนินการในการจัดการองค์กร ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงความพยายามของผู้ร่วมงานให้สูงกว่าที่คาดหวัง จูงใจให้ผู้ร่วมงานรู้สึกไว้วางใจ ตระหนักในการกิจเกินกว่าความสนใจของตนเอง ประกอบด้วย การสร้างบารมี การสร้างแรงบันดาลใจ การกระตุ้นชาวปัญญา และการคำนึงถึงเอกบุบุคคล

2. ภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน (Transactional Leadership) หมายถึง กระบวนการที่ผู้นำทำให้ผู้ตามมีความพยายามที่คาดหวังและปฏิบัติตามที่คาดหวัง โดยผู้นำใช้กระบวนการแลกเปลี่ยนเสริมแรงอย่างเหมาะสม ประกอบด้วย การให้รางวัลอย่างเหมาะสม การบริหารแบบมีข้อยกเว้นโดยตรงและการบริหารแบบมีข้อยกเว้นโดยอ้อม

3. ภาวะผู้นำแบบตามสบาย (Laissez-faire Leadership) หมายถึง เป็นภาวะผู้นำที่ไม่มีความพยายาม ขาดความรับผิดชอบ ไม่มีการตัดสินใจไม่เต็มใจที่จะเลือกยืนอยู่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ขาดการมีส่วนร่วม เมื่อผู้ตามต้องการผู้นำ ผู้นำจะไม่อยู่ ไม่มีความชัดเจนในเป้าหมาย เป็นผู้นำที่หลีกเลี่ยงการแทรกแซงหรือรับผิดชอบ การปฏิบัติงาน ประกอบด้วย การทำงานตามอารมณ์ ไม่ใช่อิทธิพล ไม่คิดริเริ่มงาน ไม่มีระเบียบและแบบแผน ไม่มีความเชื่อในตนเอง ปลดปล่อยสมาชิกทำงานอย่างเสรี และไม่นิยมการประเมินผล

แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครู

แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครู (Motivation in The Performance of The Teachers) หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติเชิงบวกของครูที่มีต่อการปฏิบัติงาน เป็นปัจจัยที่สร้างแรงจูงใจในทางบวกซึ่งจะเป็นผลให้ปฏิบัติงานเกิดความพอใจในการปฏิบัติงาน มีลักษณะสัมพันธ์กับเรื่องงานโดยตรง ทำให้เกิดแรงกระตุ้นหรือแรงผลักดันที่ทำให้ครูแสดงพฤติกรรมเพื่อกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งให้บรรลุวัตถุประสงค์ของสถานศึกษา สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีการจูงใจตามแนวคิดของ Herzberg, et.al.(1959) ปัจจัย จูงใจหรือปัจจัยกระตุ้น (Motivation Factor) มาใช้ในการกำหนดตัวแปรในการศึกษาดังนี้

1. ความสำเร็จในการทำงานของบุคคล (Working Achievement) หมายถึง หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติเชิงบวกของครูที่มีต่อการปฏิบัติงาน มีความพึงพอใจและปลื้มในความประสบความสำเร็จของงาน เมื่อมีผลงานปรากฏเด่นชัด หรือเมื่อเขาได้ทำงานหรือแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นลุล่วงไปตามความต้องการและบรรลุวัตถุประสงค์ของงานที่วางไว้ และเป็นการกระตุ้นที่เต็มใจทำงานอย่างอื่นต่อไปได้

2. การยอมรับนับถือ (Recognition) หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติเชิงบวกของครูที่มีต่อการปฏิบัติงาน อันเกิดจากการที่ผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน และบุคคลอื่นชื่นชมกับผลการปฏิบัติงานของครู ได้รับการยกย่องให้เป็นตัวอย่างที่ดีในการปฏิบัติงาน สามารถให้คำปรึกษาและคำแนะนำในการปฏิบัติงานได้เป็นที่ไว้วางใจจากผู้บริหารให้ปฏิบัติงานอื่นนอกเหนือจากงานสอนและได้รับรางวัลจากการส่งผลงานเข้าประกวดในสถานที่ต่าง ๆ

3. ลักษณะของงาน (Work Itself) หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติเชิงบวกของครูที่มีต่อการปฏิบัติงานที่เกิดจากลักษณะงานที่ทำเป็นงานที่น่าสนใจ ตรงกับความรู้ ความสามารถ ทำทลายความสามารถต้องใช้ความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงาน ทำให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความพึงพอใจ งานที่ทำทลายความสามารถมีแนวโน้มที่จะนำไปสู่ความพอใจในการทำงานมากกว่า และการปฏิบัติงานที่ได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพยายามจะทำงานให้ประสบความสำเร็จ อันจะนำมาซึ่งความพอใจ

4. ความรับผิดชอบ (Responsibility) หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติเชิงบวกของครูที่มีต่อการปฏิบัติงานที่เกิดจากการปฏิบัติงานของตนเองตามความต้องการอย่างเต็มที่ และการที่ผู้บังคับบัญชา

ได้ให้โอกาสแก่ผู้ปฏิบัติงานได้รับผิดชอบในการทำงานของตนเองอย่างอิสระ หรือมีโอกาสดำเนินการที่ได้รับมอบหมาย งานจากผู้บังคับบัญชาให้ปฏิบัติหน้าที่ของตนเอง รวมทั้งการมอบหมายงานให้รับผิดชอบอย่างเหมาะสม เป็นวิธีการหนึ่งในการจูงใจให้มีการปฏิบัติงานเต็มที่มากขึ้น

5. ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน (Working Advancement) หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติเชิงบวกของครูที่มีต่อการปฏิบัติงาน อันเนื่องจากการได้รับเลื่อนเงินเดือนหรือตำแหน่งให้สูงขึ้น เพราะการมีโอกาสเลื่อนตำแหน่งจะช่วยให้คนมีความกระตือรือร้นในการทำงาน และโอกาสที่จะได้เพิ่มพูนความรู้ความสามารถในการทำงานเพื่อความเจริญก้าวหน้าในการทำงานให้ตนเอง รวมทั้งการส่งเสริมให้ผู้ปฏิบัติงานมีโอกาสเติบโตด้านความรู้ ความสามารถ และความชำนาญมากขึ้น การได้รับปัจจัยเหล่านี้จะเป็นเครื่องจูงใจให้คนเกิดความขยันหรือมีชีวิตชีวาในการทำงาน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ งานวิจัยของนารินทิพย์ สิงห์ฮอย, ธวัชชัย ไพโหล และวิจิตรา วงศ์อนุสสิทธิ (2564) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารสถานศึกษากับการจูงใจในการปฏิบัติงานของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 1 งานวิจัยของนิตยาภรณ์ สิมลี, วัลนิกา ฉลากบาง และพรเทพ เสถียรนพเก่า (2564) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้นำของผู้บริหารศูนย์พัฒนาเด็กเล็กที่ส่งผลต่อขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของครูผู้ดูแลเด็กสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดนครพนม งานวิจัยของขจรศักดิ์ ธรรมธัชกุล (2564) ที่ได้ทำการศึกษาภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูในโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดเทศบาลในกลุ่มการศึกษาท้องถิ่นที่ 11 งานวิจัยของมณฑนา ชุมปัญญา (2563) ที่ได้ทำการศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 2 งานวิจัยของพนารัตน์ ชื่นอารมย์ (2562) ที่ได้ทำการศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการสร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาราชบุรี เขต 2 งานวิจัยของณัฐดนัย ไทยถาวร (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนระดับประถมศึกษา จังหวัดสระบุรี และงานวิจัยของปรกรณ์วิท กล้าหาญ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูและภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษา เขต 9 นอกจากนี้ งานวิจัยต่างประเทศที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ งานวิจัยของ Khajeh (2018) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องผลกระทบของรูปแบบความเป็นผู้นำต่อประสิทธิภาพองค์กร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับภาวะผู้นำของผู้บริหารสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3
2. เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3
3. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3

สมมติฐานในการวิจัย

ภาวะผู้นำของผู้บริหารส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ครูโรงเรียนขนาดกลางไปจนถึงขนาดใหญ่พิเศษ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 จำนวน 970 คน

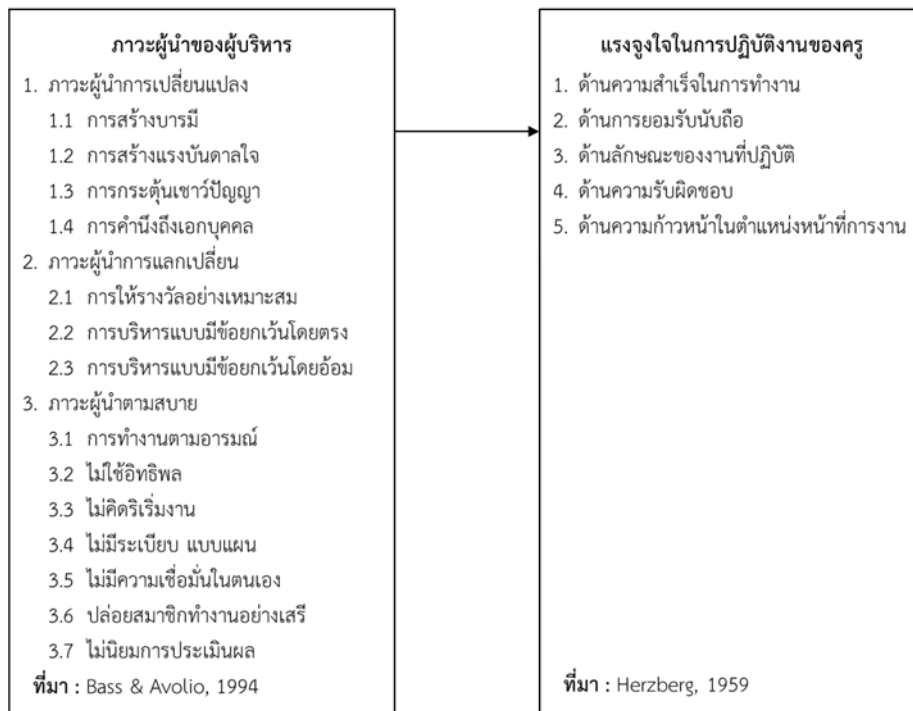
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ครูในโรงเรียนขนาดกลางไปจนถึงขนาดใหญ่พิเศษ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Darwin Hendel (1997 อ้างถึงใน มนัส สุวรรณ, 2549) ความเชื่อมั่นที่ 99% และใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified random sampling) โดยใช้โรงเรียนเป็นชั้นในการแบ่งแบบกระจายไปทุกโรงเรียนตามสัดส่วน และใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple random sampling) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 399 คน ระยะเวลาในการวิจัยในครั้งนี้ ปีการศึกษา 2565

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ภาวะผู้นำของผู้บริหาร 3 ด้าน ประกอบด้วย ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ภาวะผู้นำการแลกเปลี่ยน ภาวะผู้นำตามสบาย

ตัวแปรตาม ได้แก่ แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครู 5 ด้าน ประกอบด้วย ความสำเร็จในการทำงาน การยอมรับนับถือ ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ความรับผิดชอบ และความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดงานวิจัย

ประโยชน์ของการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงภาวะผู้นำของผู้บริหารสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3
2. ทำให้ทราบถึงแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3
3. ทำให้ทราบถึงภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3
4. สามารถเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการเสริมสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 เพื่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดต่อโรงเรียน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามรูปแบบของ Likert's Scale จำนวน 1 ฉบับ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556) แบ่งออกเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคล ตอนที่ 2 แบบสอบถามภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษา และตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครู

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีขั้นตอนในการการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ทำการติดต่อบัณฑิตศึกษา สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ ออกหนังสือขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามถึงผู้อำนวยการโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 เพื่อขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ จากนั้นจึงนำหนังสือเสนอต่อผู้อำนวยการโรงเรียนในสังกัดดังกล่าวเพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบที่ได้กำหนดเป็นกลุ่มตัวอย่างเพื่ออำนวยความสะดวกในการเก็บข้อมูลต่อไป ทั้งนี้การส่งแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างได้ส่งให้กับสถานศึกษาพร้อมแนะนำวิธีเก็บข้อมูลให้ผู้เกี่ยวข้องทราบ และเมื่อได้รับการตอบแบบสอบถามจึงได้ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และรวบรวมข้อมูลทั้งหมดเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับที่สมบูรณ์มาตรวจสอบค่าตามวิธีทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อประมวลค่าสถิติต่าง ๆ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. การวิเคราะห์ระดับภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาและระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครู สถิติที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งมีเกณฑ์การแปลความหมายดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 เกณฑ์การแปลความหมายมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale)

คะแนน	ความหมาย
4.51-5.00	ภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาและแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูอยู่ในระดับมากที่สุด
3.51-4.50	ภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาและแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูอยู่ในระดับมาก
2.51-3.50	ภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาและแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูอยู่ในระดับปานกลาง
1.51-2.50	ภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาและแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูอยู่ในระดับน้อย
1.00-1.50	ภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาและแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ที่มา : บุญชม ศรีสะอาด (2556)

3. การวิเคราะห์ภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครู สถิติที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) เพื่อใช้ในการสร้างสมการพยากรณ์ระหว่างตัวแปรพยากรณ์กับตัวแปรเกณฑ์

สรุปผลการวิจัย

1. ภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ภาวะผู้นำการแลกเปลี่ยน และภาวะผู้นำตามสบาย ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ระดับภาวะผู้นำของผู้บริหาร

ภาวะผู้นำของผู้บริหาร	ระดับการปฏิบัติ		แปลผล	อันดับ
	\bar{X}	SD		
1. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (X_1)	4.15	0.81	มาก	1
2. ภาวะผู้นำการแลกเปลี่ยน (X_2)	4.08	0.84	มาก	2
3. ภาวะผู้นำตามสบาย (X_3)	4.00	0.86	มาก	3
โดยรวม	4.08	0.84	มาก	

จากตารางที่ 2 พบว่า ภาวะผู้นำของผู้บริหาร สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 ในทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$, $SD = .84$) โดยในภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.15$, $SD = .81$) รองลงมา ได้แก่ ภาวะผู้นำการแลกเปลี่ยน ($\bar{X} = 4.08$, $SD = 0.84$) และภาวะผู้นำตามสบาย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.00$, $SD = 0.86$) ตามลำดับ

2. แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านความรับผิดชอบ ด้านการยอมรับนับถือ ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ และด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครู

ภาวะผู้นำของผู้บริหาร	ระดับการปฏิบัติ		แปลผล	อันดับ
	\bar{X}	SD		
1. ด้านความสำเร็จในการทำงาน (Y_1)	4.34	0.72	มาก	1
2. ด้านการยอมรับนับถือ (Y_2)	4.12	0.79	มาก	3
3. ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ (Y_3)	4.10	0.87	มาก	4
4. ด้านความรับผิดชอบ (Y_4)	4.27	0.78	มาก	2
5. ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน (Y_5)	4.04	0.91	มาก	5
โดยรวม	4.17	0.81	มาก	

จากตารางที่ 3 พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 ในทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$, $SD = 0.81$) โดยในด้านความสำเร็จในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.34$, $SD = 0.72$) รองลงมา ได้แก่ ด้านความรับผิดชอบ ($\bar{X} = 4.27$, $SD = 0.78$) ด้านการยอมรับนับถือ ($\bar{X} = 4.12$, $SD = 0.79$) ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ($\bar{X} = 4.10$, $SD = 0.87$) และด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 4.04$, $SD = 0.91$) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบหลายขั้นตอน พบตัวแปรภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ได้รับเลือกเข้าสมการตามลำดับ ได้แก่ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและภาวะผู้นำตามสบาย ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานครู

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	β	Std. Error	Beta		
(ค่าคงที่)	0.066	0.027		2.471	.014*
ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (X_1)	0.945	0.039	0.945	24.361	.000*
ภาวะผู้นำการแลกเปลี่ยน (X_2)	-0.035	0.045	-0.037	-0.777	.437
ภาวะผู้นำตามสบาย (X_3)	0.082	0.032	0.087	2.544	.011*

จากตารางที่ 4 พบว่า ตัวแปรภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ได้รับเลือกเข้าสมการตามลำดับ ได้แก่ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและภาวะผู้นำตามสบาย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ .993^a ประสิทธิภาพในการทำนาย (R^2) เท่ากับ 0.987 นั่นคือ ตัวแปรทั้ง 2 ตัว ร่วมกันทำนายต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 ในภาพรวม ได้ร้อยละ 89.70 ค่าประสิทธิภาพการทำนายที่ปรับแล้ว (Adjusted R^2) เท่ากับ .987 มีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการทำนาย (Standard error) เท่ากับ 0.08963 ในลักษณะนี้ แสดงว่าตัวแปรภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและภาวะผู้นำตามสบาย ร่วมกันส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานครูในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้ สามารถเขียนเป็นสมการวิเคราะห์การถดถอยในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

$$\hat{Y}_{tot} = 0.066 + 0.954 (X_1) + 0.082 (X_3)$$

$$\hat{Z}_{tot} = 0.945 (X_1) + 0.087 (X_3)$$

อภิปรายผล

1. ภาวะผู้นำของผู้บริหาร สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน ผลวิจัยเป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจาก ภาวะผู้นำของผู้บริหารเป็นความสามารถของการนำพาสมาชิกในองค์กรเพื่อให้ประสบความสำเร็จ สามารถชักจูงผู้สมาชิกไปสู่เป้าหมายขององค์กร ทำให้เกิดความเชื่อถือศรัทธาและการยอมรับของสมาชิก ผู้บริหารสถานศึกษาจึงจำเป็นต้องสร้างภาวะผู้นำให้เกิดขึ้น เพื่อจะได้เป็นทั้งผู้บริหารและผู้นำสถานศึกษา เพื่อนำพาสถานศึกษาไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ สอดคล้องกับแนวคิดของอมรพร พรพงษ์ (2560, น. 202) กล่าวว่า ภาวะผู้นำ เป็นพฤติกรรมที่บุคคล มีอิทธิพลในการจูงใจบุคคลอื่นในองค์กร ให้ความร่วมมือ ประสานงานกันเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ที่องค์การวางไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของนารินทิพย์ สิงห์ฮ้อย, ธวัชชัย ไพโหล และวิจิตรา วงศ์อนุสิทธิ์ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารสถานศึกษากับการจูงใจ ในการปฏิบัติงานของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 1 พบว่า ภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารสถานศึกษา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนมเขต 1 อยู่ระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของนิตยาภรณ์ สิมลี, วัลนิกา ฉลากบาง และพรเทพ เสถียรนพแก้ว (2564) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้นำของผู้บริหารศูนย์พัฒนาเด็กเล็กที่ส่งผลต่อขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของครูผู้ดูแลเด็กสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดนครพนม พบว่า พฤติกรรมผู้นำของผู้บริหารบริหารศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก โดยรวมอยู่ในระดับมาก

2. แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ผลวิจัยเป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากแรงจูงใจในการปฏิบัติงานเป็นแรงผลักดันทั้งจากภายนอกและภายในซึ่งช่วยกระตุ้นทิศทางหรือแนวทางของพฤติกรรมในการกระทำสิ่งต่าง ๆ ให้สำเร็จตามเป้าหมาย ซึ่งในการปฏิบัติงานของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 มีแรงจูงใจในด้านความสำเร็จในการทำงาน การยอมรับนับถือ ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ความรับผิดชอบ และความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ซึ่งมีอิทธิพลในการกระตุ้นให้ครูแสดงพฤติกรรมและรักษาพฤติกรรมเพื่อให้ได้สิ่งที่คาดหวัง หรือต้องการสอดคล้องกับแนวคิดของ Hersey, Blanchard, and Johnson (2001, p.24) กล่าวว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน หมายถึง การจูงใจเป็นเหตุของการเกิดพฤติกรรม (Why of behaviors) ซึ่งทำให้เกิดพฤติกรรมอย่างถาวรและมีจุดหมายหรือทิศทางที่แน่นอนของบุคคล สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐดนัย ไทยถาวร (2561) ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนระดับประถมศึกษา จังหวัดสระบุรี พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูในโรงเรียนประถมศึกษาจังหวัดสระบุรี อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของปรกรณ์วิท กล้าหาญ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูและภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 9 พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 9 โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน และสอดคล้องกับงานวิจัยของขจรศักดิ์ ธรรมธัชกุล (2564) ได้ศึกษาเรื่อง ภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูในโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดเทศบาลในกรุงเทพมหานครที่ 11 พบว่าแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูอยู่ในระดับมาก

3. ผลการวิเคราะห์ภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและภาวะผู้นำตามสบายร่วมกันทำนายการส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 ร้อยละ 89.70 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลวิจัยเป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากภาวะผู้นำของผู้บริหารเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานครู เนื่องจากผู้บริหารจะต้องเป็นผู้ที่กระตุ้นหรือจูงใจให้ผู้ร่วมงานหรือผู้ใต้บังคับบัญชาปฏิบัติงาน ในสถานการณ์ต่าง ๆ โดยใช้กระบวนการสื่อความหมาย การติดต่อซึ่งกันและกัน ให้เกิดมีใจร่วมกับตนดำเนินการจนกระทั่งบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ สอดคล้องกับแนวคิดของสาคร สุขศรีวงศ์ (2559, น.156) กล่าวว่า ภาวะผู้นำ เป็นความสามารถของผู้นำในการทำให้อุทิศตนปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ สอดคล้องกับงานวิจัยของพนารัตน์ ชื่นอารมย์ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการสร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 2 พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ประกอบด้วย การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (X_1) การสร้างแรงบันดาลใจ (X_2) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (X_4) และการกระตุ้นทางปัญญา (X_3) ส่งผลต่อการสร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการครู (Y_{tot}) โดยร่วมกันทำนายได้ร้อยละ 79.80 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของมณฑนา ชุมปัญญา (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 2 พบว่า ตัวแปรภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร จำนวน 2 ด้าน คือด้านการเสริมสร้างกำลังใจ และด้านกล้าท้าทายต่อกระบวนการทำงาน ที่สามารถพยากรณ์ที่แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูในโรงเรียนได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีอำนาจพยากรณ์ร้อยละ 77.80 และมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ ± 0.11 สอดคล้องกับงานวิจัยของจรศักดิ์ ธรรมธัชกุล (2564) ได้ศึกษาเรื่อง ภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูในโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดเทศบาลในกลุ่มการศึกษาท้องถิ่น ที่ 11 พบว่า ตัวแปรภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาสามารถพยากรณ์แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูในโรงเรียนโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 55.90 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Khajeh (2018) ได้ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของรูปแบบความเป็นผู้นำต่อประสิทธิภาพองค์กร พบว่า ภาวะผู้นำเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จและความล้มเหลวของทุก ๆ องค์กร รูปแบบความเป็นผู้นำที่มีเสน่ห์เป็นทางการและแบบแลกเปลี่ยนมีความสัมพันธ์เชิงลบกับประสิทธิภาพขององค์กร ในทางกลับกันรูปแบบการเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงเผด็จการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการปฏิบัติงานขององค์กร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลวิจัยไปใช้

1. ผู้บริหารสถานศึกษาควรใช้วิธีการที่หลากหลายในการสนับสนุนและกระตุ้นให้ผู้ร่วมงานปฏิบัติงานตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย โดยการปรับเปลี่ยนหรือประยุกต์ใช้วิธีการที่สอดคล้องกับสถานการณ์ เพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมายของการจัดการศึกษา
2. ผู้บริหารสถานศึกษาควรกำหนดนโยบายหรือแนวทางในการให้รางวัล หรือการยกย่องชมเชยผู้ร่วมงานตามโอกาสและสถานการณ์อย่างเหมาะสมเพื่อสร้างความมั่นใจและแรงจูงใจ ในการปฏิบัติงานแก่ผู้ร่วมงานเมื่อปฏิบัติงานได้สำเร็จหรือบรรลุเป้าหมาย

3. ผู้บริหารสถานศึกษาควรสนับสนุนและส่งเสริมให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้พัฒนาทักษะต่าง ๆ ด้วยวิธีการที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มพูนความรู้ความสามารถและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้สอดคล้องและมีความรู้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกในยุคปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษา เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวางแผนและพัฒนาผู้บริหารของสถานศึกษาให้เป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถในการบริหารสถานศึกษาให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการจัดการศึกษา

2. ควรศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติการพัฒนาภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษา เพื่อเพิ่มทักษะ ความรู้ ความเข้าใจและความสามารถในการบริหารหรือการจัดการศึกษาของผู้บริหารสถานศึกษา

เอกสารอ้างอิง

- ขจรศักดิ์ ธรรมธัชกุล. (2564). *ภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูในโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดเทศบาลในกลุ่มการศึกษาท้องถิ่น ที่ 11.* (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร).
- ณัฐดนัย ไทยถาวร. (2561). *แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนระดับประถมศึกษา จังหวัดสระบุรี.* (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี)
- ดารารัตน์ อ้นถาวร. (2562). *การเสริมสร้างพลังอำนาจส่งผลต่อขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 2.* (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี)
- ธีระ รุญเจริญ. (2550). *ความเป็นมืออาชีพในการจัดและบริหารการศึกษา.* ยุคปฏิรูปการศึกษา. กรุงเทพฯ: ข้าวฟ่าง.
- นารินทิพย์ สิงห์ฮ้อย, ธวัชชัย ไพไธล และวิจิตรา วงศ์อนุสิทธิ. (2564). *ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารสถานศึกษากับการจูงใจในการปฏิบัติงานของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 1.* *วารสารการบริหารการศึกษาและภาวะผู้นำ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, 9(34), 137-146.*
- นิตยาภรณ์ สิมลี, วัลนิกา ฉลากบาง และพรเทพ เสถียรนพเกา. (2564). *พฤติกรรมผู้นำของผู้บริหารศูนย์พัฒนาเด็กเล็กที่ส่งผลต่อขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของครูผู้ดูแลเด็กสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดนครพนม.* *วารสารครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 18(1), 105-118.*
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). *การวิจัยเบื้องต้น.* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ปกรณวิทย์ กล้าหาญ. (2561). *แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูและภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 9.* (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา).
- พนารัตน์ ชื่นอารมณ. (2562). *ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการสร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา ราชบุรี เขต 2.* (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม).

- ภัทรวรรณ พิมพา. (2563). การพัฒนาตัวบ่งชี้ขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 23. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร).
- มนัส สุวรรณ. (2549). *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- มณฑนา ชุมปัญญา. (2563). *ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 2*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร).
- สาคร สุขศรีวงศ์. (2559). *MANAGEMENT: from the Executive's Viewpoint การจัดการ: จากมุมมอง นักบริหาร*. (พิมพ์ครั้งที่ 14). กรุงเทพฯ: จี.พี.ไซเบอร์พริ้นท์.
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3. (2564). *แผนพัฒนาการศึกษาปี 2565-2569. สุพรรณบุรี: กลุ่มนโยบายและแผน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3*.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. (2562). *พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- สำนักงานเลขาธิการคุรุสภา. (2546). *พระราชบัญญัติสภาครูและบุคลากรทางการศึกษา พ.ศ. 2546*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- สำนักนโยบายและแผนการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2561). *คู่มือปฏิบัติงาน ; คู่มือการบริหารโรงเรียนในโครงการพัฒนาการบริหารรูปแบบนิติบุคคล*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.
- สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์. (2560). *แผนพัฒนาการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงศึกษาธิการ.
- อมราพร พรพงษ์. (2560). *หลักการจัดการ. ระนอง: วิทยาลัยชุมชนระนอง*.
- Bass, B.M., & Avolio, B. J., (1994). *Transformational Leadership Development*. Palo Alto, California: Consulting Psychologists.
- Hersey, P., Blanchard, K.H., & Johnson, D. E. (2001). *Management of Organizational Behavior*. (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Herzberg, F., Bernard, M. & Snyderman, B. (1959). *The Motivation to Work*. New York: John Willey & Sons.
- Khajeh, E.H.A. (2018). Impact of Leadership Styles on Organizational Performance. *Journal of Human Resources Management Research*. Retrieved from <http://doi.org/10.5171/2018.687849>

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

ธนากร มิศิริ^{1*} และ รุจิภาส โพธิ์ทองแสงอรุณ²

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

²อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

FACTORS INFLUENCING THE DECISION OF USING DIGITAL CURRENCIES

Tanakorn Misiri^{1*} and Rujipas Potongsangarun²

¹Master's Student of Faculty of Business administration, Rajamangala University of Technology Krungthep

²Lecturer of Faculty of Business administration, Rajamangala University of Technology Krungthep

Corresponding author e-mail: rookies_01@hotmail.com

วันที่รับบทความ (Received) 30 มีนาคม 2566

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 25 พฤษภาคม 2566

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 29 พฤษภาคม 2566

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความไว้วางใจ อิทธิพลทางสังคม ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และมูลค่าตามราคา ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form กลุ่มตัวอย่างคือผู้ที่มีประสบการณ์การใช้สกุลเงินดิจิทัล จากกลุ่มผู้ใช้งานออนไลน์จำนวน 400 ตัวอย่าง ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกจากกลุ่มที่สนใจสกุลเงินดิจิทัล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านความไว้วางใจ อิทธิพลทางสังคม ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และมูลค่าตามราคา ส่งผลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ อยู่ในระดับมาก ($R = 0.953$) มีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 90.8 และมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์เท่ากับ 0.30755 (SEE 0.30755) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัลมากที่สุดคือ สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก รองลงมาคือ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม ความไว้วางใจ มูลค่าตามราคา และอิทธิพลทางสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.329 0.158 0.156 0.123 0.119 และ 0.114 ตามลำดับ

คำสำคัญ: ทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ความไว้วางใจ อิทธิพลทางสังคม

Abstract

The objectives of this research were to: study the factors of trust, social influences, efficiency expectation, effort expectancy, facility conditions, marketing value, and the decision to use digital currencies. The data were gathered through an online Google form with 400 samples derived by convenient sampling techniques from people who have had experience in using digital currencies. The data were analyzed through percentage, mean, SD, and multiple regression analysis.

The results revealed that the factors of trust, social influences, efficiency expectation, effort expectancy, facility conditions, and marketing value had effects on the decision to use digital currencies with the statistical significance of correlation coefficient value at a high level ($R=0.953$). The forecasting value was 90.8% with the standard error of the forecasting factor at 0.30755 (SEE 0.30755). The factors with the highest influence on the decision to use digital currencies were the facility conditions followed by efficiency expectation effort expectancy trust marketing value and social influences with regression coefficients of 0.329, 0.158, 0.156, 0.123, 0.119, and 0.114, respectively.

Keywords: Unified Theory of Acceptance and Use of Technology, Trust, Social Influences

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีได้ขับเคลื่อนการพัฒนาในหลายด้าน โดยเฉพาะด้านการเงิน ที่นอกจากจะช่วยให้ธุรกรรมการเงิน บริการทางการเงิน การจ่าย หรือการรับชำระเงินมีความสะดวกสบาย รวดเร็วแล้ว ยังได้พัฒนาสกุลเงินดิจิทัลขึ้นอีกในโลกออนไลน์โดยมีการบันทึกข้อมูลในระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งต้องใช้ในการเข้ารหัส จึงมีชื่อเรียกว่า คริปโทเคอร์เรนซี (Cryptocurrency) (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2565) ได้รับความสนใจอย่างแพร่หลายว่าจะเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนมูลค่าที่จะมาทดแทนการใช้เงินสดหรือแม้แต่เงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-money) ที่เป็นที่ยอมรับ และด้วยศักยภาพของเทคโนโลยีการประมวลผลแบบกระจายศูนย์ที่อยู่เบื้องหลังอย่างบล็อกเชน (Blockchain) ที่มีความปลอดภัยและสามารถสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ใช้งาน ขณะที่เทคโนโลยีดังกล่าวช่วยลดบทบาทตัวกลางอย่างสถาบันการเงินที่มีต้นทุนค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการธนาคารกลางทั่วโลกจึงหันมาศึกษาความเป็นไปได้ในการนำบล็อกเชนมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพของระบบการชำระเงิน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563) เป้าหมายของการสร้างคริปโทเคอร์เรนซี อยู่ที่การพัฒนาเงินสกุลใหม่ขึ้นมาเป็นตัวกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการแทนเงินตราสกุลต่าง ๆ ที่ใช้กันในปัจจุบัน สกุลเงินดิจิทัลในโลกออนไลน์ในปัจจุบันมีมากกว่า 10,397 สกุล เช่น Bitcoin, Ethereum, Litecoin แต่ Bitcoin เป็นที่รู้จักกันมากกว่าเงินดิจิทัลสกุลอื่น เนื่องจากเป็นเงินดิจิทัลสกุลแรกที่มีการพัฒนาขึ้น ในขณะที่มีเพียงบางประเทศเท่านั้นที่ยอมรับคริปโทเคอร์เรนซี ในการซื้อสินค้าและบริการแทนเงินตรา (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2565) ปัจจุบันการใช้คริปโทเคอร์เรนซีในประเทศไทยเพื่อธุรกรรมชำระเงินยังมีจำกัด และตราบไต่ที่การใช้คริปโทยังไม่สร้างความเสี่ยงต่อเสถียรภาพของระบบการเงิน รวมถึงคนไทยยังมั่นใจในการใช้สกุลเงินบาท และความมั่นคงในระบบการชำระเงินของประเทศ อย่างไรก็ตาม “เงินบาทดิจิทัล” Central Bank Digital Currency (CBDC) ที่

พัฒนาโดย ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) เพื่อใช้เป็นเงินสดแทนธนบัตรในยุคดิจิทัล ทั้งระบบออนไลน์ และระบบออฟไลน์ สามารถเปลี่ยนเงินฝากเป็นเงินดิจิทัลได้ และเงินดิจิทัลเป็นเงินฝากได้ เหมือนกับ “เงินหยวนดิจิทัล” ของจีน การให้บริการออนไลน์จะเป็นการใช้ผ่าน Wallet บนสมาร์ตโฟน สามารถโอนเงินได้ แม้ไม่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต ประชาชนที่ไม่มีสมาร์ตโฟนก็ใช้สมาร์ตการ์ด ในอนาคตเงินบาทดิจิทัลยังสามารถใส่โปรแกรมเพิ่มเติมเพื่อต่อยอดคุณสมบัติอย่างอื่น ได้อย่างคล่องตัวกว่าธนบัตร (การเงินธนาคาร, 2564) ดังนั้น ในบริบทของประเทศไทยในปัจจุบัน การใช้สกุลเงินดิจิทัลยังไม่ได้นำมาใช้เป็นสื่อกลางในการชำระเงินอย่างแพร่หลาย อย่างไรก็ตามธนาคารแห่งประเทศไทยควรเตรียมพร้อมในการออกใช้ Retail CBDC หากความนิยมของเครือข่ายสกุลดิจิทัลทางเลือก (Network Effect) เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ รวมถึงหากสกุลเงินดิจิทัลของธนาคารกลางต่างชาติ เช่น DCEP ของจีนที่เมื่อออกใช้จริงอาจเข้ามาแพร่หลายในธุรกิจส่งออกนำเข้ากับจีนได้ในอนาคต การเตรียมพร้อมรับมือโดยใช้ Retail CBDC เป็นทางเลือกสำคัญของนโยบายที่ไม่ควรละเลยไป ทั้งนี้จุดสำคัญในการออกใช้ Retail CBDC อย่างทันทั่วถึง น่าจะเป็นจุดที่เริ่มเห็นการใช้สกุลเงินดิจิทัลเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนอย่างแพร่หลายในประเทศไทย อันมีผลกระทบต่ออริปไตยทางการเงิน และประสิทธิผลต่อนโยบายการเงิน (สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์, 2564)

จากสาเหตุดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยประยุกต์ใช้ทฤษฎีการพัฒนาทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT2) บางส่วน ได้แก่ ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม คือ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม อิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน มูลค่าตามราคา ซึ่งพัฒนาโดย Venkatesh, Thong and Xu (2012) เพื่อให้เกิดความเหมาะสมผู้วิจัยได้เพิ่มตัวแปรด้านความไว้วางใจ เป็นการให้ความสนใจในบริบทการใช้งานของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น เป็นส่วนหนึ่งของตัวแปรอิสระในงานวิจัยเรื่องอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล เพื่อนำผลวิจัยมาเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มบุคคลหรือบริษัทที่กำลังตัดสินใจเลือกใช้สกุลเงินดิจิทัลในการทดแทนสกุลเงินตราของแต่ละประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล
2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล กับระดับการยอมรับการใช้สกุลเงินสกุลดิจิทัล

สมมติฐานของการวิจัย

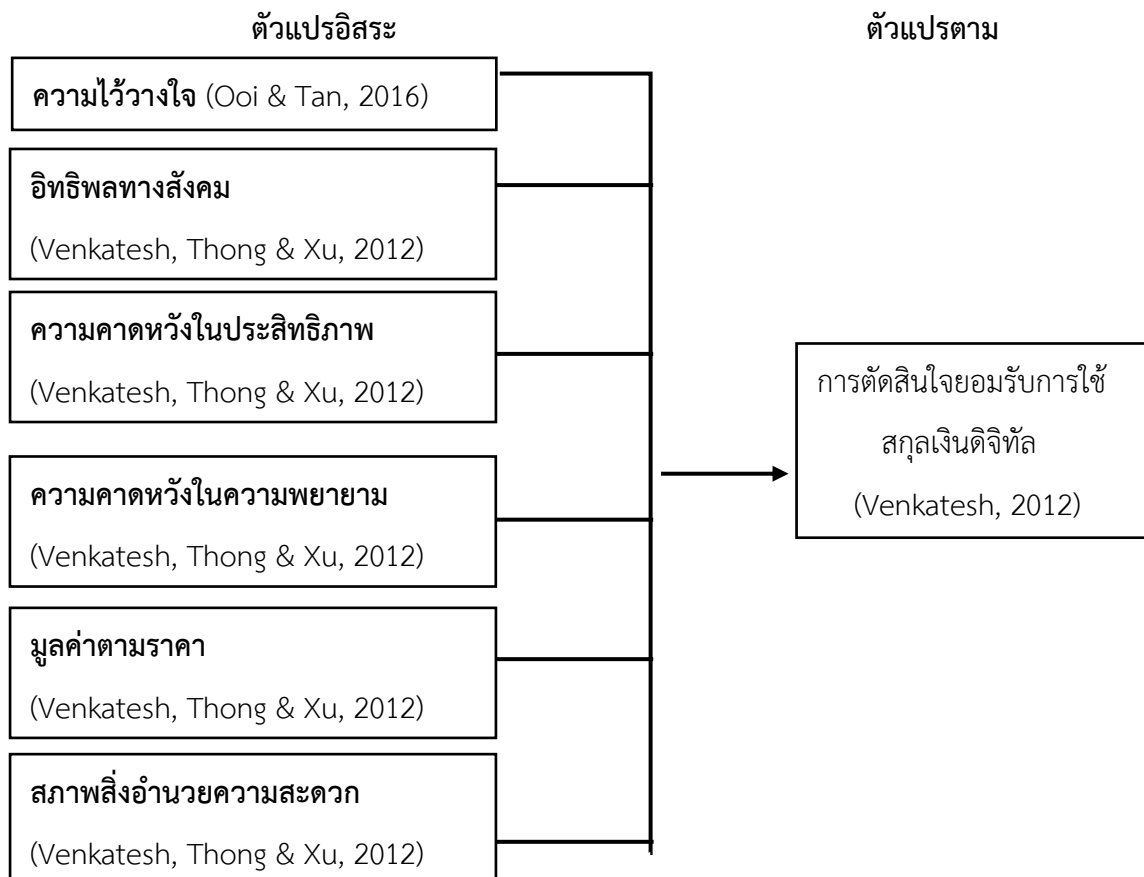
ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนแนวคิดทฤษฎีการพัฒนาทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT2) Venkatesh, Thong and Xu (2012) และแนวคิดทฤษฎีความไว้วางใจของ Ooi and Tan (2016) รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจึงได้กำหนดสมมติฐานดังนี้

ปัจจัยทางด้านความไว้วางใจ ด้านอิทธิพลทางสังคม ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ด้านความคาดหวังในความพยายาม ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก มูลค่าตามราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

ขอบเขตของงานวิจัย

กรอบแนวคิดในการศึกษา

การศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล โดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT2) เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่และอธิบายพฤติกรรมการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของกลุ่มผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้นว่าปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัลของแต่ละบุคคลในภาคธุรกิจและภาคประชาชนรวมถึงเป็นการเปิดโอกาสให้แก่ผู้ประกอบการ ในการกำหนดกลยุทธ์และวางแผนธุรกิจให้สามารถดำเนินไปอย่างต่อเนื่องในอนาคตเพื่อเตรียมความพร้อมต่อผลกระทบที่ได้รับจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ซึ่งตัวแปรดังกล่าวประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยทางด้านความไว้วางใจ (Trust) ปัจจัยทางด้านอิทธิพลทางสังคม (Social Influence) ปัจจัยทางด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) ปัจจัยทางด้านความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy) ปัจจัยทางด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating Condition) ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา (Price Value) และตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของสถานการณ์โควิด จึงส่งผลกระทบต่อในการสำรวจข้อมูล ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีออนไลน์โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง จากสูตรการคำนวณของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1967) ใช้ในกรณีทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 โดยมีจำนวนประชากรจำนวน 753,000 คนจาก Facebook Group 3 กลุ่ม ได้แก่ (1) กลุ่ม คริปโตเคอเรนซี, เงินดิจิทัล, บิทคอย ที่มีผู้ติดตาม 23,000 คน (2) กลุ่ม Bitcoin Crypto Thailand พุดคุยข่าวสาร คริปโต บิทคอยน์ ที่มีผู้ติดตาม 610,000 คน และ (3) (Bitcoin Crypto แชร้ เรื่องราวคริปโต มีผู้ติดตาม 120,000 คน สืบค้น ณ.วันที่ 1 ตุลาคม 2565 เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยวิธี แบบสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยแยกประชากรออกเป็นกลุ่มประชากรย่อย ๆ ตามสัดส่วนของขนาดกลุ่มตัวอย่างและกลุ่มประชากร ในสื่อสังคมออนไลน์ที่สนใจสกุลเงินดิจิทัล ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนสมาชิกของกลุ่มที่สนใจสกุลเงินดิจิทัลและกลุ่มตัวอย่าง

ชื่อกลุ่มที่สนใจสกุลเงินดิจิทัล	จำนวนสมาชิก	กลุ่มตัวอย่าง
1. คริปโตเคอเรนซี, เงินดิจิทัล, บิทคอย	23,000	12
2. Bitcoin Crypto Thailand พุดคุยข่าวสาร คริปโต บิทคอยน์	610,000	324
3. Bitcoin Crypto แชร้ เรื่องราวคริปโต	120,000	64
รวม	753,000	400

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูล และมีการแจกแบบสอบถามด้วยวิธีออนไลน์ มีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ ดังนี้ 1) ศึกษาทฤษฎี เอกสาร งานวิจัย และตำราต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่องนี้ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างข้อคำถาม 2) กำหนดโครงสร้างแบบสอบถาม ข้อคำถาม ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ สมมติฐานและกรอบแนวความคิดโดยขอบเขตแบบสอบถามนั้นจะต้องเกี่ยวข้องกับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจ อิทธิพลทางสังคม ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก มูลค่าตามราคา และการยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล เพื่อให้ครอบคลุมทุกตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมด แบบสอบถามมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด 9 ส่วน และเป็นคำถามปลายเปิด 1 ส่วน โดยแบ่งแบบสอบถามในการวิจัยออกเป็น 10 ส่วน จากนั้นผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากนั้นรวบรวมข้อมูล ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ มาวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัยด้วยค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) มีค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ได้เท่ากับ 0.901 และนำแบบสอบถามที่ผ่านการแก้ไขแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือการวิจัยได้ค่าความเชื่อมั่นในภาพรวม (Reliability) 0.944 หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย จำนวน 400 ชุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูล 2 ประเภท ได้แก่

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามออนไลน์ในกลุ่มที่สนใจเงินดิจิทัล Facebook Group การสอบถามข้อมูลจากกลุ่มผู้สนใจสกุลเงินดิจิทัล โดยมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามรูปแบบออนไลน์ผ่านทาง Facebook Group โดยการโพสต์ลิงค์แบบสอบถามผ่านทางกล่องข้อความในแต่ละกลุ่มของผู้ที่สนใจสกุลเงินดิจิทัล

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจาก วารสารบทความ หนังสือทางวิชาการ ศึกษาจากทฤษฎี การสืบค้นทางอินเทอร์เน็ต และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางประกอบการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยและอ้างอิงในการเขียนรายงานการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลหลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง อย่างครบถ้วนแล้วมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้ 1) การตรวจสอบข้อมูล ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลโดยทำการคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ของคำตอบ 2) การลงรหัสแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาลงรหัสตามที่กำหนดไว้ 3) การประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป แบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) ผู้วิจัยทำการอธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างจากแบบสอบถาม ได้แก่ 1) ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมผู้บริโภค 2) ค่าเฉลี่ย (Mean) 3) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้วิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม

2. วิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.25 รองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75 และน้อยที่สุดเป็นเพศทางเลือก จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ส่วนใหญ่มีอายุ 21-37 ปี จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมาอายุ 38-53 ปี จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75 และน้อยที่สุดอายุ 54 ปีขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2 ส่วนใหญ่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.25 รองลงมาได้ 15,001- 20,000 บาท จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 และน้อยที่สุดมีรายได้ 7,000-10,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 มีระดับการศึกษามากที่สุด ปริญญาตรี จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25 รองลงมา สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 และน้อยที่สุด มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5

ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักสกุลเงินดิจิทัลจาก อินเทอร์เน็ต จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.25 รองลงมาคือจาก บุคคลรอบข้าง จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 และน้อยที่สุดคือจาก รู้จักด้วยตัวเอง จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกให้เหตุผลที่ตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) คือ ต้องการ ผลตอบแทน มากที่สุด จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 39.54 รองลงมาคือ

ต้องการ ความสะดวกสบาย จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 30.23 และน้อยที่สุดคือ ความง่ายในการใช้งาน จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 13.68

ข้อมูลระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความไว้วางใจในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.74$) ($SD = 1.050$) ได้แก่ ความน่าเชื่อถือในการเลือกใช้เงินดิจิทัล มีความปลอดภัยและการรักษาความเป็นส่วนตัว เงินดิจิทัลมีคุณภาพ ผู้ให้บริการมีความซื่อสัตย์สุจริต ซื่อตรงต่อผู้บริโภค เช่นเดียวกับ ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.05$) ($SD = 0.912$) ได้แก่ เลือกใช้เงินดิจิทัลเนื่องจากบุคคลในครอบครัวใช้เงินดิจิทัลเหมือนกัน เพื่อนบุคคลรอบข้าง แนะนำให้ใช้เงินดิจิทัล ภาพลักษณ์และชื่อเสียงทางสังคมดีขึ้นหากใช้เงินดิจิทัล เช่นเดียวกับ ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.93$) ($SD = 0.969$) ได้แก่ เลือกใช้เงินดิจิทัลเนื่องจากทำธุรกรรมได้สะดวก คาดหวังในผลลัพธ์ของเงินดิจิทัล เงินดิจิทัลมีประสิทธิภาพใช้งานได้เป็นอย่างดี เชื่อว่าเงินดิจิทัลช่วยเพิ่มโอกาสให้ได้รับประโยชน์ทางการเงิน เช่นเดียวกับ ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายามในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.77$) ($SD = 1.091$) ได้แก่ ความง่ายในการเลือกใช้เงินดิจิทัล เข้าใจความซับซ้อนของการเลือกใช้เงินดิจิทัล เลือกใช้เงินดิจิทัลของกลุ่มร่วมกัน เช่นเดียวกับ ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.79$) ($SD = 1.035$) ได้แก่ มีแหล่งเรียนรู้ในการใช้เงินดิจิทัล มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้เงินดิจิทัล การใช้เงินดิจิทัลทำให้ทำธุรกรรมได้ทันที การใช้เงินดิจิทัลทำให้ไม่เสียเวลา การใช้เงินดิจิทัลทำให้ไม่ต้องแลกเงิน เช่นเดียวกับ ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านมูลค่าตามราคาในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.72$) ($SD = 1.006$) ได้แก่ ความเหมาะสมของราคาเงินดิจิทัล ค่าใช้จ่ายเงินดิจิทัลเทียบเท่ารูปแบบเงินอื่น ๆ เงินดิจิทัลเทียบเท่ากับค่าการชำระหนี้อื่น ๆ อัตราการแลกเปลี่ยนเงินดิจิทัลที่คุ้มค่ากับที่ได้รับ และ ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัลในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.96$) ($SD = 1.005$) ได้แก่ ยินดีที่จะแนะนำบุคคลรอบข้างให้ใช้เงินดิจิทัล ใช้เงินดิจิทัลเนื่องจากความสะดวก รวดเร็ว ในการชำระสินค้าและบริการ ได้รวบรวมข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ก่อนที่จะตัดสินใจยอมรับใช้เงินดิจิทัล มีความสนใจในการใช้เงินดิจิทัลอยู่แล้ว นอกจากนี้ผู้วิจัยได้นำเอาปัจจัยดังกล่าวข้างต้นจำแนกตามสถานภาพทางเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย เพศหญิงและเพศทางเลือก มีระดับความคิดเห็นในปัจจัยด้านความไว้วางใจ ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยด้านสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวก และปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ และ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุ รายได้ และระดับการศึกษา มีระดับความคิดเห็นในปัจจัยด้านความไว้วางใจ ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยด้านสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวก และปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญเมื่อจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ รายได้ และระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัย

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์อำนาจพยากรณ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

ตัวแปรพยากรณ์	b	SE	B	t	p-Value	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	3.961	0.15		257.557	0.000***		
ปัจจัยด้านความไว้วางใจ	0.124	0.040	0.123	3.077	0.002**	0.146	6.845
ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม	0.114	0.039	0.114	2.966	0.003**	0.160	6.264
ปัจจัยด้านความคาดหวังใน ประสิทธิภาพ	0.159	0.045	0.158	3.543	0.000***	0.117	8.523
ปัจจัยด้านความคาดหวังใน ความพยายาม	0.157	0.045	0.156	3.444	0.001**	0.115	8.715
ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก	0.331	0.044	0.329	7.477	0.000***	0.121	8.253
ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา	0.120	0.040	0.119	2.999	0.003**	0.148	6.740

R = 0.953, R² = 0.908 SEE = 0.30755 F = 644.929, Sig of F = 0.000

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระพบว่า ค่า Tolerance ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าไม่ใกล้ศูนย์ และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าน้อยกว่า 10 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระทุกตัว ไม่มีระดับความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ดังนั้นเพื่อตรวจสอบว่าการแทนค่าตัวแปรในสมการตัวแบบจะไม่เกิด Multicollinearity (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2556)

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความไว้วางใจ ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณอยู่ในระดับมาก (R = 0.953) มีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 90.8 และมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์เท่ากับ 0.30755 (SEE 0.30755) โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัลมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก (B=0.329) รองลงมา คือ ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (B = 0.158) ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม (B=0.156) ปัจจัยด้านความไว้วางใจ (B =0.123) ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา (B = 0.119) และปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม (B =0.114) ตามลำดับ

อภิปรายผลวิจัย

1. ปัจจัยด้านความไว้วางใจ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านความไว้วางใจ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจาก ระดับความไว้วางใจในการเลือกสกุลเงินดิจิทัลนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านผู้ให้บริการ ยิ่งผู้ให้บริการมีความน่าไว้วางใจมาก เท่าไรก็จะยิ่งส่งผลต่อการเลือกใช้งานสกุลเงินดิจิทัลเป็นไปในทิศทางที่

เป็นบวกมากขึ้น (อลิสซา อีระศักดิ์ดาพงษ์, 2559) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญญชย์ กาพนเนตร และ ยุพาวรรณ วรณวณิช (2564) จากการศึกษาเรื่องโมเดลการยอมรับเทคโนโลยี และความไว้วางใจที่มีผลต่อการใช้บริการ เอสซีบี อีซี พบว่า ความไว้วางใจต่อบริการโอบายแบงก์กิ้ง เอสซีบี อีซี มีผลต่อการใช้บริการโอบายแบงก์กิ้งเอสซีบี อีซี และงานวิจัยของ จิรายุทธ์ ธารารุ่งเรือง และ พัฒน์ พัฒนรังสรรค์ (2563) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่า ปัจจัยด้านความไว้วางใจส่งผลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับแนวคิดของ Ooi and Tan (2016) ที่กล่าวว่า การรับรู้ความไว้วางใจ คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี

2. ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากบุคคลมีความสำคัญต่อผู้ใช้งานเทคโนโลยีการทำงานร่วมกันภายในองค์การ เช่น เพื่อร่วมงานและการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงจะทำให้ผู้ใช้รู้สึกอยากใช้ระบบต่อและส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์ทางบวกต่อความตั้งใจยอมรับและใช้งานเทคโนโลยีการทำงานร่วมกันของบุคคลในองค์การ Chan et al, (2012) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชรินทร์ เขียวรัตน์ (2563) เรื่องปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ QR Code ผ่านสมาร์ตโฟน กรณีศึกษาลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา พบว่า ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ QR Code ผ่านสมาร์ตโฟน และงานวิจัยของ อานนท์ หย่องฮวย และ อานนท์ ทับเที่ยง (2562) จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคธุรกิจ พบว่า ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ส่งผลต่อการยอมรับการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดของ Venkatesh, Thong and Xu (2012) พบว่า ปัจจัยทางด้านอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากปัจจัยทางด้านอิทธิพลทางสังคม (Social Influence) ส่งผลกระทบบต่อความรู้สึกการใช้งาน อิทธิพลทางสังคมมีความสำคัญมากสำหรับเทคโนโลยีการทำงานร่วมกัน เพราะเป็นเทคโนโลยีที่มีความเกี่ยวข้องกับสังคม

3. ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากการรับรู้ว่าคุณสมบัติสามารถเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิภาพของกระบวนการทำงานได้จะทำให้ผู้ใช้งานเต็มใจที่จะใช้งานเทคโนโลยี Silic and Back (2013) สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิริยาภรณ์ เตชะกฤตธีรพงศ์ (2558) จากการศึกษาเรื่องปัจจัยการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีการทำงานร่วมกันของบุคลากรในองค์การ พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพส่งผลให้เกิดการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีการทำงานร่วมกันของบุคลากรในองค์การ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ ปฐวี กล้วย สิงหะ ฉวีสุข และ ณัฐพล พันธุ์วงศ์ (2558) เรื่องการประยุกต์ใช้ทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (UTAUT) และส่วนขยายทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (UTAUT2) กับการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ส่งผลต่อการยอมรับใช้งานการทำธุรกรรมออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต และงานวิจัยของ ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดของ Venkatesh, Thong and Xu (2012) พบว่าเมื่อผู้ใช้งานรู้สึกว่าคุณสมบัติที่ใช้อยู่สามารถใช้งานได้สะดวก เข้าใจได้ง่าย ไม่ซับซ้อนและไม่ต้องใช้ความพยายามมากแล้ว จะส่งผลให้ทำให้ผู้ใช้แสดงพฤติกรรมการใช้ระบบต่อ

4. ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับ

การใช้สกุลเงินดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจาก การใช้งานของระบบใช้ความพยายามน้อย จะยิ่งส่งผลให้บุคคลเกิดความตั้งใจในการใช้งานมากขึ้น นอกจากนี้ หากระบบใหม่มีความคล้ายคลึงกับระบบเดิมที่มีอยู่ ระบบนั้นควรเป็นระบบที่สามารถเรียนรู้ได้ง่าย และใช้งานได้ง่าย ส่งผลให้เกิดความตั้งใจในการใช้งานเพิ่มมากขึ้น Khalil and Nasrallah (2014) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อานนท์ หย่องฮวย และ อานนท์ ทับเที่ยง (2562) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคธุรกิจ พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายามส่งผลต่อการยอมรับการเชื่อมโยงข้อมูลภาครัฐ และงานวิจัยของ ชรินทร์ เขียวรัตน์ (2563) จากการศึกษาเรื่องปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ QR Code ผ่านสมาร์ตโฟน กรณีศึกษา ลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายามส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ QR Code ผ่านสมาร์ตโฟน ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดของ Venkatesh, Thong and Xu (2012) พบว่า ความคาดหวังในความพยายามส่งผลต่อการใช้งานที่มีนัยสำคัญและพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยี นอกจากนี้ความคาดหวังในความพยายามจะประกอบไปด้วย การรับรู้ความง่ายในการใช้ ความซับซ้อนของนวัตกรรม และระดับความง่ายในการใช้

5. ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจาก สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน คือ ความตั้งใจที่จะใช้งานสิ่งอำนวยความสะดวก ที่ส่งผลต่อความปลอดภัยของตัวบุคคลให้เกิดการใช้งานที่สะดวก การที่บริการมีระบบสนับสนุนการใช้งานเพิ่มมากขึ้นจะช่วยส่งผลให้ผู้ใช้งานเกิดความยินดีที่จะใช้งานมากยิ่งขึ้น และการมีสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานที่ดีขึ้น จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกที่ดีต่อบริการและมีโอกาสที่จะเกิดการใช้ง่ายยิ่งขึ้น Guo et al, (2015) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกียรติกร เทียนธรรมชาติ (2558) จากการศึกษาเรื่องอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับใช้เงินดิจิทัล (บิทคอยน์) ของผู้บริโภคกลุ่ม Millennials ในกรุงเทพมหานคร พบว่า สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกส่งผลต่อการตัดสินใจยอมรับใช้เงินดิจิทัล (บิทคอยน์) ของผู้บริโภคกลุ่ม Millennials ในกรุงเทพมหานคร เป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ กรวิทย์ เขมะพันธุ์มนัส และ กนกวรรณ ไทยประดิษฐ์ (2563) เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับร้านอาหารออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดตรัง พบว่า สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกส่งผลต่อการยอมรับร้านอาหารออนไลน์ของผู้สูงอายุ ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดของ Venkatesh, Thong and Xu (2012) พบว่า สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานส่งผลต่อทั้งความตั้งใจ การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม ความเหมาะสมกับผู้ใช้งาน และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก

6. ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากมูลค่าตามราคาเป็นสิ่งสำคัญของการสร้างมูลค่าราคาในการกำหนดความตั้งใจใช้เชิงพฤติกรรมของแต่ละบุคคลในการใช้เทคโนโลยี Kuttimani, Nripendra and Yogesh (2018) สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณา แซ่ตัน (2560) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ไมบายแอปบริการรับ-ส่งสินค้าด่วนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคาส่งผลต่อการใช้งานระบบแอปบริการรับ-ส่งสินค้าด่วนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร เป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ ปฐวี ฉลวย สิงหะ ฉวีสุข และ ณัฐพล พันธุ์วงศ์ (2558) เรื่องการประยุกต์ใช้ทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (UTAUT) และส่วนขยายทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (UTAUT2) กับการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคาส่งผลในการยอมรับการทำธุรกรรมออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุ ซึ่งสอดคล้องตาม

แนวคิดของ Venkatesh, Thong and Xu (2012) พบว่า มูลค่าตามราคา (Price Value) เป็นทักษะการเปรียบเทียบและกระบวนการความรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายและประโยชน์ที่ได้รับสำหรับการใช้ประโยชน์นั้นทำให้ ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคามีความสำคัญต่อผู้บริโภคในการใช้เทคโนโลยี การสร้างมูลค่าตามราคา แรงจูงใจทางอารมณ์และควบคู่กับนิสัย ที่สำคัญมูลค่าตามราคาเป็นตัวทำนายเชิงบวกของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่จะใช้เทคโนโลยีในการรับรู้ประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยีมีมากกว่าการรับรู้ต้นทุนทางการเงินที่เกิดขึ้นจากการใช้เทคโนโลยี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

จากผลวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้ประกอบการ สามารถนำผลที่ได้ไปพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งานและปรับปรุงกลยุทธ์ใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัล ผู้มีวิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านความไว้วางใจ เป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลในการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล เพราะความไว้วางใจเป็นตัวตัดสินว่าผู้ที่ต้องการใช้งานมีระดับความคิดเห็นต่อนวัตกรรมในด้านบวกหรือด้านลบ ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่น ไม่ว่าจะในด้านความเข้าใจ การให้ความรู้ และการโฆษณา เพื่อเป็นการปลูกฝังให้ผู้ใช้งานใช้สกุลเงินดิจิทัลเกิดความไว้วางใจ

2. ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล เพราะอิทธิพลทางสังคมจากครอบครัว บุคคลรอบข้างและภาพลักษณ์ เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดพฤติกรรมและทัศนคติของตัวบุคคลเปลี่ยนแปลง สามารถยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ เป็นการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม โดยสิ่งที่ตามมาคือก่อให้เกิดการใช้งานร่วมกัน นำไปสู่ความต้องการในการใช้งานมากยิ่งขึ้นและนำไปสู่การแนะนำให้บุคคลรอบข้างใช้งาน ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการสร้างมุมมองด้านบวกของการใช้สกุลเงินดิจิทัล หากผู้ประกอบการสามารถทำให้เกิดภาพจำที่ดี จะทำให้มีการบอกต่อระหว่างผู้ใช้งานกับบุคคลรอบข้างผู้ใช้งาน ส่งผลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

3. ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ผู้ใช้งานส่วนใหญ่คาดหวังในผลลัพธ์ และการเพิ่มโอกาสที่จะได้รับประโยชน์ในการใช้สกุลเงินดิจิทัล ในการสร้างแรงจูงใจ และการรับรู้ เป็นส่วนสำคัญของการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล โดยผู้ใช้งานส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดความเข้าใจ สร้างคุณค่าให้เกิดความรู้ในที่สุด และนำไปสู่ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมุ่งเน้น ไปในเรื่องของการให้คูปองกับผู้ใช้งาน ให้สอดคล้องกับประโยชน์ที่ผู้ใช้งานจะได้รับ และช่วยเพิ่มโอกาสในรูปแบบการดำรงชีวิตทางการเงินในปัจจุบัน

4. ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม ผู้ใช้งานส่วนใหญ่เลือกใช้สกุลเงินดิจิทัล เพราะความง่ายในการใช้จ่าย เข้าใจความซับซ้อนของเทคโนโลยี และการใช้งานของกลุ่มร่วมกัน ว่าระบบไม่ต้องใช้ความพยายาม ดังนั้นผู้ประกอบการควรนำเสนอรูปแบบการสื่อสารที่เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อน และง่ายต่อการใช้ เพื่อตอบสนองความคาดหวังของผู้ใช้ ส่งผลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

5. ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นปัจจัยที่ส่งผลสำคัญต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล การใช้เงินดิจิทัลนั้นทำให้ไม่เสียเวลา สามารถทำธุรกรรมได้ทันที มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้สกุลเงินดิจิทัล และมีแหล่งเรียนรู้ในการใช้สกุลเงินดิจิทัล ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการเตรียมความพร้อมเพื่อ

รองรับการใช้งานเทคโนโลยี มีการถ่ายทอดความรู้ที่จำเป็นในการใช้งานรวมถึงมีบริการให้คำแนะนำช่วยเหลือแก่ผู้ที่สนใจใช้สกุลเงินดิจิทัล เมื่อมีปัญหาจากการใช้งาน

6. ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา เป็นปัจจัยที่ส่งผลสำคัญต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล เพราะพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีนั้น มาจากการรับรู้ถึงความเหมาะสมของมูลค่า ในการใช้ประโยชน์ของเทคโนโลยีนั้น อัตราการแลกเปลี่ยนเงินดิจิทัลที่ค้ำค่า และมูลค่าเงินดิจิทัลเทียบเท่ากับสกุลเงินอื่น ๆ ส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจที่จะใช้เทคโนโลยี ดังนั้นผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นด้านราคาให้ผู้ใช้งานเทคโนโลยีเห็นว่าค่าธรรมเนียมนในการใช้บริการสมเหตุสมผล รู้สึกคุ้มค่า เหมาะสมที่จะจ่ายออกไปถ้ามีการใช้งานที่มากขึ้นนำไปสู่ความต้องการของผู้ใช้ในที่สุด

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาต่อไป

1. ผู้วิจัยหรือผู้ที่สนใจควรศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้อง หรือปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล นอกเหนือจากงานวิจัยข้างต้น เช่น ด้านทัศนคติ ด้านแรงจูงใจ และความเคยชิน เป็นต้น

2. ผู้วิจัยหรือผู้ที่สนใจควรศึกษาและวิจัยคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เจาะลึก การสังเกต และการวิเคราะห์จากเอกสารเพื่อรวบรวมข้อมูลหลากหลายมิติ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้นซึ่งจะมีประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการพัฒนา ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้สกุลเงินดิจิทัลได้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- เกียรติกร เทียนธรรมชาติ. (2558) *อิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับใช้เงินดิจิทัล (บิทคอยน์) ของผู้บริโภคกลุ่ม Millennials ในกรุงเทพมหานคร* (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- กรวิทย์ เขมะพันธุ์มณี และ กนกวรรณ ไทยประดิษฐ์. (2563) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับร้านอาหารออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดตรัง. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 13(2), 32-42.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2556) *การวิเคราะห์ความถดถอยและสหสัมพันธ์เชิงซ้อน* การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 14) กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- การเงินธนาคาร. (2564) บาทดิจิทัลมาแล้ว เริ่มใช้ไตรมาส 2 ปีหน้า. *วารสารการเงินธนาคาร*, ตุลาคม 2564 ฉบับที่ 474
- จิรายุทธ์ ธราธรุ่งเรือง และ พัฒน์ พัฒนรังสรรค์. (2563) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของธนาคารแห่งประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา).
- ชรินทร์ เขียวรัตนา. (2563) ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ QR Code ผ่านสมาร์ทโฟน กรณีศึกษา ลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์).
- ปฐวี ฉลวย สิงหะ ฉวีสุข และณัฐพล พันธวุฒ์. (2558) *การประยุกต์ใช้ทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (UTAUT) และส่วนขยายทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (UTAUT2) กับการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง).

- ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. (2565) นโยบาย Cryptocurrency ของต่างประเทศรู้ไว้ให้ทันการเปลี่ยนแปลงในโลกอนาคต สืบค้นจาก https://www.exim.go.th/eximinter/e-news/26418/0222_finance.html.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563) Retail CBDC สกุลเงินดิจิทัลธนาคารกลาง กับเศรษฐกิจการเงิน https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_19Nov2021.aspx
- ชญัญชย์ ภาพเนตร และยุพาวรรณ วรณวานิชย์. (2564) โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี และความไว้วางใจที่มีผลต่อการใช้บริการ เอสซีบี อีซี. *วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, 7(1), 374-389.
- วิริยาภรณ์ เตชะกฤตธีรพงศ์. (2558) ปัจจัยการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีการทำงานร่วมกันของบุคลากรองค์กร (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- วรรณนา แซ่ตัน. (2560) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โมบายแอปบริการรับ-ส่งสินค้าด่วนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์. (2564) สกุลเงินดิจิทัลของธนาคารกลางในระดับรายย่อย: บริบทของไทย สืบค้นจาก <https://www.pier.or.th/abridged/2021/11/#top>
- อลิสสา อีระศักดิ์ดาพงษ์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้งาน Bitcoin. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- อานนท์ หย่องฮวย และ อานนท์ ทับเที่ยง. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคธุรกิจ. *วารสาร Engineering Transactions*, 22(1), 41-47.
- Chan, F. T. S., Alain, Y. L. C., & Li, Z. (2012). An empirical investigation of factors affecting e-collaboration diffusion In SMEs. *International Journal of Production Economics*, 138(2), 329-344.
- Guo, H., Huang, X., & Craig, P. (2015). Factors Influencing the User Acceptance of Alipay. In *International Conference on Economy, Management and Education Technology (ICEMET 2015)*, 344-347. Dordrecht, The Netherlands: Atlantis Press
- Khalil, O. E. M., & Nasrallah, A. a. A. (2014). The adoption of the traffic violation e-payment system (TVEPS) of Kuwait. *Electronic Journal of Knowledge Management*, 12(1), 3-22.
- Kuttimani, T., Nripendra, P. R., & Yogesh, D. K. (2018). Use of 'Habit' Is not a Habit in Understanding Individual Technology Adoption: A Review of UTAUT2 Based Empirical Studies. In *International Working Conference on Transfer and Diffusion of IT (TDIT), Jun 2018*, 277-294, United Kingdom: Portsmouth.
- Ooi, K. B., & Tan, G. W-H. (2016). Mobile technology acceptance model: An investigation using mobile users to explore smartphone credit cards. *Journal of Expert Systems with Applications*, 59, 33-46.
- Silic, M., & Back, A. (2013). Organizational Culture Impact on Acceptance and Use of Unified Communications & Collaboration Technology in Organizations. *BLED 2013 Proceedings*, 28. Retrieved from <https://aisel.aisnet.org/bled2013/28>

Venkatesh, V., L. Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157-178.

Yamane, T. (1967). *Statistics, An Introductory Analysis*. (2nd Ed.) New York: Harper and Row.

การจำแนกปัจจัยและจัดกลุ่มพฤติกรรมการตระหนักรู้ต่อการฉีดวัคซีนป้องกัน
โรคระบาดโควิด-19 (COVID-19) ของผู้สูงอายุในเขตบางแค

ประกาศ ปาวา ทองสว่าง¹ กันต์ธนัท วงษ์สิริมอนtri² ประเวณ ไม้เกตุ³ และ เบญจมาภรณ์ จันท^{4*}
^{1,2,3,4} คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

FACTOR CLASSIFICATION AND GROUPING OF AWARENESS BEHAVIOR TOWARDS
VACCINATION COVID-19 EPIDEMIC (COVID-19) OF THE ELDERLY IN BANG KHAE

Prakart Pawa Thongsawang¹ Kanthanat Wongsirimontri² Praveen Maigate³ and Benjamaporn Jantorn^{4*}
^{1,2,3,4} Faculty of Business Administration, Siam Technology College

*Corresponding author e-mail: benjamapornj@siamtechno.ac.th

บทความที่รับบทความ (Received) 18 มีนาคม 2565
วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 15 มิถุนายน 2566
วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 5 กรกฎาคม 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทำการวิเคราะห์ปัจจัยหลัก และจัดกลุ่มพฤติกรรมการตระหนักรู้ต่อการฉีดวัคซีนป้องกันโรคระบาดโควิด-19 (COVID-19) ของผู้สูงอายุในเขตบางแค ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเป็นกลุ่มผู้สูงอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปในเขตบางแค จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่ายในการเก็บข้อมูลแบบลักษณะของการตอบแบบสอบถามที่ประกอบไปด้วย การตระหนักรู้ถึงโรคระบาดโควิด-19 พฤติกรรมการป้องกัน และการเตรียมตัวก่อนการฉีดวัคซีน ในการศึกษาพฤติกรรมของตัวอย่างใช้วิธีการแจกแจงความถี่ และร้อยละของคำตอบที่ได้ สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยหลักซึ่งมีทั้งหมด 9 ด้าน ได้นำมาวิเคราะห์องค์ประกอบหลักและหมุนแกนปัจจัยด้วยวิธี Varimax เพื่อสกัดองค์ประกอบหลักที่มีค่า Eigenvalues มากกว่าหรือใกล้เคียง 0.5 จากนั้นนำองค์ประกอบหลักที่สกัดได้มาจัดกลุ่ม โดยใช้วิธีการจัดกลุ่มแบบ K-Means

ผลวิจัยพบว่า ตัวอย่างมีพฤติกรรมการตระหนักรู้ว่าการที่มีผู้ติดเชื้อโควิด-19 เพียง 1 คน ทำให้สามารถแพร่กระจายไปยังผู้อื่นได้ เฉลี่ย 2-4 คน ผู้ป่วยมักจะมีอาการไอ มีไข้ เจ็บคอ เหนื่อยหอบ แน่นหน้าอก จนอาจถึงขั้นเสียชีวิตได้ โดยเฉพาะผู้ที่มีโรคประจำตัวจะมีความเสี่ยงมากที่สุด สำหรับองค์ประกอบหลักของการตระหนักรู้ที่สกัดได้จะมี 5 ด้าน ได้แก่ ด้านโอกาสการติดเชื้อ (Eigenvalues = 2.371 และร้อยละความแปรปรวน = 26.341) ด้านสุขอนามัย (Eigenvalues = 1.939 และร้อยละความแปรปรวน = 21.540) ด้านประโยชน์ของวัคซีน (Eigenvalues = 1.007 และร้อยละความแปรปรวน = 11.183) ด้านความเสี่ยงต่อการติดเชื้อ (Eigenvalues = 0.871 และร้อยละความแปรปรวน = 9.676) และด้านอุปสรรคต่อการรับวัคซีน (Eigenvalues = 0.750 และร้อยละความแปรปรวน = 8.338) ส่วนการจัดกลุ่มจากการสกัดองค์ประกอบสามารถจำแนกออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้สูงอายุที่คำนึงถึงความรุนแรงของเชื้อไวรัส Covid-19 (ร้อยละ 99.75) และกลุ่มผู้สูงอายุที่คำนึงถึงประสิทธิภาพของวัคซีน (ร้อยละ 0.25) ดังนั้น หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องจึงควรเน้นให้เกิดเป็นรูปธรรมมากขึ้นเพื่อสร้างความเข้าใจทั้งในเรื่องของความรุนแรงของเชื้อและประสิทธิภาพของวัคซีนที่ได้รับ

คำสำคัญ: ผู้สูงอายุ การตระหนักรู้หรือรับรู้ โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

Abstract

The objectives of this research are to analyze the main factors and grouping awareness behaviors on the vaccination against the epidemic of COVID-19 (COVID-19) of the elderly in Bangkok and its vicinity which the study sample It was a group of 400 elderly people aged 60 years and over in Bang Khae area, using a simple randomized method to collect the questionnaire characteristics that consisted of Awareness of the COVID-19 Pandemic defensive behavior and preparation before vaccination. In the study of the behavior of the samples, the frequency distribution method was used and the percentage of the answers received. For factor analysis of all 9 aspects of the principal component analysis with orthogonal rotation by Varimax method is used to extract the common components with the eigenvalues greater than or close to 0.5. The extracted components are then clustered using the K-Means technique.

The results showed that the sampling was aware that only one person infected with COVID-19 could transmit it to others, on average 2-4. Patients tended to have cough, fever, sore throat, breathlessness, chest tightness. to the point of death. Especially those with underlying diseases are at greatest risk. The main components of awareness were divided into 5 aspects: infection likelihood (Eigenvalues = 2.371 and Variance = 26.341 %), hygiene (Eigenvalues = 1.939 and Variance = 21.540 %), vaccine benefits (Eigenvalues = 1.007 and Variance = 11.183 %), risk (Eigenvalues = 0.871 and Variance = 9.676 %), and obstacles to Vaccination (Eigenvalues = 0.750 and Variance = 8.338 %). The clustering from factor extraction It can be divided into 2 groups which are those who focus considering the severity of the Covid-19 virus (99.75 %) and those who focus considering vaccine efficacy (0.25 %). Therefore, both public and private agencies involved should focus more concretely on creating an understanding of both the virulence of virus and efficacy of the vaccine received.

Keywords: Elderly, Awareness, Coronavirus Disease 2019 (COVID-19)

ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ปัจจุบันสถานการณ์จากการแพร่ระบาดของโรคระบาดโควิด-19 (COVID-19) ส่งผลทำให้มีผู้ติดเชื้อและถึงขั้นเสียชีวิตกันเป็นจำนวนมากจากการแพร่กระจายของเชื้อโรคอย่างรวดเร็วและกว้างขวางไปทั่วทั้งโลก ซึ่งเกิดจากเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus) ซึ่งมีความคล้ายกับโรคทางเดินหายใจตะวันออกกลางหรือเมอร์ส (Middle East respiratory syndrome : MERS) และโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรงหรือซาร์ส (Severe acute respiratory syndrome : SARS) โดยโรคระบาดนี้แพร่ระบาดมาจากประเทศจีน ตั้งแต่วันที่ 30 ธันวาคม พ.ศ. 2562 โดยองค์การอนามัยโลกได้ประเมินสถานการณ์และเห็นว่าการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 แพร่กระจายได้อย่างรวดเร็วจนน่ากังวลจึงได้ประกาศให้โรคระบาดโควิด-19 เป็นการระบาดใหญ่ไปทั่วโลก (WHO, 2020)

จากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่เกิดขึ้นนั้นส่งผลทำให้ประเทศไทยได้รับผลกระทบเป็นอย่างมากเช่นเดียวกัน มีจำนวนผู้ติดเชื้อที่เพิ่มมากขึ้นทุกวัน โดยสถิติวันที่ 9 กันยายน 2564 ระบุว่า มียอดผู้ป่วยสะสม 1,352,517 ราย ยอดผู้เสียชีวิตสะสม 13,731 ราย คิดเป็น 1.02% ทำให้เศรษฐกิจของไทยตกอยู่ในสภาวะถดถอยเกิดการล็อกดาวน์ (Lockdown) ภายในประเทศ ภาคธุรกิจและครัวเรือน ขาดสภาพคล่องตัวอย่างรุนแรงจึงก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมากมาย เช่น ธุรกิจหลายประเภทต้องถูกปิดกิจการลง เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่อาศัยอยู่แต่ในบ้านปรับเปลี่ยนวิถีการใช้ชีวิตมากขึ้น นักท่องเที่ยวคาดว่าจะลดลง 60% จากปีก่อน ๆ ทำให้เกิดการชะลอการเติบโตของเศรษฐกิจไทยในปีนี้อาจหดตัว 5.4% ทำให้ส่งผลกระทบต่อภาครัฐและภาคเอกชนเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะปัญหาสุขภาพ ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดของทุกคน โรคระบาดนี้มีความรุนแรงมาก จนทำให้หลายคนต้องเจ็บป่วยและเสียชีวิตตามมาซึ่งผู้ที่มีความเสี่ยงมากที่สุดคือผู้สูงอายุ (กรมควบคุมโรค, 2564)

สำหรับประเทศไทยนับได้ว่ามีแนวโน้มเข้าสู่ “สังคมผู้สูงอายุ” ตั้งแต่พ.ศ.2549 โดยมีอัตราผู้สูงอายุถึงร้อยละ 11 ในปี 2560 มีประชากรผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 17 ของประชากรทั้งหมดและคาดว่าในปี 2568 ประเทศไทยจะกลายเป็นสังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ (The Situation of The Elderly in Thailand, 2017) ซึ่งกลุ่มผู้สูงอายุถือว่าเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่มีความเสี่ยงต่อการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้ง่ายเนื่องจากเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย เช่น ระบบประสาททำงานลดลง สมรรถภาพทางกายเสื่อมลงจากเดิม กระดูกเสื่อมและพุงน่อง เหนื่อยง่าย ท้องผูกง่าย กลั้นอุจจาระหรือปัสสาวะไม่ค่อยได้ เส้นเลือดตีบแข็งได้ง่าย มีโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดโรคมะเร็งไข้เจ็บต่าง ๆ รวมถึงโรคระบาดโควิด-19 ได้มากขึ้น จากผลการวิจัยตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึง 24 กุมภาพันธ์ 2565 พบว่า ผู้สูงอายุเป็นวัยที่มีอัตราการเสียชีวิตมากที่สุด คิดเป็น 75% ของผู้เสียชีวิตทั้งหมด (กรมควบคุมโรค, 2565)

จากปัญหาที่กล่าวข้างต้น คณะผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของสาเหตุของปัญหา และผลกระทบที่เกิดขึ้นตามมา จึงได้ศึกษาองค์ประกอบหลักที่เป็นปัจจัยการตระหนักรู้และพฤติกรรมการป้องกันการติดเชื้อของผู้สูงอายุ โดยคาดหวังว่าจะได้นำปัจจัยพื้นฐานต่าง ๆ นี้ไปประยุกต์เพื่อใช้วิเคราะห์เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์สร้างความตระหนักรู้ให้มากยิ่งขึ้นต่อการป้องกันการแพร่ระบาดรวมถึงยังสามารถรับมือล่วงหน้าเมื่อเกิดสถานการณ์ในครั้งต่อไปได้ ซึ่งจะเป็นการลดอัตราการติดเชื้อโรคและอัตราการเสียชีวิตของผู้สูงอายุได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยการตระหนักรู้ต่อการฉีดวัคซีนป้องกันโรคระบาดโควิด-19 (COVID-19) ของผู้สูงอายุในเขตบางแค
2. เพื่อจัดกลุ่มพฤติกรรมการตระหนักรู้ต่อการฉีดวัคซีนป้องกันโรคระบาดโควิด-19 (COVID-19) ของผู้สูงอายุในเขตบางแค

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับตระหนักและการตัดสินใจในการฉีดวัคซีนป้องกัน

1. ความหมายของความตระหนัก

กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ (2521, น. 24) ได้อธิบายความหมายของ ความตระหนัก ไว้ว่า การรู้ตัวอยู่แล้ว คือการที่รู้ว่าอยู่ สิ่งที่อยู่หรือเป็นอยู่ แต่ไม่รู้้อย่างละเอียดถี่ถ้วน

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520, น. 10) ได้ให้ความหมายของ ความตระหนัก ไว้ว่า การที่บุคคลได้ถูกคิด หรือรู้สึกว่ามีสิ่ง ๆ หนึ่ง ซึ่งการรู้เช่นนี้ เป็นความรู้สึกที่มักเกิดขึ้นในสภาวะของจิตใจ แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า บุคคลนั้นจะสามารถระลึกได้ถึงลักษณะของสิ่งนั้น

วิชัย วงษ์ใหญ่ (2523, น. 133) ได้ให้ความหมายของ ความตระหนัก ไว้ว่า เป็นการกระทำขั้นสุดของด้านความรู้ เนื่องจากความตระหนักนั้นมีได้เกี่ยวข้องกับการจำหรือการระลึกได้ แต่จะหมายถึงความสามารถในการนึกคิดถึงความรู้สึกที่มีในสภาวะของจิตใจ

จากความหมายของความตระหนัก คณะผู้วิจัยจึงสามารถสรุปได้ว่า ความตระหนักนี้เป็นการแสดงความรู้สึกของสภาวะทางจิตใจ ที่เกิดขึ้นจากความรู้ ประสบการณ์ ความรู้สึกต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โดยขึ้นอยู่กับระยะเวลา รวมถึงประสบการณ์และสภาพแวดล้อม ซึ่งเป็นสิ่งที่มาช่วยในการแสดงออกต่อพฤติกรรมนั้น กล่าวคือ เมื่อมีสิ่งเร้ามากระตุ้นจึงเกิดความตระหนักขึ้นนั่นเอง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

1. ความหมายของทัศนคติ

ทัศนคติเป็นแนวความคิดที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากแนวหนึ่ง ทั้งในด้านทางจิตวิทยาสังคม และการสื่อสาร และได้มีการใช้คำนี้กันอย่างแพร่หลาย ซึ่งคำว่า ทัศนคติ นั้น ได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายไว้ดังนี้

สร้อยตระกูล (ติวยานนท์) อรรถมานะ (2541, น. 64) ระบุว่า ทัศนคติ คือ การนำความรู้ ความนึกคิด ความเชื่อ ความคิดเห็น และความรู้สึกมาผสมรวมกันของบุคคลที่มีต่อบุคคลด้วยกัน ต่อสิ่งของหรือสถานการณ์ต่าง ๆ ซึ่งจะก่อให้เกิดพฤติกรรมหนึ่งๆ ขึ้น

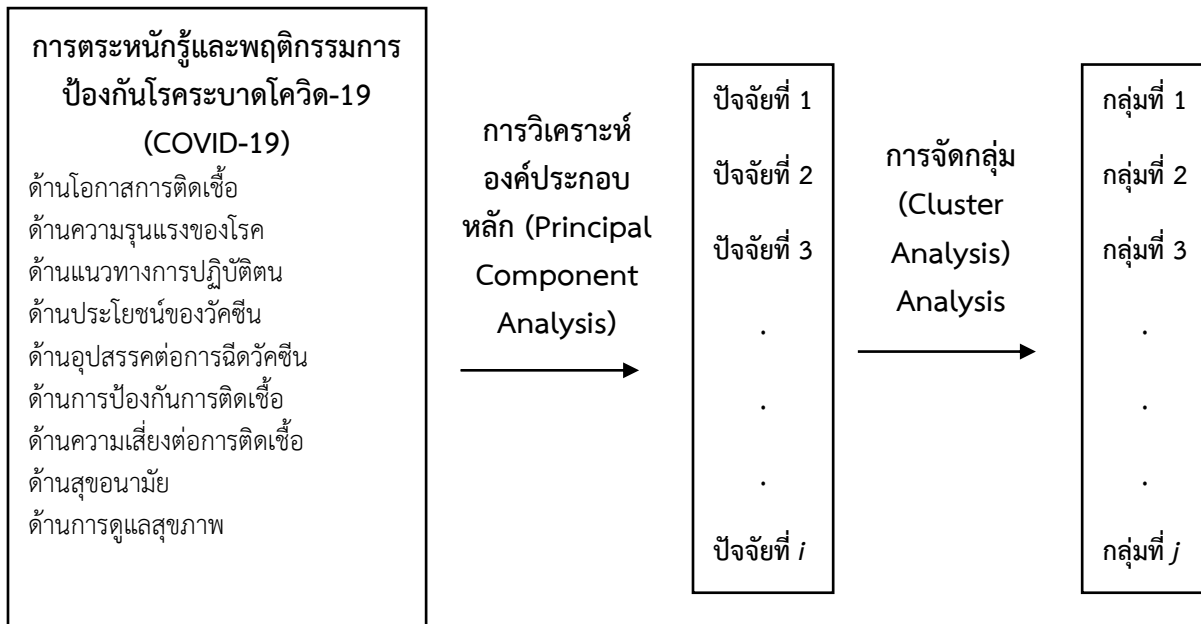
ศิริพร วามะศิริ (2560, น. 24) ได้ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ คือ การที่บุคคลเกิดความคิด ความรู้สึกต่อบุคคล สิ่งของหรือสถานการณ์ต่าง ๆ ในด้านการประเมินค่าจนเกิดเป็นปฏิกิริยาตอบสนองทางด้านพฤติกรรม โดยทัศนคติจะสามารถเรียนรู้ได้หรือจัดการได้ด้วยประสบการณ์

ปัทสนันท์ ชมจันทิก (2561, น. 15) ได้ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ คือ ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ การเรียนรู้ในอดีตที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมที่บุคคลจะแสดงออกต่อสิ่งนั้น

บวรลักษณ์ ขจรฤทธิ์ และบุญกา ปันทุรอำพร (2563, น. 5) ได้ให้ความหมายของ ทัศนคติ ไว้ว่า ทัศนคติ คือ ความเชื่อ ความรู้สึกหรือความคิดต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมในการตัดสินใจที่จะทำหรือไม่ทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทั้งนี้เกิดจากประสบการณ์ การเรียนรู้ สิ่งแวดล้อมของแต่ละบุคคลและความเข้าใจต่อสิ่งนั้น ๆ ที่เกิดจากการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ของแต่ละบุคคลโดยตรงหรือผ่านคนใกล้ชิด อันนำมาสู่ความเชื่อต่อสิ่งนั้นและเกิดเป็นความรู้สึกทั้งด้านบวกและด้านลบ ทำให้เกิดความรู้สึกมีความสุขหรือกังวลต่อสิ่งนั้นได้

จากคำนิยามศัพท์ข้างต้น คณะผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์โดยตรง ทั้งในด้านการเรียนรู้ทั้งในอดีตที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ผ่านทางประสบการณ์ของแต่ละบุคคลโดยตรง หรือผ่านคนใกล้ชิดอันนำมาสู่ความเชื่อต่อสิ่งนั้น และเกิดเป็นความรู้สึกทั้งด้านบวกและด้านลบ

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยนี้ คือ ผู้สูงอายุเพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 60 ปีขึ้นไป และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยนี้ คือ ผู้สูงอายุเพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 60 ปีขึ้นไป โดยผู้วิจัยได้คำนวณหาขนาดของตัวอย่างเพื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูล จากสูตรของ (Cochran, 1997) การศึกษานี้จึงได้กำหนดขนาดตัวอย่างที่ 384.16 หรือเป็นจำนวน 385 คน และเพื่อลดความคลาดเคลื่อน จึงทำการเก็บสำรองอีก 15 คน ดังนั้น ขนาดของตัวอย่างที่ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล จึงเท่ากับ 400 คน จากการคำนวณข้างต้น ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกตัวอย่าง โดยวิธีการสุ่ม ดังนี้

1. สุ่มเลือกพื้นที่จำแนกตามชั้นของกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จากกรุงเทพชั้นใน กรุงเทพชั้นกลาง และกรุงเทพชั้นนอก ด้วยการจับฉลากได้กรุงเทพชั้นกลาง
2. สุ่มเลือกเขตพื้นที่ในกลุ่มกรุงเทพมหานครชั้นกลาง 18 เขต เพียง 1 เขต ด้วยการจับฉลากได้เขตตัวอย่างคือ เขตบางแค
3. สุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุในเขตบางแค โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) รวมทั้งสิ้น 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่นำมาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามที่คณะผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ และระดับการศึกษา ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตระหนักรู้ต่อโรคระบาดโควิด-19 จำนวน 27 ข้อ แบ่งเป็นด้านโอกาสการติดเชื้อ ด้านความรุนแรงของโรค ด้านแนวทางการปฏิบัติตน ด้านประโยชน์ของวัคซีน และด้าน

อุปสรรคต่อการฉีดวัคซีน จำนวน 27 ข้อ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการป้องกันโรคระบาดโควิด-19 ประกอบด้วย ด้านการป้องกันการติดเชื้อ ด้านความเสี่ยงต่อการติดเชื้อ ด้านสุขอนามัย และด้านการดูแลสุขภาพ จำนวน 20 ข้อ ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการเตรียมตัวก่อนการฉีดวัคซีนป้องกันโรคระบาดโควิด-19 จำนวน 15 ข้อ โดยแต่ละข้อมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 1 และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามของแอลฟาครอนบาค (Cronbach's alpha) ทั้งฉบับเท่ากับ 0.912

ทั้งนี้รูปแบบของแบบสอบถามตอนที่ 2, 3 และ 4 มีลักษณะเป็นข้อคำถามเชิงสำรวจระดับความคิดเห็นและระดับการปฏิบัติแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามรูปแบบ Likert scale ที่ 5 ระดับ โดยให้คะแนนจากปฏิบัติทุกครั้งให้ 5 คะแนน ถึงปฏิบัติน้อยที่สุดให้ 1 คะแนน ซึ่งเกณฑ์การแบ่งระดับการรับรู้และพฤติกรรมที่เกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยใช้เกณฑ์ของ Wongratana (2010)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของตัวอย่างผู้สูงอายุทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปในเขตบางแค จำนวนทั้งหมด 400 คน โดยมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูล โดยแบ่งแบบสอบถามให้ทีมงานอีก 5 คน ไปทำการเก็บรวบรวมข้อมูลกระจายให้ครอบคลุมในเขตพื้นที่บางแค ทั้งจากที่บ้านของตัวอย่างที่เลือกเก็บข้อมูล และตามแหล่งที่สาธารณะ เช่น สวนสาธารณะ ป้ายรถเมล์ เป็นต้น โดยแนวทางในการดำเนินงาน เริ่มจากการศึกษาทำความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของการทำงานวิจัย และรายละเอียดของแบบสอบถาม จากนั้นจึงจะทำการเก็บข้อมูลได้ โดยขั้นตอนแรกของการเก็บข้อมูลนั้น จะเป็นการแนะนำตัว สถาบันการศึกษาของคณะผู้วิจัย อธิบายถึงวัตถุประสงค์ของงานวิจัย แล้วขอความร่วมมือในการสัมภาษณ์ร่วมทำแบบสอบถาม

2. คณะผู้วิจัยแจกแบบสอบถามให้กับผู้สูงอายุที่สามารถทำแบบสอบถามได้ด้วยตนเองเพื่อทำการเก็บข้อมูล แต่สำหรับผู้สูงอายุที่ไม่สามารถทำแบบสอบถามได้เอง อาจเกิดจากมองตัวหนังสือในแบบสอบถามไม่เห็น ไม่เข้าใจในข้อคำถาม หรือไม่สามารอ่านหนังสือได้ ทางคณะผู้วิจัยจึงช่วยทำแบบสอบถามให้ โดยข้อมูลที่ได้เกิดจากการสัมภาษณ์และอธิบายรายละเอียดของคำถามแต่ละข้อ เพื่อให้ผู้สูงอายุเหล่านั้นเข้าใจได้ง่ายยิ่งขึ้นและทำการตอบกลับมายังผู้วิจัยได้

3. เมื่อเก็บข้อมูลจากตัวอย่างเรียบร้อยแล้ว คณะผู้วิจัยตรวจสอบแบบสอบถามอีกครั้ง เพื่อให้แน่ใจว่าเก็บข้อมูลตอบแบบสอบถามได้อย่างสมบูรณ์ครบถ้วนทุกข้อ และได้กล่าวขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือ และเสียสละเวลามาช่วยในการให้ข้อมูลแก่งานวิจัยนี้ จากนั้นนำข้อมูลที่เก็บมาทั้งหมด บันทึกลงโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อบันทึกข้อมูลทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ศึกษาข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ของลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าร้อยละ (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Frequency Distribution) วิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis) โดยหมุนแกนปัจจัยให้ตั้งฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีการ Varimax with Kaiser Normalization พิจารณาปัจจัยค่า Eigenvalues และค่า Factor Loading นำมาจัดกลุ่มองค์ประกอบหลักที่สกัดมาได้ โดยวิธีวิเคราะห์การจัดกลุ่มแบบ K-Means Clustering

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การตระหนักรู้ต่อโรคระบาดโควิด 19 ผลการวิจัยพบว่า ระดับข้อมูลเกี่ยวกับการตระหนักรู้ถึงโรคระบาดโควิด-19 (COVID-19) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.43$) และหากพิจารณารายหัวข้อโดยเรียงตามลำดับมากไปหาน้อย พบว่า ด้านความรุนแรงของโรค Covid-19 ($\bar{X} = 4.56$) ด้านความเสี่ยงต่อการติดเชื้อ ($\bar{X} = 4.54$) ด้านแนวทางการปฏิบัติตน ($\bar{X} = 4.52$) ด้านประโยชน์ของวัคซีน ($\bar{X} = 4.31$) และด้านอุปสรรคต่อการฉีดวัคซีน ($\bar{X} = 4.23$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการป้องกันโรคระบาดโควิด-19 ผลการวิจัยพบว่า ระดับข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการป้องกันโรคระบาดโควิด-19 (COVID-19) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$) และหากพิจารณารายหัวข้อโดยเรียงตามลำดับมากไปหาน้อย พบว่า ด้านการป้องกันการติดเชื้อ ($\bar{X} = 4.34$) ด้านสุขอนามัย ($\bar{X} = 4.15$) ด้านการดูแลสุขภาพ ($\bar{X} = 4.06$) และด้านความเสี่ยงต่อการติดเชื้อ ($\bar{X} = 2.93$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การเตรียมตัวก่อนการฉีดวัคซีนป้องกันโรคระบาดโควิด-19 ผลการวิจัยพบว่า ระดับข้อมูลเกี่ยวกับการเตรียมตัวก่อนการฉีดวัคซีนป้องกันโรคระบาดโควิด-19 (COVID-19) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$) และหากพิจารณารายหัวข้อโดยเรียงตามลำดับมากไปหาน้อย พบว่า ท่านทราบข่าวการฉีดวัคซีนจากโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ ($\bar{X} = 4.41$) ท่านได้รับการพักผ่อนเพียงพอ 6-8 ชั่วโมงก่อนมาฉีดวัคซีน ($\bar{X} = 4.41$) ท่านเตรียมน้ำมาดื่มสำหรับการฉีดวัคซีนนี้ ($\bar{X} = 4.27$) ท่านทราบข่าวการฉีดวัคซีนจากสื่อออนไลน์ เช่น Facebook YouTube Line Instagram etc. ($\bar{X} = 4.24$) ท่านสวมเสื้อที่เหมาะสมสามารถฉีดวัคซีนได้ง่าย ไม่ลำบากในการถอดออก ($\bar{X} = 4.18$) ท่านได้ศึกษาหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการฉีดวัคซีน หรือถามผู้ที่เคยมาฉีด ($\bar{X} = 4.15$) ท่านไปพบแพทย์ทันทีเมื่อมีอาการไอ เป็นไข้ และเจ็บคอ ($\bar{X} = 4.10$) ท่านศึกษาเส้นทาง การเดินทางของสถานที่ที่มาฉีดวัคซีน ($\bar{X} = 4.09$) ท่านศึกษาขั้นตอนหรือวิธีการเข้ารับการฉีดวัคซีนมาก่อน ($\bar{X} = 4.09$) ท่านปรึกษาแพทย์/เข้ารับการรักษา/ตรวจสุขภาพอยู่เป็นประจำ ($\bar{X} = 4.07$) ท่านทราบอยู่ก่อนแล้วว่า ท่านจะได้รับวัคซีนชนิดใด ($\bar{X} = 4.06$) ท่านได้วัดความดันก่อนมาฉีดวัคซีน ($\bar{X} = 3.63$) ท่านทานยาโรคประจำตัวก่อนมาฉีดวัคซีน ($\bar{X} = 3.54$) และท่านงดชา กาแฟ เครื่องดื่มชูกำลังก่อนเข้ารับการฉีดวัคซีน ($\bar{X} = 3.49$) ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ค่าสถิติของไคเซอร์-ไมเยอร์-โอลคิน (KMO) และค่าสถิติของบาร์ทเลทท์ (Bartlett's Test of Sphericity) ของแบบประเมินการตระหนักรู้ต่อการฉีดวัคซีนโรคระบาดโควิด-19 (COVID-19) ของผู้สูงอายุ ในเขตบางแค

KMO and Bartlett's Test			
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	Bartlett's Test of Sphericity		
	Approx. Chi-Square	df	Sig.
0.695	631.412	36	.000

สรุปผลค่าสถิติของไคเซอร์-ไมเยอร์-โอลคิน (KMO) มีค่าเท่ากับ 0.695 ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.500 แสดงให้เห็นว่าข้อมูลและตัวแปรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กัน สามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบตามจุดมุ่งหมายของการวิจัยได้ และจากค่าสถิติของบาร์ทเลทท์ (Bartlett's Test of Sphericity) พบว่า ค่าสถิติ

ไค-สแควร์ (x^2) ที่ใช้ในการทดสอบมีค่าเท่ากับ 631.412 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่า เมตริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กัน ดังนั้น เมตริกซ์สหสัมพันธ์ จึงเหมาะสมที่จะใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบต่อไปได้

ตารางที่ 2 จำนวนองค์ประกอบ ค่าไอเกน ค่าร้อยละความแปรปรวน และค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสม ในแต่ละองค์ประกอบของแบบประเมินการตระหนักรู้ต่อการฉีดวัคซีนโรคระบาดโควิด-19 (COVID-19) ของผู้สูงอายุ ในเขตบางแค

องค์ประกอบ	Eigenvalues	ค่าร้อยละของ ความแปรปรวน	ค่าร้อยละของ ความแปรปรวนสะสม
1	2.371	26.341	26.341
2	1.939	21.540	47.881
3	1.007	11.183	59.064
4	.871	9.676	68.741
5	.750	8.338	77.078

สรุปผลจากตารางที่ 2 การสกัดองค์ประกอบ ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญ (Principal Component Analysis: PC) ซึ่งผู้วิจัยทำการหมุนแกนองค์ประกอบ พบว่า ได้องค์ประกอบทั้งหมด 5 องค์ประกอบ มีพิสัยของค่าไอเกนอยู่ระหว่าง .750 – 2.371 และมีค่าความแปรปรวนสะสมร้อยละ 77.078

ตารางที่ 3 องค์ประกอบหลักในการตัดสินใจเข้ารับการฉีดวัคซีนป้องกันโรคระบาดโควิด-19 (COVID-19) ของผู้สูงอายุ ในเขตบางแค

องค์ประกอบหลัก	Factor loading	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความสำคัญ
1. ด้านโอกาสการติดเชื้อ (Eigenvalues = 2.371 และร้อยละความแปรปรวน = 26.341)				
คนในครอบครัวที่ออกไปข้างนอกบ้าน สามารถนำเชื้อโรคกลับมาแพร่ในบ้านได้เสมอ	0.667	4.58	0.693	มากที่สุด
เมื่อมีอาการหายใจลำบาก จมูกไม่ได้กลิ่น ลิ้น ไม่รับรส ควรกักตัว 14 วัน แล้วทำการ ตรวจหาเชื้อ	0.667	4.54	0.714	มากที่สุด
การออกไปข้างนอกบ้าน / ที่สาธารณะ สามารถติดเชื้อได้ตลอดเวลา	0.672	4.49	0.708	มาก
การพูดคุยหรือใกล้ชิดกับผู้ที่ติดเชื้อไวรัส Covid-19 ทำให้มีโอกาสติดเชื้อสูง	0.647	4.48	0.697	มาก

ตารางที่ 3 (ต่อ)

องค์ประกอบหลัก	Factor loading	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
2. ด้านสุขอนามัย (Eigenvalues = 1.939 และร้อยละความแปรปรวน = 21.540)				
อาบน้ำสระผมทันทีเมื่อกลับมาจากทำกิจกรรมข้างนอก	0.542	3.95	1.089	ปานกลาง
ออกกำลังกายเป็นประจำ	0.545	3.89	1.029	ปานกลาง
ตรวจสอบสุขภาพประจำปีอยู่เสมอ	0.545	3.87	0.981	ปานกลาง
สวมใส่หน้ากากอนามัยบ่อยครั้งแม้อยู่ที่บ้าน	0.593	3.73	1.211	ปานกลาง
3. ด้านประโยชน์ของวัคซีน (Eigenvalues = 1.007 และร้อยละความแปรปรวน = 11.183)				
วัคซีนไม่ได้ช่วยป้องกันการติดเชื้อ	- 0.115	4.96	0.974	มากที่สุด
วัคซีนช่วยลดอัตราเสี่ยงการเสียชีวิต	0.178	4.47	0.748	มาก
วัคซีนช่วยลดความรุนแรงของผู้ติดเชื้อ	0.165	4.47	0.732	มาก
วัคซีนช่วยลดการแพร่ระบาดของโรค	- 0.058	4.17	2.791	มาก
4. ด้านความเสี่ยงต่อการติดเชื้อ (Eigenvalues = 0.871 และร้อยละความแปรปรวน = 9.676)				
สวมใส่หน้ากากอนามัยอย่างผิดวิธี / นำไปไว้ใต้จมูก / ถอดลงมาไว้ที่คาง	- 0.040	3.08	1.350	ปานกลาง
มักใช้มือสัมผัส หรือ แคะ แกะ เกา บริเวณใบหน้าเป็นประจำ	- 0.002	3.04	1.237	ปานกลาง
ไม่ได้ล้างมือก่อนหยิบจับหรือรับประทาน	0.033	2.87	1.357	ปานกลาง
รับประทานอาหารบ่อยครั้ง	- 0.018	2.67	1.491	ปานกลาง
ใช้หน้ากากอนามัยซ้ำติดต่อกันตั้งแต่ 2 วันขึ้นไป	- 0.018	2.67	1.491	ปานกลาง
5. ด้านอุปสรรคต่อการฉีดวัคซีน (Eigenvalues = 0.750 และร้อยละความแปรปรวน = 8.338)				
ผู้ที่เคยติดเชื้อ จะฉีดวัคซีนได้ หลังจากหาย 1-3 เดือน	- 0.018	4.32	0.784	มาก
ผู้ที่มีความดันสูงควรนั่งพักให้อาการดีขึ้นก่อนฉีดวัคซีน	0.014	4.32	0.716	มาก
ไม่สามารถเลือกวัคซีนที่ต้องการเองได้	0.153	4.15	0.878	มาก
การลงทะเบียนฉีดวัคซีนมีความซับซ้อนเข้าใจยากและไม่ทั่วถึง	- 0.079	4.14	0.864	มาก

สรุปผล ผู้วิจัยพิจารณาจำนวนองค์ประกอบจากค่าความแปรปรวนของตัวแปร (Eigenvalues) ที่มากกว่า 0.50 ทำให้ได้องค์ประกอบทั้งหมด 5 องค์ประกอบ โดยมีรายละเอียดดังนี้ องค์ประกอบที่ 1 ด้านโอกาสการติดเชื้อ มีค่า Eigenvalues เท่ากับ 2.371 ซึ่งประกอบไปด้วย 4 คำถามที่ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจเข้ารับการฉีดวัคซีนป้องกันโรคระบาดโควิด-19 (COVID-19) ของผู้สูงอายุ ร้อยละ 26.341 (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของคำถาม 4 ข้อ ภายหลังการหมุนแกนอโรทอนอล ด้วยวิธีการแวนแมกซ์มีค่าอยู่ระหว่าง 0.604 – 0.755) องค์ประกอบที่ 2 ด้านสุขอนามัย มีค่า Eigenvalues เท่ากับ 1.939 ซึ่งประกอบไปด้วย 4 คำถามที่ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจเข้ารับการฉีดวัคซีนป้องกันโรคระบาดโควิด-19 (COVID-19) ของผู้สูงอายุ ร้อยละ 21.540 (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของคำถาม 4 ข้อ ภายหลังการหมุนแกนอโรทอนอล ด้วยวิธีการแวนแมกซ์มีค่าอยู่ระหว่าง 0.503 – 0.736) องค์ประกอบที่ 3 ด้านประโยชน์ของวัคซีน มีค่า Eigenvalues เท่ากับ 1.007 ซึ่งประกอบไปด้วย 4 คำถามที่ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจเข้ารับการฉีดวัคซีนป้องกันโรคระบาดโควิด-19 (COVID-19) ของผู้สูงอายุ ร้อยละ 11.183 (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของคำถาม 4 ข้อ ภายหลังการหมุนแกนอโรทอนอล ด้วยวิธีการแวนแมกซ์มีค่าอยู่ระหว่าง 0.402 – 0.833) องค์ประกอบที่ 4 ด้านความเสี่ยงต่อการติดเชื้อ มีค่า Eigenvalues เท่ากับ 0.871 ซึ่งประกอบด้วย 4 คำถามที่ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจเข้ารับการฉีดวัคซีนป้องกันโรคระบาดโควิด-19 (COVID-19) ของผู้สูงอายุ ร้อยละ 9.676 (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของคำถาม 4 ข้อ ภายหลังการหมุนแกนอโรทอนอล ด้วยวิธีการแวนแมกซ์มีค่าอยู่ระหว่าง 0.371 – 0.855) และองค์ประกอบที่ 5 ด้านอุปสรรคต่อการฉีดวัคซีน มีค่า Eigenvalues เท่ากับ 0.750 ซึ่งประกอบไปด้วย 4 คำถามที่ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจเข้ารับการฉีดวัคซีนป้องกันโรคระบาดโควิด-19 (COVID-19) ของผู้สูงอายุ ร้อยละ 8.338 (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของคำถาม 4 ข้อ ภายหลังการหมุนแกนอโรทอนอล ด้วยวิธีการแวนแมกซ์มีค่าอยู่ระหว่าง 0.354 – 0.874)

ตารางที่ 4 การจัดกลุ่มผู้สูงอายุที่ตระหนักรู้ต่อการฉีดวัคซีนป้องกันโรคระบาดโควิด-19 (COVID-19) ในเขตบางแค ตามค่า Final Cluster Centers

ปัจจัย	กลุ่ม	
	ผู้สูงอายุที่คำนึงถึงความรุนแรงของเชื้อไวรัส Covid-19	ผู้สูงอายุที่คำนึงถึงประสิทธิภาพของวัคซีน
1. ด้านโอกาสการติดเชื้อ	1.45	- 0.42
2. ด้านสุขอนามัย	0.78	- 1.17
3. ด้านประโยชน์ของวัคซีน	- 0.03	13.78
4. ด้านความเสี่ยง	1.89	- 1.29
5. ด้านอุปสรรคต่อการรับวัคซีน	0.64	- 0.03
จำนวนคน (ร้อยละ)	399 (99.75)	1 (0.25)

จากตารางที่ 4 ผลการจัดกลุ่มผู้สูงอายุที่ตระหนักรู้ต่อการฉีดวัคซีนป้องกันโรคระบาดโควิด-19 (COVID-19) ด้วยวิธีวิเคราะห์กลุ่มแบบ K-Means โดยนำค่าปัจจัยคะแนน (Factor Score) ของทั้ง 5 ปัจจัยสามารถแบ่งกลุ่มจากผู้ตอบแบบสอบถามจากค่า Final Cluster Center ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) ผู้สูงอายุที่คำนึงถึงความรุนแรงของเชื้อไวรัส Covid-19 และ 2) ผู้สูงอายุที่คำนึงถึงประสิทธิภาพของวัคซีน โดยกลุ่ม

ผู้สูงอายุที่คำนึงถึงความรุนแรงของเชื้อไวรัส Covid-19 มีจำนวน 399 คน (ร้อยละ 99.75) และกลุ่มผู้สูงอายุที่คำนึงถึงประสิทธิภาพของวัคซีน มีจำนวน 1 คน (ร้อยละ 0.25)

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง การจำแนกปัจจัยและจัดกลุ่มพฤติกรรมกรรมการตระหนักรู้ต่อการฉีดวัคซีนป้องกันโรคระบาดโควิด-19 ของผู้สูงอายุในเขตบางแค สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การตระหนักรู้ต่อโรคระบาดโควิด 19 ผลการวิจัยพบว่า ระดับข้อมูลเกี่ยวกับการตระหนักรู้ถึงโรคระบาดโควิด-19 (COVID-19) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และหากพิจารณารายหัวข้อโดยเรียงตามลำดับมากไปหาน้อย พบว่า ด้านความรุนแรงของโรค ด้านโอกาสเสี่ยงต่อการติดเชื้อ ด้านแนวทางการปฏิบัติตน ด้านประโยชน์ของวัคซีน และด้านอุปสรรคต่อการฉีดวัคซีน ตามลำดับ เนื่องด้วยบางคนนั้นเคยติดเชื้อหรืออยู่ใกล้ชิดกับผู้ที่ติดเชื้อมาก่อนบ้างแล้ว จึงทราบถึงอันตรายและความรุนแรงที่จะเกิดขึ้น ซึ่งการที่ผู้สูงอายุหลายคนเคยติดเชื้อ นั้นเป็นเพราะก่อนหน้านี้ยังไม่ทราบถึงสาเหตุการติดเชื้อที่แท้จริง อีกทั้งยังเป็นโรคระบาดใหม่ที่เกิดขึ้น จึงยากแก่การเข้าถึงข้อมูลของโรคเท่าที่ควร โดยปัจจัยด้านการตระหนักรู้ในงานวิจัย แบ่งออกเป็นด้านโอกาสการติดเชื้อไวรัสโควิด-19 กล่าวคือ ผู้สูงอายุรับรู้ได้ว่าการไม่สวมหน้ากากอนามัยพูดคุยกับคนที่ติดเชื้อหรือการใช้มือสัมผัสสิ่งต่าง ๆ โดยไม่ล้างมือก่อนรับประทานอาหาร รวมถึงการพูดคุยกับผู้ติดเชื้อก็เสี่ยงต่อการติดเชื้อได้ ด้านสุขอนามัย กล่าวคือ เมื่ออยู่ใกล้ชิดผู้ป่วยหรืออยู่ในพื้นที่เสี่ยงจะต้องทำการกักตัวเพื่อตรวจหาเชื้อและอยู่ห่างจากผู้อื่นจนแน่ใจว่าหายดี หรือมั่นใจว่าไม่ติดเชื้อ หมั่นออกกำลังกายและตรวจสุขภาพอยู่เสมอ ด้านความเสี่ยงต่อการติดเชื้อ กล่าวคือ ผู้สูงอายุทราบว่าป็นวัยที่มีอัตราเสี่ยงต่อการเสียชีวิตมากที่สุด ทั้งที่เกิดจากอาการของโรคโดยตรง รวมถึงอาการข้างเคียงจากโรคประจำตัวที่มีร่วมอยู่ด้วย ด้านประโยชน์ของวัคซีน ก็ยังทราบว่าวัคซีนเป็นตัวช่วยลดอัตราความรุนแรงและการเสียชีวิตได้ และด้านอุปสรรคต่อการรับวัคซีน ทราบว่าหากมีความดันสูงอยู่ ณ ขณะนั้น จึงไม่สามารถรับบริการวัคซีนได้ สอดคล้องกับ ภัณฑุญญาค ประทุมขมภู (2559) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยแรงจูงใจในการป้องกันโรคที่มีผลต่อการรับบริการฉีดวัคซีนใช้ขวดใหญ่ในผู้สูงอายุ ที่พบว่ามีมากถึงร้อยละ 69.9 ที่ผู้สูงอายุนั้นมีการรับรู้ถึงโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดโรคใช้ขวดใหญ่อยู่ในระดับที่สูง และมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการป้องกันโรคใช้ขวดใหญ่ ร้อยละ 60.2 อีกทั้งยังกล่าวอีกว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองในการป้องกันโรคนั้นมีความสัมพันธ์ต่อการรับบริการวัคซีนใช้ขวดใหญ่ ซึ่งเป็นที่ยืนยันได้อีกว่า การตระหนักรู้และการรับรู้ความสามารถของตนเองนั้น เป็นอีกปัจจัยที่สำคัญในการรับมือกับโรคระบาดได้ทุกชนิด ซึ่งจะไปสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไมตรี ธนประสิทธิ์ พัฒนา (2561) ในเรื่อง ผลของโปรแกรมการส่งเสริมความรู้และความตระหนักรู้เกี่ยวกับการป้องกันโรคพิษสุนัขบ้าของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ตำบลหนองตาก อำเภอบึงน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี ที่ได้ทำการทดสอบโปรแกรมกับตัวอย่างด้วยสถิติ Independent t-test และ Paired t-test แล้วพบว่า กลุ่มทดลองนั้นต่างมีพฤติกรรมกรรมการตระหนักรู้ และมีแนวทางต่อการป้องกันโรคพิษสุนัขบ้าได้เป็นอย่างดี นำไปต่อยอดในการพัฒนาความรู้แก่คนในชุมชนต่อไปได้ และอีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาภรณ์ วงษ์ (2564) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน จังหวัดสุโขทัย ที่กล่าวไว้ว่า ปัจจัยของการรับรู้โอกาสเสี่ยงต่อการเกิดโรค และการรับรู้ประโยชน์ของการปฏิบัติตน เพื่อป้องกันในการเกิดโรค เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และตัวอย่างที่ทำการศึกษานั้น ส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรมกรรมการป้องกันโรคอยู่ในระดับสูง ถึงร้อยละ 89.60

2. พฤติกรรมการป้องกันโรคระบาดโควิด-19 ผลการวิจัยพบว่า ระดับข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการป้องกันโรคระบาดโควิด-19 (COVID-19) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และหากพิจารณารายหัวข้อโดยเรียง

ตามลำดับมากไปหาน้อย พบว่า ด้านการป้องกันการติดเชื้อ ด้านสุขอนามัย ด้านการดูแลสุขภาพ และด้านความเสี่ยงต่อการติดเชื้อ ตามลำดับ เนื่องจากจากปัจจัยองค์ประกอบของการตระหนักรู้ทั้งหมดในงานวิจัยนี้ได้ถูกนำมาทำการจัดเป็นกลุ่ม ๆ เพื่อแสดงว่าผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมตระหนักรู้ต่อโรคโควิด-19 นี้อย่างไร จึงจะมีผลต่อการฉีดวัคซีนป้องกันโรค โดยจะแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้สูงอายุที่คำนึงถึงความรุนแรงของเชื้อไวรัสโควิด-19 พบว่า ส่วนใหญ่มีมากถึง ร้อยละ 99.75 ที่มักจะคำนึงและให้ความสำคัญต่อความรุนแรง อันตรายของเชื้อ การแพร่ระบาดอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้สูงอายุส่วนใหญ่เป็นกังวลต่อความเสี่ยงในการติดเชื้อ และอีกร้อยละ 0.25 คือ กลุ่มผู้สูงอายุที่คำนึงถึงประสิทธิภาพของวัคซีน การได้รับบริการของวัคซีนที่มีคุณภาพ วัคซีนที่ช่วยลดอัตราการเสียชีวิตจากการติดเชื้อได้ รวมถึงวัคซีนที่มีความปลอดภัย หรือเกิดผลข้างเคียงน้อยที่สุด ซึ่งที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ต่างเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้ผู้สูงอายุตัดสินใจฉีดวัคซีนได้ง่ายขึ้น และมีความต้องการฉีดวัคซีนมากขึ้น อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ บวรลักษณ์ ขจรฤทธิ์ และ บุญกา ปันฑุรอำพร (2563) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจฉีดวัคซีนป้องกันโควิด-19 ของประชากรในจังหวัดสมุทรปราการ ที่ได้ระบุว่า ปัจจัยส่วนบุคคลในด้านของเพศ อายุ ระดับการศึกษา หรืออาชีพที่แตกต่างกันนั้นไม่ได้ส่งผลต่อการตัดสินใจฉีดวัคซีนป้องกันโรคโควิด-19 ต่างกันไป แต่ปัจจัยทางด้านทัศนคติต่อโรค โควิด-19 ด้านประสิทธิภาพของวัคซีน และความปลอดภัยของวัคซีนนั้นจะมีผลต่อการตัดสินใจฉีดวัคซีนป้องกันโรคโควิด-19 ที่แตกต่างกันไป นอกจากนี้ใกล้เคียงกับงานวิจัยของ นภษา สิงห์วีธรรม และคณะ (2565) เรื่อง ความเต็มใจยอมรับและความเต็มใจที่จะจ่ายเงินการได้รับการฉีดวัคซีนกระตุ้นซ้ำป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่กล่าวว่า ร้อยละ 86.38 มีความต้องการรับวัคซีนโควิด-19 ความเต็มใจยอมรับการฉีดวัคซีน ร้อยละ 66.72 และมีเพียงร้อยละ 8.22 ที่ไม่เต็มใจยอมรับวัคซีน โดยปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจยอมรับวัคซีน เช่น ความตั้งใจฉีดวัคซีน ความมั่นใจของประสิทธิภาพของวัคซีน ทัศนคติต่อการฉีดวัคซีน ประวัติการที่เคยได้รับวัคซีนชนิดอื่น ๆ มาก่อน ส่วนปัจจัยของความเต็มใจที่จะจ่ายเงินรับวัคซีน เช่น ประสิทธิภาพในการป้องกันไม่ให้เกิดความรุนแรงจากการติดเชื้อ และความปลอดภัยของวัคซีน แล้วยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพรัช สงคราม และคณะ (2563) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความต้องการวัคซีนโควิด-19 และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพร้อมของบุคลากรสาธารณสุขในการบริการวัคซีนโควิด-19 จังหวัดขอนแก่น พบว่า ตัวอย่างที่ทำการศึกษามีความต้องการฉีดวัคซีนโควิด-19 มากถึงร้อยละ 81.7 จากการใช้ระบบเครือข่ายสถานบริการการวิเคราะห์ความพร้อมในการบริการวัคซีน ซึ่งผู้รับบริการนั้นมีความรู้และการปฏิบัติในระดับดีมาก ส่วนด้านผู้ให้บริการวัคซีนนั้นมีสมรรถนะด้านทักษะในระดับที่มาก ร้อยละ 12.3

3. การเตรียมตัวก่อนการฉีดวัคซีนป้องกันโรคระบาดโควิด-19 ผลการวิจัยพบว่า ระดับข้อมูลเกี่ยวกับการเตรียมตัวก่อนการฉีดวัคซีนป้องกันโรคระบาดโควิด-19 (COVID-19) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และหากพิจารณารายหัวข้อโดยเรียงตามลำดับมากไปหาน้อย พบว่า ท่านทราบข่าวการฉีดวัคซีนจากโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยู ท่านได้รับการพักผ่อนเพียงพอ 6-8 ชั่วโมงก่อนมาฉีดวัคซีน ท่านเตรียมน้ำมาดื่มสำหรับการฉีดวัคซีนนี้ ท่านทราบข่าวการฉีดวัคซีนจากสื่อออนไลน์ เช่น Facebook YouTube Line Instagram etc. ท่านสวมเสื้อที่เหมาะสมสามารถฉีดวัคซีนได้ง่าย ไม่ลำบากในการถอดออก ท่านได้ศึกษาหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการฉีดวัคซีน หรือถามผู้ที่เคยมาฉีด ท่านไปพบแพทย์ทันทีเมื่อมีอาการไอ เป็นไข้ และเจ็บคอ ท่านศึกษาเส้นทางเดินทางของสถานที่ที่มาฉีดวัคซีน ท่านศึกษาขั้นตอนหรือวิธีการเข้ารับการฉีดวัคซีนมาก่อน ท่านปรึกษาแพทย์/ เข้ารับการรักษา/ ตรวจสอบสุขภาพอยู่เป็นประจำ ท่านทราบอยู่ก่อนแล้วว่า ท่านจะได้รับวัคซีนชนิดใด ท่านได้วัดความดันก่อนมาฉีดวัคซีน ท่านทานยาโรคประจำตัวก่อนมาฉีดวัคซีน และท่านงดชากาแฟ เครื่องดื่มชูกำลังก่อนเข้ารับการฉีดวัคซีน ตามลำดับ เนื่องจากการดื่มชา กาแฟ เครื่องดื่มชูกำลังทำให้เกิดความดันโลหิตสูง เมื่อความดันโลหิตสูงจะไม่สามารถรับวัคซีนได้ เพราะหลังจากรับวัคซีนร่างกายอาจ

ตอบสนองต่อเชื้อในวัคซีนที่ได้รับทำให้หัวใจเต้นแรงขึ้น จนความดันโลหิตสูงขึ้น เป็นอันตรายต่อหัวใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของซุติมา บุญทวี. (2565) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจฉีดวัคซีนป้องกัน โควโรนา ไวรัส (COVID-19) เข็มกระตุ้นของบุคลากรกลุ่มงานพยาบาลโรงพยาบาลตำรวจพบว่า ร้อยละ 95.10 มีความยินดีหรือตั้งใจเข้ารับการฉีดวัคซีนป้องกันโคโรนาไวรัสเข็มกระตุ้น โดยมีการรับรู้ความเสี่ยงการติดเชื้อโควิดเพื่อป้องกันโรครุนแรงที่สุด และรับรู้ความปลอดภัยและผลข้างเคียงของวัคซีน Covid 19 น้อยที่สุด การวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติกแบบทวิ พบว่า ปัจจัยการตัดสินใจฉีดวัคซีนเข็มกระตุ้น อย่างน้อย 1 ปัจจัย คือ การรับรู้เชิงสังคมเกี่ยวกับวัคซีนป้องกันโคโรนาไวรัสเข็มกระตุ้นส่งผลต่อเจตจำนงการเข้ารับการฉีดวัคซีนป้องกันโคโรนาไวรัสเข็มกระตุ้นของบุคลากร โรงพยาบาลตำรวจ และสอดคล้องกับงานวิจัยของสาโรจน์ นาจจุ (2564) ที่ศึกษาพฤติกรรมการป้องกันตนเองจากการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมการป้องกันตนเองจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมปฏิบัติในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยพฤติกรรมปฏิบัติสูงสุดในระดับมากที่สุด คือหากท่านรู้ว่าใกล้ชิดผู้ป่วยยืนยันติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ท่านจะแยกกักตัวและสังเกตอาการ 14 วัน รองลงมาคือ การใส่หน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าตลอดเวลาเมื่อออกนอกบ้านตามลำดับ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากงานวิจัยจะเห็นได้ว่าตัวอย่างที่ทำการศึกษาเป็นกลุ่มผู้สูงอายุทั้งหมด ทำให้ผู้วิจัยมักพบปัญหาขั้นต้นจากการเก็บข้อมูล คือ ผู้สูงอายุบางคนไม่สามารถทำแบบสอบถามได้ด้วยตนเอง แนวทางแก้ไขจึงใช้วิธีการอ่าน และอธิบายโดยใช้คำหรือภาษาที่ทำให้เข้าใจง่ายในแต่ละข้อคำถามให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจ และให้ข้อมูลอย่างถูกต้องและตรงประเด็น

2. ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ที่ทำการศึกษาในงานวิจัยนี้ มักจะคำนึงถึงเรื่องของความรุนแรงของเชื้อไวรัสที่ก่อให้เกิดโรคเป็นส่วนใหญ่ จึงควรมีการสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องของสาเหตุการติดเชื้อ แนวทางการป้องกันต่อโรครุนแรง และการเสริมสร้างสุขภาพที่ดี ซึ่งแผนการตลาดทางตรงที่ทำให้เข้าถึงกลุ่มผู้สูงอายุได้ง่ายนั้น สามารถทำได้โดยการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยูทูปไปถึงช่องทางออนไลน์ด้วย เนื่องจากผู้สูงอายุบางคนมีความรู้และใช้สื่อออนไลน์กันมากขึ้น โดยสร้างคลิปวีรลที่สร้างสรรค์ ให้ความรู้และแนวทางการป้องกันโรค ประสิทธิภาพของวัคซีนชนิดต่าง ๆ ทั้งการจัดสรรปริมาณของวัคซีน รวมถึงคุณภาพการป้องกันความรุนแรงของโรค ให้สามารถนำความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์มากที่สุดผ่านภาษาที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน แล้วไม่เพียงแต่กลุ่มผู้สูงอายุเพียงกลุ่มเดียว ควรมีแนวทางสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับเยาวชน และประชาชนทั่วไป ซึ่งเป็นการตลาดทางอ้อมให้กับผู้สูงอายุได้อีกทางหนึ่ง เพราะเมื่อลูกหลานเกิดการรับรู้ มีความเข้าใจ จึงสามารถเกิดการบอกต่อหรือเตือนภัยให้กับผู้สูงอายุได้อีกด้วย

3. ปัจจัยองค์ประกอบหลักต่าง ๆ ที่ได้จากงานวิจัย สามารถนำไปใช้เป็นฐานข้อมูลเพื่อให้เกิดสาธารณประโยชน์ได้อีกหลาย ๆ ด้าน เช่น ให้ทางภาครัฐหรือเอกชน อย่างกระทรวงสาธารณสุข โรงพยาบาล รวมถึงสถานบริการสาธารณสุขต่าง ๆ ไปใช้ในการให้ความรู้ กำหนดกฎเกณฑ์หรือสร้างมาตรการป้องกันการติดเชื้อได้อย่างถูกต้องและทั่วถึง จัดทำแผนยุทธศาสตร์แนวทางป้องกันโรครุนแรงที่เกิดขึ้นในตอนนี้และภายภาคหน้า ศึกษาเพิ่มเติมในด้านของผลกระทบที่มีผลต่อการดำเนินชีวิต เพื่อที่จะสร้างระบบในการพัฒนาและฟื้นฟูสภาพจิตใจ สภาพสังคมและเศรษฐกิจของประเทศต่อไป

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพหรือข้อมูลเชิงลึก เพื่อให้ทราบถึงสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายรับรู้ หรือความต้องการที่แท้จริง จึงสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในกระบวนการทำงานของหน่วยงานต่างๆ หรือพัฒนาปรับปรุงระบบการสื่อสารทางการตลาดให้ดีขึ้น
2. ควรทำการศึกษาโดยใช้ปัจจัยหลักอื่น ๆ เช่น การเรียนรู้หรือการปรับตัวในยุคโควิด หรือการนำปัจจัยที่ได้จากงานวิจัยไปประยุกต์ใช้ในเรื่องของการตัดสินใจฉีดวัคซีนป้องกันโรคโควิด-19 เป็นต้น
3. ควรทำการสำรวจกับกลุ่มผู้สูงอายุในเขตพื้นที่อื่น ๆ หรือกับกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ เช่น ผู้ที่เคยติดเชื้อแล้ว หรือผู้พิการด้านต่าง ๆ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง.

- กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. (2564). *แนวทางการป้องกันและควบคุมโรคไวรัสโคโรนา 2019 สำหรับประชาชน*. นนทบุรี: กระทรวงสาธารณสุข.
- _____. (2564). *รายงานโรคไวรัสโคโรนา 2019*. นนทบุรี: กระทรวงสาธารณสุข
- กัญญาภัค ประทุมขมภู. (2559). *ปัจจัยแรงจูงใจในการป้องกันโรคที่มีผลต่อการรับบริการฉีดวัคซีนไข้วัดใหญ่ในผู้สูงอายุ ตำบลแสนสุข อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา).
- ชุตินา บุญทวี. (2565). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจฉีดวัคซีนป้องกัน โควิด-19* (COVID-19) *เพิ่มกระดุนของบุคลากรกลุ่มงานพยาบาลโรงพยาบาลตำรวจ*. *วารสารวิจัยเพื่อการส่งเสริมสุขภาพและคุณภาพชีวิต*, 2(2), 49-60.
- นภษา สิงห์วีระธรรม เพ็ญญา ศรีหรั่ง อรุณช ทองจันดี วุฒิกุล ธนากาญจนภักดี อัจฉรา คำมะทิติย์ และกิตติพร เนาว์สุวรรณ. (2565). *ความเต็มใจยอมรับและความเต็มใจที่จะจ่ายเงินการได้รับการฉีดวัคซีนกระตุ้นซ้ำป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019*. สืบค้นจาก <https://kb.hsri.or.th/dspace/handle/11228/5547?locale-attribute=th>
- บวรลักษณ์ ขจรฤทธิ์ และบุญกา ปันทุรอำพร. (2563). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจฉีดวัคซีนป้องกันโควิด-19 ของประชากรในจังหวัดสมุทรปราการ*. สืบค้นจาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/sun18/6214070058.pdf>
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2520). *ทัศนคติ: การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิชย์.
- ปัทสนันท์ ฆมนันท์. (2561). *พฤติกรรม การ เปิด รับ ทัศนคติ และ กระบวนการ ตัดสินใจ ท่องเที่ยวตามแฮชแท็ก ท่องเที่ยวบน ทวิตเตอร์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ไพรัชฌ์ สงคราม จักรสันต์ เลยหยุด พรธนิภา ไชยรัตน์ มิ่งขวัญ ภูหงษ์ทอง ชัญญุรักษ์ นกศักดา และวิราสินี สีสงคราม. (2564). *ความต้องการวัคซีนโควิด-19 และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพร้อมของบุคลากรสาธารณสุขในการบริการวัคซีนโควิด-19 จังหวัดขอนแก่น*. *วารสารวิชาการสาธารณสุข*, 30(ฉบับเพิ่มเติม 2 กรกฎาคม - สิงหาคม 2564), 199-207.
- ไมตรี ธนประสิทธิ์พัฒนา. (2561). *ผลของโปรแกรมการส่งเสริมความรู้และความตระหนักเกี่ยวกับการป้องกันโรคพิษสุนัขบ้าของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ตำบลหนองตาตอง อำเภอโป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี*. จันทบุรี: สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดจันทบุรี.
- วิชัย วงษ์ใหญ่. (2525). *พัฒนาหลักสูตรการสอน*. *มิติใหม่* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

- ศิริพร วาณะศิริ. (2560). คลิปสอนเซอร์กับการเปิดรับข่าวสารที่คนคิด และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ความงาม:กรณีศึกษา
ปีวดีบล็อกเกอร์ Mayr. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- สาโรจน์ นาคจุ. (2564). พฤติกรรมการป้องกันตนเองจากการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของ
ประชาชน ใน กรุงเทพมหานคร. *The Journal of Pacific Institute of Management Science
(Humanities and Social Science)*, 7(3), 151-160.
- สุภาภรณ์ วงธิ. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของ
อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน จังหวัดสุโขทัย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ,
มหาวิทยาลัยรัตนนคร).
- สร้อยตระกูล (ติวยานนท์) อรรถมานะ. (2541). *พฤติกรรมองค์การ : ทฤษฎีและการประยุกต์*.
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. (3rded). New York: John Wiley & Sons.
- Wongratana, C. (2010). *Techniques for using statistics for research*. Nontaburi: Thainiramitkij
Infographic.

ผลการจัดการเรียนรู้เชิงรุกที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาหน้าที่พลเมือง
ในชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนบ้านห้วยโรงนอก
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1

ศุภศิษฏ์ ทองคำ^{1*}, นภาพรณ ธัญญา², วรญา ภูเสตวงษ์³ และ อติศร ศิริ⁴

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาหลักสูตรและการสอน, มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

^{2,3}ผู้ช่วยศาสตราจารย์, สาขาหลักสูตรและการสอน, มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

⁴ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

THE EFFECT OF ACTIVE LEARNING MANAGEMENT ON LEARNING ACHIEVEMENT
IN THE CIVICS COURSE OF PRATHOMSUKSA 3 STUDENTS AT BANHUI RONGNOK
SCHOOL UNDER OF THE PHRAE PRIMARY EDUCATIONAL SERVICE AREA OFFICE 1

Suphasit Thongkham^{1*}, Napaporn Tunya² Waraya Phusetwong³ and Adisorn Siri⁴

¹Master's Degree Student of Curriculum and Instruction, Western University

^{2,3}Assistant Professor, Curriculum and Instruction, Western University

⁴Assistant Professor, Faculty of Education, Prince of Songkla University, Pattani Campus

*Corresponding Author. E-mail: suphasit.t2541@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received) 22 เมษายน 2566

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 25 มิถุนายน 2566

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 5 กรกฎาคม 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 กับเกณฑ์ปกติ และ 2) ศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนในชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้เชิงรุกในรายวิชาหน้าที่พลเมือง โรงเรียนบ้านห้วยโรงนอก สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2565 จำนวน 30 คน โดยได้มาโดยการสุ่มแบบกลุ่ม เครื่องมือการวิจัย ได้แก่ แผนการจัดการเรียนรู้เชิงรุก แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน แบบสังเกตพฤติกรรม และแบบสอบถามความพึงพอใจ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติทดสอบ t-test ผลการวิจัยพบว่า 1) ได้แนวทางในการจัดการเรียนรู้เชิงรุกที่การสนับสนุนปรัชญาทฤษฎีและแนวคิดการจัดการเรียนรู้ที่สามารถนำไปใช้ในการจัดการเรียนรู้ได้จริง โดยมีสาระสำคัญ 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) หลักการของรูปแบบ 2) จุดมุ่งหมายของรูปแบบ 3) กระบวนการจัดการเรียนรู้ 4) เนื้อหาสาระการเรียนรู้ 5) การวัดและประเมินผล การเรียนรู้ และประสิทธิภาพของแผนการจัดการเรียนรู้ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.64$) และนักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โดยการเรียนรู้เชิงรุกของรายวิชาหน้าที่พลเมือง หลังเรียนสูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 70 อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 2) ระดับความพึงพอใจของนักเรียนในชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้เชิงรุกในรายวิชาหน้าที่พลเมือง ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.50$)

คำสำคัญ: การจัดการเรียนรู้เชิงรุก ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โรงเรียนบ้านห้วยโรงนอก

Abstract

The purposes of this research were to study 1) compare the learning achievement before and after learning in the civics course of Prathomsuksa 3 students and 2) the satisfaction toward active learning of Prathomsuksa 3 students at BanHuai RongNok School under the Phrae Primary Educational Service Area Office 1. The samples were 30 students in the second semester, the academic year 2022, obtained by cluster random sampling. The research instruments were 6 lesson plans based on active learning, an achievement test, a learning behaviour observation form and a satisfaction toward learning questionnaire. The statistics employed for data analysis were mean, standard deviation, and t-test. The results were as follows: 1) A proactive approach to learning management that supports philosophy, theory and concepts of learning management that can be applied in real active learning; A 5-components of instruction at model consisted of; 1) the principles of the model 2) the objectives of the model 3) the learning management process 4) the learning content, 5) measurement and evaluation of learning. The model revealed overall efficacy at the highest level ($\bar{X} = 4.64$) and The learners revealed learning achievement for the civics course of Prathomsuksa 3 students after learning at the percentage of 70 and revealed the statistical significance at the .05 level. The students' satisfaction toward based on active learning was at a high level ($\bar{X} = 4.50$)

Keywords: Active Learning Management, Achievement, Ban Huai Rong Nok School

บทนำ

ปัจจัยในการพัฒนาการศึกษาที่มีหลายประการด้วยกัน แต่ปัจจัยแรกที่ต้องคำนึงถึงคือผู้สอน เพราะผู้สอนเป็นผู้ที่อยู่ใกล้ชิดกับนักเรียนที่สุด ดังนั้นการพัฒนาผู้สอนให้มีคุณภาพจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาประเทศไทยได้เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาผู้สอนตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ดังที่ปรากฏในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 มาตราที่ 81 ได้กล่าวว่า รัฐต้องจัดการศึกษาอบรมและสนับสนุนให้เอกชนจัดการศึกษาอบรมให้เกิดความรู้คู่คุณธรรม โดยเฉพาะการพัฒนารูปแบบวิธีการจัดการเรียนการสอนเป็นเรื่องที่สำคัญที่การศึกษาไทยจะต้องสร้างระบบความรับผิดชอบ (Accountability) ให้เกิดขึ้นกับการจัดการเรียนรู้ อาทิ การปรับหลักสูตร สื่อการสอนและการพัฒนาครูผู้สอนให้สอดคล้องกับบริบทของศตวรรษที่ 21 สอดคล้องกับในแต่ละกลุ่มสาระการเรียนรู้ได้กำหนดมาตรฐานการเรียนรู้เป็นเป้าหมายสำคัญของการพัฒนาคุณภาพนักเรียน มาตรฐานการเรียนรู้ระบุสิ่งที่นักเรียนพึงรู้และปฏิบัติได้ และมีคุณลักษณะอันพึงประสงค์อย่างไร เมื่อจบการศึกษาขั้นพื้นฐาน นอกจากนั้นมาตรฐานการเรียนรู้ยังเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนพัฒนาการศึกษาทั้งระบบ เพราะมาตรฐานการเรียนรู้จะสะท้อนให้ทราบว่าต้องการอะไร จะสอนอย่างไร และประเมินอย่างไร รวมทั้งเป็นเครื่องมือในการตรวจสอบเพื่อการประกันคุณภาพการศึกษาโดยใช้ระบบการประเมิน คุณภาพภายในและการประเมินคุณภาพภายนอก ซึ่งรวมถึงการทดสอบระดับเขตพื้นที่การศึกษา และการทดสอบระดับชาติ

ด้วยเหตุนี้จึงเป็นหน้าที่สำคัญครูผู้สอนและผู้ที่มีสอนเกี่ยวข้องที่จะต้องพัฒนานักเรียนให้มีกระบวนการคิดในการเรียนรู้ โดยการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนแบบเชิงรุก (Active Learning) ที่เน้นนักเรียนเป็นสำคัญ

ส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพความสำคัญต่อการพัฒนาพฤติกรรมการเรียนรู้และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนที่ผ่านการเรียนการสอนโดยเน้นที่นักเรียนเป็นสำคัญ ซึ่งจะช่วยพัฒนานักเรียนในทุกด้าน ทั้งด้านร่างกาย อารมณ์สังคม สติปัญญา ทั้งด้านความรู้ ทักษะและเจตคติและทั้งด้าน IQ (Intelligence Quotient) และด้าน EQ (Emotional Quotient) ผสมผสานสาระความรู้ด้านต่าง ๆ อย่างได้สัดส่วนสมดุลกันบนพื้นฐานของความหลากหลายในด้านของสังคมพหุวัฒนธรรม (Multicultural Society) สอดคล้องกับ หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน มุ่งพัฒนานักเรียนทุกคน ซึ่งเป็นกำลัง ของชาติให้เป็นมนุษย์ที่มีความสมดุลทั้งด้านร่างกาย ความรู้ คุณธรรม มีจิตสำนึกใน ความเป็นพลเมืองไทยและเป็นพลโลก

การศึกษาสังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรมเป็นการศึกษาเกี่ยวกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของมนุษย์ ลักษณะทางกายภาพและสภาพสิ่งแวดล้อมที่อยู่ล้อมรอบตัวเรา เป็นการเรียนรู้ที่จะสามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพสังคมปัจจุบันได้อย่างมีความสุข ปัญหาที่พบในการจัดการเรียนการสอนรายวิชาสังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม สาระหน้าที่พลเมือง (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551) เนื่องจากเป็นรายวิชาที่มีสาระการเรียนรู้ที่หลากหลาย จึงก่อให้เกิดปัญหาในเรื่องของการทำความเข้าใจในเนื้อหาของผู้เรียน ทำให้ผู้เรียนเกิดความสับสนและเกิดความกังวลในการศึกษาเล่าเรียนในรายวิชานี้ จึงเป็นเหตุที่ส่งผลให้ผลสัมฤทธิ์ในการเรียนไม่ดี นอกจากนี้วิธีการจัดการเรียนรู้ที่กล่าวมาข้างต้นแล้วนั้น ยังมีแนวทางการจัดการเรียนรู้ที่น่าสนใจและอาจพัฒนาความสามารถในการออกแบบการจัดการเรียนการสอนในแต่ละระดับชั้นได้ คือการจัดการจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active learning) เนื่องจากการจัดการจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active learning) เป็นกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่เน้นนักเรียนเป็นสำคัญ โดยผู้สอนจะจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลายและเปิดโอกาสให้นักเรียนได้ลงมือปฏิบัติกิจกรรมด้วยตนเอง ผ่านกระบวนการกลุ่มหรือรายบุคคล ส่งผลให้นักเรียนได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน อีกทั้งนักเรียนได้ใช้กระบวนการคิดขั้นสูง คือ การคิดวิเคราะห์ การคิดสังเคราะห์ และการประเมินค่าจากแนวทางการเรียนรู้ที่เน้นให้นักเรียนได้เรียนรู้จากการลงมือกระทำ (Learning by doing) ทฤษฎีสรคณนิยม (Constructivism) ที่มีมุมมองเกี่ยวกับการเรียนรู้ของนักเรียนว่านักเรียนเป็นผู้สร้างความรู้ด้วยตนเองอย่างกระตือรือร้น (Actively construct their knowledge) และแนวทางการเรียนรู้แบบรวมพลัง (Collaborative learning) ซึ่งเป็นการจัดการเรียนรู้ที่เน้นการเรียนรู้ร่วมมือกันของนักเรียนที่มีเป้าหมายในการทำงานเดียวกัน โดยให้เด็ก เก่งช่วยเหลือเด็กเรียนช้าเพื่อให้บรรลุมาตรฐาน (พิมพ์พันธ์ เดชะคุปต์ และเพยาว์ ยินดี, 2560)

รายงานการประเมินผลการพัฒนาการศึกษาในช่วงปี พ.ศ. 2552-2559 (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560) พบว่า การพัฒนาการศึกษาของประเทศไทยประสบความสำเร็จหลายด้าน แต่มีอีกหลายด้านที่ยังเป็นปัญหาที่ต้องเร่งพัฒนาและปรับปรุงอย่างเร่งด่วนต่อไป เช่น ปัญหาทางด้านคุณภาพของนักเรียน ผู้สอน อาจารย์และบุคลากรทางการศึกษา ซึ่งในส่วนของปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพของครู อาจารย์และบุคลากรทางการศึกษาพบว่าครู/ ผู้สอนขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการสอนเชิงลึก ขาดทักษะการสอนที่หลากหลายขาดทักษะใหม่ ๆ ในการทำหน้าที่ครูยุคใหม่ที่เน้นบทบาทการสอนแบบนักเรียนเป็นศูนย์กลางไม่มีเวลาเตรียมการสอน/ ไม่เตรียมการสอน (ทิศนา แคมมณี, 2557) จากปัญหาคุณภาพของผู้สอน อาจารย์และบุคลากรทางการศึกษาดังกล่าว ส่งผลให้คุณภาพทางการศึกษาของประเทศยังคงมีแนวโน้มต่ำลง ดังจะเห็นได้จากการทดสอบทางการศึกษาระดับชาติขั้นพื้นฐาน (O-NET) ปีการศึกษา 2560 ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โดยนักเรียนต้องทำการทดสอบทั้งสิ้น 5 วิชา ได้แก่ วิชาภาษาไทย วิชาสังคมศึกษา ภาษาอังกฤษ คณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ ผลปรากฏว่าผลคะแนนในทุกวิชามีค่า เฉลี่ยต่ำ กว่าเกณฑ์ทั้งหมด โดยมีคะแนนเฉลี่ยในแต่ละวิชาดังนี้วิชาภาษาไทย ได้คะแนนเฉลี่ย 49.25 วิชาสังคมศึกษา ได้คะแนนเฉลี่ย 34.70 วิชาภาษาอังกฤษได้คะแนนเฉลี่ย 28.31 วิชาคณิตศาสตร์ ได้คะแนนเฉลี่ย 24.53 และวิชาวิทยาศาสตร์ ได้คะแนนเฉลี่ย 29.37 (ไทยรัฐ, 2561) จากสภาพปัญหาดังกล่าวจะเป็นปัญหาใหญ่ของชาติต่อไปในอนาคตเมื่อนักเรียน

เหล่านี้เติบโตเข้าสู่วัยทำงาน ซึ่งรัฐบาลได้ตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาคุณภาพของผู้สอนที่ส่งผลต่อคุณภาพของนักเรียน จึงได้จัดตั้งสถาบันครูพัฒนาขึ้น เพื่อให้เป็นองค์กรระดับชาติทางด้านการพัฒนาผู้สอนและบุคลากรทางการศึกษา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสมรรถนะของผู้สอนและบุคลากรทางการศึกษาให้สามารถสร้างองค์ความรู้ที่ลุ่มลึกด้านการจัดการเรียนรู้ เพื่อนักเรียนเฉพาะสาขา (สถาบันครูพัฒนา, 2560) ซึ่งการจัดตั้งสถาบันครูพัฒนาถือเป็นการปฏิรูปการพัฒนาผู้สอนให้มีสมรรถนะอาชีพสูง สามารถส่งเสริมนักเรียนให้ได้รับการพัฒนาอย่างเต็มตามศักยภาพจนสามารถแข่งขันกับนานาชาติของประเทศได้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาหนังสือเรียนของ สสวท. พบว่า มีการจัดการเรียนการสอน พบว่า ครูผู้สอนจึงใช้การอธิบายและให้นักเรียนทำกิจกรรมผ่านหนังสือเรียน โดยนักเรียนไม่ได้ปฏิบัติจริงด้วยตนเอง ทำให้นักเรียนไม่สามารถวิเคราะห์ แยกแยะว่าข้อมูลมีความสัมพันธ์กันอย่างไร ประกอบกับเนื้อหาเรื่องโครงสร้างโลกยังจะต้องเชื่อมโยงกันทั้งหน่วยการเรียนรู้ของกระบวนการเปลี่ยนแปลงของโลก ถ้านักเรียนไม่เข้าใจตั้งแต่ต้นก็ไม่สามารถต่อยอดกับเนื้อหาถัดไปได้ จึงอาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้นักเรียนไม่สามารถเข้าใจกระบวนการเปลี่ยนแปลงของโลกได้อย่างแท้จริง ทำให้ไม่มีความคงทนในการเรียนรู้ และเกิดการเรียนรู้อย่างไม่มีความหมาย และอีกสาเหตุหนึ่งจากการเรียนการสอนในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานโดยทั่วไปแล้ว จะเห็นได้ว่า การจัดการเรียนการสอนส่วนใหญ่ ครูผู้สอนเป็นฝ่ายรุก (Active) นักเรียนเป็นฝ่ายรับ (Passive) จนทำให้นักเรียนขาดกระบวนการคิดอย่างเป็นระบบ ขาดการฝึกคิดฝึกแก้ปัญหาและขาดการเชื่อมโยงความรู้กับสถานการณ์อื่นๆ หรือถ้าเปรียบเทียบกับอีกอย่างคือ การเรียนการสอนแบบดั้งเดิมเป็นแบบเหยือก ผู้สอนต้องรินน้ำใส่เหยือก ซึ่งสอดคล้องสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (2560) ที่มุ่งเน้นส่งเสริมให้ผู้เรียนเรียนรู้ด้วยตนเอง เรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ทุกเวลา ทุกสถานที่และเรียนรู้ได้จากสื่อการเรียนรู้และแหล่งการเรียนรู้ทุกประเภท รวมทั้งจากเครือข่ายการเรียนรู้ ต่าง ๆ ที่มีอยู่ในท้องถิ่น ชุมชน และแหล่งอื่น ๆ เน้นสื่อที่ผู้เรียนและผู้สอนใช้ศึกษาค้นคว้าหาความรู้ด้วยตนเอง เพราะพลเมืองที่ดี คือ รากฐานของประชาธิปไตย และการสร้างจิตสำนึกประชาธิปไตยก็คือ จิตสำนึกของความเป็นพลเมืองที่ดีนั่นเอง

จากสภาพปัญหาและความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญในการพัฒนาการจัดการเรียนรู้เชิงรุกที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาหน้าที่พลเมืองในชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนบ้านห้วยโรงนอก สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1 เพื่อสร้างและพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้เชิงรุกตลอดจนเป็นต้นแบบให้ครูผู้สอนสามารถนำไปสู่การมีทักษะชีวิตที่ดีที่ส่งผลให้นักเรียนได้พัฒนาผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ด้านความรู้แบบองค์รวมและทักษะด้านปัญญาอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โดยรูปแบบการเรียนรู้อิงรุกของรายวิชาหน้าที่พลเมืองโรงเรียนบ้านห้วยโรงนอก สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1 กับเกณฑ์ปกติ

2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนในชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้เชิงรุกในรายวิชาหน้าที่พลเมือง โรงเรียนบ้านห้วยโรงนอก สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1

กรอบแนวคิดการวิจัย

2.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนบ้านห้วยโรงนอก สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1 ภาคเรียนที่ 2 ปี การศึกษา 2565 จำนวน 85 คน

2.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนบ้านห้วยโรงนอก สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1 ภาคเรียนที่ 2 ปี การศึกษา 2565 จำนวน 30 คนซึ่งได้มาโดยการสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster Random Sampling)

3. ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ การจัดการเรียนรู้เชิงรุกที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาหน้าที่พลเมืองของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนบ้านห้วยโรงนอก สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1

3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่

3.2.1 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 รายวิชาหน้าที่พลเมือง โดยรูปแบบการเรียนรู้เชิงรุก โรงเรียนบ้านห้วยโรงนอก สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1

3.2.2 ความพึงพอใจของนักเรียนในชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้เชิงรุกในรายวิชาหน้าที่พลเมือง โรงเรียนบ้านห้วยโรงนอก สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1

4. ขั้นตอนในการดำเนินวิจัย ผู้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยทำการศึกษาวิเคราะห์เอกสารเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยได้มีการแบ่งขั้นตอนการวิจัยออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาการจัดการเรียนรู้เชิงรุกที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาหน้าที่พลเมืองในชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนบ้านห้วยโรงนอก สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1

ขั้นตอนที่ 3 การตรวจสอบคุณภาพของการจัดการเรียนรู้ที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาหน้าที่พลเมืองในชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนบ้านห้วยโรงนอก สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1

ซึ่งผู้วิจัยได้มีการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม กำหนดเนื้อหา สาระสังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม รายวิชาหน้าที่พลเมืองสอดคล้องกับมาตรฐานและตัวชี้วัดตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2560) ของกระทรวงศึกษาธิการ และผู้วิจัยระยะเวลาที่ใช้ในการทดลองที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นในรายวิชาหน้าที่พลเมืองภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2565 เป็นเวลา 14 สัปดาห์ 6 หน่วยการเรียนรู้ รวมจำนวน 40 ชั่วโมง

5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) แผนการจัดการเรียนรู้การเรียนรู้เชิงรุก 2) แบบทดสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน 3) แบบสังเกตพฤติกรรมของนักเรียน และ 4) แบบประเมินความพึงพอใจของนักเรียน

6. การหาคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบประเมินความเหมาะสม/ สอดคล้องเชิงโครงสร้างของการจัดการเรียนรู้เชิงรุกที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาหน้าที่พลเมืองในชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ที่รวบรวมจากผู้เชี่ยวชาญคำนวณค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) (พรณี ลีกิจวัฒน์, 2558) ได้ค่าเฉลี่ยคะแนนความเหมาะสมระหว่าง (\bar{X})

ระหว่าง 3.80 – 4.60 และเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระหว่าง (SD) 0.55- 0.89 ซึ่งแสดงว่า การจัดการเรียนรู้เชิงรุก สามารถนำไปใช้ทดลองได้ จากนั้นนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องการปรับสำนวนภาษา และตรวจสอบการสะกดคำ อีกครั้งก่อนนำไปใช้

7. การเก็บรวบรวมข้อมูล

จากขั้นตอนการพัฒนาการจัดการเรียนรู้เชิงรุกที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาหน้าที่พลเมือง ในชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ในขั้นตอนที่ 2 การพัฒนา (Development: D1) เป็นการออกแบบและพัฒนา (Design and Development: D & D) (มาเรียม นิลพันธุ์, 2557) ผู้วิจัยพัฒนาและหาประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้เชิงรุก โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ได้แก่ ด้านหลักสูตรและรูปแบบการเรียนการสอน 2 คน ด้านการจัดการเรียนรู้สังคมศึกษา 2 คน และด้านการวัดและประเมินผล 1 คน พิจารณาความเหมาะสม พร้อมทั้งปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพ ตามลำดับ โดยผู้วิจัยดำเนินการประสานงานกับผู้เชี่ยวชาญด้วยตนเอง

8. การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากโครงร่างการจัดการเรียนรู้เชิงรุก โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยในลักษณะของค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของคะแนนข้อมูลความสอดคล้องของการจัดการเรียนรู้เชิงรุกที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาหน้าที่พลเมืองในชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ซึ่งผู้วิจัยนำเสนอในรูปแบบของดัชนีความสอดคล้อง/เหมาะสม มีรายละเอียดดังนี้

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้พัฒนาการจัดการเรียนรู้ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างเพื่อประเมินผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งผู้วิจัยได้แสดงสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน แนวคิดทฤษฎีจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ผลการวิเคราะห์เอกสาร พบว่า เอกสารเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถซึ่งได้ข้อสรุปเกี่ยวกับแนวคิดการจัดการเรียนรู้เชิงรุก เป็นแนวการจัดการเรียนรู้ที่ ได้รับการสนับสนุนด้วยปรัชญาทฤษฎีและแนวคิดการจัดการเรียนรู้ ซึ่งประกอบด้วย 1) ปรัชญาการศึกษาพัฒนาการนิยม 2) ทฤษฎีสรรคนิยม 3) แนวคิดการเรียนรู้แบบรวมพลัง (พิมพันธ์ เดชะคุปต์ และพะเยาว์ ยินดี, 2560) และสังเคราะห์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของรูปแบบการจัดการเรียนรู้เชิงรุก โดยสามารถสรุปสรุปความสัมพันธ์ของกระบวนการสร้างรูปแบบการจัดการเรียนรู้เชิงรุกที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาหน้าที่พลเมืองในชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ดังแสดงในแผนภาพที่ 2

ภาพที่ 2 องค์ประกอบที่สำคัญในการพัฒนาการจัดการเรียนรู้เชิงรุก

ขั้นตอนที่ 2 ผลการพัฒนาการจัดการเรียนรู้เชิงรุกที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาหน้าที่พลเมือง ในชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนบ้านห้วยโรงนอกสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1 โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

2.1 ผลการพัฒนาการจัดการเรียนรู้เชิงรุก พบว่า แผนการจัดการเรียนรู้เชิงรุกที่พัฒนาขึ้นแล้วนำมาตรวจสอบคุณภาพ เพื่อยืนยันความเหมาะสมของโครงร่างการจัดการเรียนรู้เชิงรุก โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ได้แก่ ด้านหลักสูตรและรูปแบบการเรียนการสอน 2 คน ด้านการจัดการเรียนรู้สังคมศึกษา 2 คน และด้านการวัดและประเมินผล 1 คน พิจารณาความเหมาะสม พบว่า มีองค์ประกอบสำคัญของรูปแบบการจัดการ

เรียนรู้ ประกอบด้วย (1) หลักการของรูปแบบการเรียนรู้ (2) จุดมุ่งหมายของรูปแบบการเรียนรู้ (3) กระบวนการเรียนการจัดการเรียนรู้เชิงรุกมีหลักการสำคัญ 6 ชั้น ได้แก่ ชั้นที่ 1 นำเสนอมโนทัศน์กว้างล่วงหน้าก่อนการจัดการเรียนรู้ ชั้นที่ 2 เผชิญปัญหา ชั้นที่ 3 ใช้คำถามกระตุ้นให้นักเรียนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา ชั้นที่ 4 วางแผนในการแสวงหาความรู้ ชั้นที่ 5 ดำเนินการแสวงหาความรู้ และชั้นที่ 6 วิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลข้อมูล และการนำเสนอ (4) เนื้อหาสาระการเรียนรู้ และ (5) การวัดและประเมินผล การเรียนรู้

2.2 ผลการประเมินคุณภาพของแผนการจัดการจัดการเรียนรู้ โดยผู้เชี่ยวชาญ

ผลการประเมินคุณภาพรูปแบบการจัดการเรียนรู้โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน พบว่ารูปแบบการจัดการเรียนรู้มีค่าความเหมาะสมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.51$, $SD = 4.50$) ดังนั้นแผนการจัดการเรียนรู้เชิงรุกที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาหน้าที่พลเมืองในชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อสร้างความเข้าใจและเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจนำรูปแบบการจัดการเรียนรู้ไปใช้ในสถานการณ์จริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นตอนที่ 3 ผลการตรวจสอบคุณภาพของการจัดการเรียนรู้เชิงรุกที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาหน้าที่พลเมืองในชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนบ้านห้วยโรงนอก สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1

ตารางที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ด้านความรู้ด้านเนื้อหาในรายวิชารายวิชาหน้าที่พลเมือง หลังเรียนกับเกณฑ์ (ร้อยละ 70)

กลุ่มตัวอย่าง	n	คะแนนเต็ม	เกณฑ์ (ร้อยละ 70)	\bar{X}	SD	t	p
หลังเรียน	30	40	75%	34.87	7.31	14.51*	0.00

* $p < .05$

จากตารางที่ 2 พบว่า หลังการจัดการเรียนรู้เชิงรุกที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาหน้าที่พลเมืองในชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 พบว่า นักเรียนมีคะแนนเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 34.87 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 7.31 และเมื่อทดสอบค่า t พบว่า นักเรียนมีความสามารถในเนื้อหารายวิชาหน้าที่พลเมืองสูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 70 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 3 แสดงความพึงพอใจของนักเรียนในชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้เชิงรุกในรายวิชา หน้าที่พลเมือง (n=30)

ข้อ	รายการประเมิน	\bar{X}	SD	แปลผล
1.	บรรยากาศของการเรียนเปิดโอกาสให้นักเรียนมีส่วนร่วมในการจัดการเรียนรู้ได้อย่างเต็มที่	4.57	.54	มากที่สุด
2.	วิธีการนำเข้าสู่บทเรียนมีความน่าสนใจทำให้นักเรียนมีส่วนร่วมในการตอบคำถามในชั้นเรียน	4.46	.72	มาก
3.	กิจกรรมการเรียนรู้มีความเหมาะสมกับเนื้อหาที่น่าสนใจและได้คิดวิเคราะห์ในประเด็นที่ท้าทาย	4.57	.54	มากที่สุด
4.	กิจกรรมการเรียนรู้ส่งเสริมให้นักเรียนได้แลกเปลี่ยนความรู้และความคิดเห็นร่วมกันในชั้นเรียน	4.41	.65	มาก
5.	กิจกรรมการเรียนรู้ทำให้นักเรียนกล้าคิด กล้าตอบ และกล้าลงมือปฏิบัติได้จริง	4.46	.69	มาก
6.	กิจกรรมการเรียนรู้ทำให้นักเรียนสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้แบบร่วมพลังเป็นทีม	4.65	.53	มากที่สุด
7.	การจัดการเรียนรู้โดยใช้แบบสถานการณ์จำลองเป็นฐาน ทำให้นักเรียนเห็นภาพเป็นรูปธรรม สามารถเชื่อมโยงและเข้าใจบทเรียนได้มากขึ้น	4.43	.62	มาก
8.	การจัดการเรียนรู้โดยใช้แบบแผนผังมโนทัศน์ ทำให้นักเรียนได้พัฒนาทักษะการคิด การแก้ปัญหา การสร้างสรรค์และนวัตกรรม และการทำงานเป็นทีม	4.43	.54	มาก
9.	นักเรียนมีความคิดสร้างสรรค์และสร้างชิ้นงานใหม่ ๆ ที่บูรณาการใช้กับรายวิชาอื่น ๆ ได้	4.57	.58	มากที่สุด
10.	นักเรียนสามารถวางแผน ออกแบบ และลงมือทำจากคำถามที่ค้นคว้าได้ด้วยตนเองและเป็นกลุ่ม	4.43	.65	มาก
11.	นักเรียนมีทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสืบค้นข้อมูลและการนำเสนอผลงานมากขึ้น	4.59	.58	มากที่สุด
12.	นักเรียนรู้สึกสนุกและมีความสุขกับการเรียนผ่านการทำกิจกรรมสร้างแบบจำลองและสร้างสรรค์ชิ้นงาน	4.50	.59	มาก
13.	นักเรียนสามารถคิดแก้ปัญหาได้ด้วยตนเองผ่านการนำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน	4.54	.59	มากที่สุด
14.	นักเรียนสามารถนำความรู้ในเนื้อหาสาระของการเป็นพลเมืองที่ดีไปใช้ในชีวิตประจำวันได้	4.50	.66	มาก
15.	สื่อการจัดการเรียนรู้มีความหลากหลาย ทำให้นักเรียนสนใจ สนุกกับการเรียนแบบร่วมพลังเป็นทีม และมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมอย่างกระตือรือร้น	4.43	.65	มาก
	สรุปภาพรวม	4.50	.61	มาก

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักเรียนในชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้เชิงรุก พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.50$) โดยเรียงข้อที่มีระดับมากที่สุดเรียงจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ กิจกรรมการเรียนรู้ทำให้นักเรียนสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ($\bar{X} = 4.65$) นักเรียนมีทักษะในการสืบค้นข้อมูลและการนำเสนอผลงานมากขึ้น ($\bar{X} = 4.59$) และนักเรียนมีความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตชิ้นงานใหม่ ๆ โดยใช้สะเต็มศึกษา ($\bar{X} = 4.51$) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โดยรูปแบบการเรียนรู้เชิงรุกของนักเรียนมีความสามารถในเนื้อหารายวิชาหน้าที่พลเมืองสูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 70 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีความสัมพันธ์สอดคล้องกับกระบวนการในการพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของ ทิศนา ขัมมณี (2557) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะครูได้นำกระบวนการในการจัดการเรียนรู้ 6 ขั้นตอน ประกอบด้วย ขั้นที่ 1) นำเสนอโมโนทัศน์กว้างล่วงหน้าก่อนการจัดการเรียนรู้ ขั้นที่ 2) เสนอปัญหา ขั้นที่ 3) ใช้คำถามกระตุ้นให้นักเรียนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา ขั้นที่ 4) วางแผนในการแสวงหาความรู้ ขั้นที่ 5) ดำเนินการแสวงหาความรู้ ขั้นที่ 6) วิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลข้อมูลนำเสนอมาใช้ในพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ไพฑูรย์ สินลารัตน์ และคณะ (2550) ที่ได้กล่าวไว้ในการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ผู้สอนต้อง “ก้าวข้ามสาระวิชา” ไปสู่การเรียนรู้ “ทักษะเพื่อการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21” (21st Century Skills) นักเรียนต้องเรียนเอง ซึ่งผู้สอนจะต้องเป็นผู้ออกแบบการเรียนรู้และอำนวยความสะดวก (Facilitate) ในการเรียนรู้ให้นักเรียนได้เรียนรู้จากการเรียนแบบลงมือทำแล้ว การเรียนรู้ก็จะเกิดจากภายในใจและสมองของนักเรียนเพื่อให้นักเรียนรักที่จะเรียนรู้มีความสุขกับการเรียนรู้ และอยากเรียนรู้ส่งผลทำสามารถออกแบบและพัฒนาเป็นแผนการจัดการเรียนรู้เชิงรุกที่พัฒนาขึ้นแล้วนำมาตรวจสอบคุณภาพ เพื่อยืนยันความเหมาะสมของโครงร่างการจัดการเรียนรู้เชิงรุกที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นมีการวางกรอบแนวคิดให้กับนักเรียนจากการนำเสนอมโนทัศน์กว้างล่วงหน้าทำให้นักเรียนเห็นแนวทางในการจัดการเรียนรู้ที่ผู้สอนต้องการให้นักเรียนได้เรียนรู้ส่งผลให้นักเรียนเกิดความเข้าใจในแนวคิดอย่างมีความหมายและมีความคงทน (Joyce & Weil, 2004) ซึ่งสอดคล้องกับผลการสังเกตและบันทึกพฤติกรรมจัดการเรียนรู้เชิงรุกในภาพรวม พบว่า นักเรียนมีพฤติกรรมด้วยการค้นพบ และนักเรียนรู้จากการสืบค้นด้วยตนเองการจัดการเรียนรู้ตามบทบาทหน้าที่รับผิดชอบในการทำงานร่วมกันเป็นที่มาจกวิธีการจัดการเรียนรู้หลากหลายวิธี เช่น นักเรียนมีการนำเสนอเนื้อหาเป็นลำดับขั้นตอน มีการใช้เวลาในการดำเนินกิจกรรมการเรียนการสอนอย่างเหมาะสม มีการเปิดโอกาสให้นักเรียนได้มีส่วนร่วมในการเรียนรู้ นักเรียนรู้จักการใช้คำถามกระตุ้นนักเรียนให้มีทักษะการคิด ใช้สื่อและแหล่งเรียนรู้ที่เหมาะสมและกระตุ้นให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ ใช้เทคนิคการจัดการเรียนการสอนที่หลากหลาย เน้นทักษะการใช้ภาษา และมีการสื่อความหมายชัดเจน สร้างแรงจูงใจ ให้ความช่วยเหลือและเป็นผู้อำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ของนักเรียน มีเทคนิควิธีการวัดและประเมินผลหลากหลายทั้งความรู้และทักษะต่าง ๆ ตามลำดับ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Dewey (1969) สอดคล้องกับรูปแบบ เทคนิค และวิธีการสำหรับการจัดการเรียนรู้เชิงรุกมีหลากหลาย น่าสนใจ และสามารถนำมาใช้ในการจัดการเรียนรู้รายวิชาการจัดการเรียนรู้และการจัดการชั้นเรียน ซึ่งน่าจะสามารถช่วยพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ทักษะการจัดการเรียนรู้ และความพึงพอใจของนักเรียนต่อการเรียนการสอนได้ เนื่องจากรูปแบบ เทคนิค และวิธีการจัดการเรียนรู้เชิงรุกการจัดการเรียนรู้เป็นการเรียนที่เน้นความมีส่วนร่วมและบทบาทในการเรียนรู้ของนักเรียนให้นักเรียนมีบทบาทหลักในการที่จะเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยอาศัยหลักการของวิทยาศาสตร์การรู้คิด ในการสร้างกระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับธรรมชาติของการทำงานขอ

สมองที่ส่งเสริมให้นักเรียนมีความตื่นตัวและกระตือรือร้นด้านความรู้คิด (Cognitively Active) มากกว่าการฟังผู้สอนในห้องเรียนและการท่องจำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yoshida (2016) ได้ศึกษาเรื่องผลการจัดการเรียนรู้เชิงรุกสำหรับการจัดการหลักสูตร: โดยมุ่งเน้นที่ “หลักสูตรการศึกษา” ของประเทศญี่ปุ่นที่แสดงให้เห็นว่ากระบวนการในการจัดการเรียนรู้เชิงรุกตามรูปแบบที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น สามารถส่งเสริมให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาหน้าที่พลเมืองสูงขึ้น สอดคล้องกับสมรรถนะพื้นฐานที่นักเรียนในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 และมาตรฐานการเรียนรู้และตัวชี้วัดฯ (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2560) กำหนดทุกประการ

2. ผลความพึงพอใจของนักเรียนในชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้เชิงรุก พบว่านักเรียนมีความพึงพอใจ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.50$) เหตุผลที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะการจัดการเรียนรู้เชิงรุกตามรูปแบบที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากกระบวนการจัดการเรียนเชิงรุก 6 ขั้นตอนที่กล่าวมาข้างต้นพบว่าจุดเด่นของการจัดการเรียนรู้เชิงรุกที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น เป็นรูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่พัฒนาให้นักเรียนมีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาวิชาและได้พัฒนาทักษะการคิด วิเคราะห์ โดยการเปิดโอกาสให้นักเรียนได้สืบสอบแสวงหาความรู้ด้วยตนเองผ่านกระบวนการการทำงานกลุ่ม ซึ่งช่วยให้นักเรียนได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์สามารถนำมาใช้ในการแก้ปัญหาได้ และต้องนำข้อมูลที่ได้มาเรียบเรียงเนื้อหาเพื่อนำเสนอความรู้ที่กลุ่มค้นพบโดยการจัดทำแผนผังความคิด ซึ่งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Scott (1970) ที่กล่าวว่าการจูงใจให้บุคคลเกิดความพึงพอใจต่อการทำงานที่ให้ผลเชิงปฏิบัติจะต้องทำให้บุคคลเห็นความสัมพันธ์ของงานกับความปรารถนาส่วนตัว ซึ่งสิ่งที่สำคัญคืองานที่มอบหมายให้นักเรียนนั้น ต้องเป็นงานที่นักเรียนสามารถทำสำเร็จด้วยสอดคล้องกับ Bonwell, C. C., & Eison, J. A. (1991) ที่ระบุว่ากระบวนการจัดการเรียนรู้เชิงรุกส่งผลดีต่อการเรียนรู้ของนักเรียนในทุกระดับการศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธรรมชาติของวิชาที่ต้องมีการปฏิบัติ (Practicum) ช่วยให้นักเรียนเข้าใจหลักทฤษฎีที่เชื่อมโยงเข้าสู่ภาคปฏิบัติได้อย่างชัดเจนมากขึ้น และสอดคล้องกับที่ Oliver, R. L. (2010) ที่กล่าวว่า การจัดการเรียนรู้เชิงรุกจะครอบคลุมกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลาย ทำให้นักเรียนได้ฝึกใช้ความรู้ ทักษะการปฏิบัติ และเสริมสร้างคุณลักษณะที่ดีของวิชาชีพได้ พบว่า ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการเรียนรู้เชิงรุกอยู่ในระดับสูง นอกจากนี้ผู้สอนยังมีบทบาทสำคัญในการปูพื้นฐานความรู้ให้นักเรียนได้มองเห็นความคิดรวบยอดของเนื้อหาที่ผู้สอนต้องการสอน นอกจากนี้ผู้สอนยังใช้คำถามเพื่อกระตุ้นให้นักเรียนเกิดการคิดวิเคราะห์อีกด้วยซึ่งการจัดการเรียนรู้ดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดกรวยประสบการณ์ (Cone of experience) ของ Dale (1969) ที่กล่าวว่า การเรียนรู้ของนักเรียนจะคงทนและยั่งยืนย่อมเกิดจากการที่นักเรียนได้แสวงหาความรู้ด้วยตนเอง มีปฏิสัมพันธ์ มีการอภิปรายร่วมกัน จะสามารถทำให้นักเรียนมีผลการเรียนรู้ถึง 70 เปอร์เซ็นต์ และหากนักเรียนได้ฝึกปฏิบัตินำเสนอจะช่วยให้นักเรียนมีผลการเรียนรู้ถึง 90 เปอร์เซ็นต์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมพันธ์ เดชะคุปต์ และพะเยาว์ ยินดีสุข (2557) ที่ได้ศึกษาผลของโปรแกรมพัฒนาการเรียนรู้โดยบูรณาการรูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบกระตือรือร้นที่มีต่อแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ในวิชาวิทยาศาสตร์วิทยาศาสตร์ของนักเรียนที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิทยาศาสตร์ต่ำ ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนอนุบาลบางแพ (ชุมชนวัดบางแพใต้) พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรายวิชาวิทยาศาสตร์ของกลุ่มทดลองสูงกว่ากลุ่มควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับทศนา แคมมณี (2557) ได้กล่าวถึงการจัดการเรียนการสอนที่เน้นให้นักเรียนได้เป็นผู้ลงมือทำจริงด้วยตนเองจะช่วยให้นักเรียนเกิดความรู้ด้วยความเข้าใจ มีทักษะการคิดและการปฏิบัติ และมีคุณลักษณะและค่านิยมที่พึงประสงค์ เป็นต้น

จากที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าการจัดการเรียนรู้เชิงรุกมีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาหน้าที่พลเมือง และความพึงพอใจของนักเรียนในชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้เชิงรุก

ในรายวิชาหน้าที่พลเมือง โรงเรียนบ้านห้วยโรงนอก สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1 ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นส่วนหนึ่งของการจัดการเรียนการสอนได้จริงและส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของนักเรียนในชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้เชิงรุกมีความพึงพอใจ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากการจัดการเรียนรู้เชิงรุกที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาหน้าที่พลเมืองในชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนบ้านห้วยโรงนอกสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1 สามารถพัฒนาศักยภาพของผู้เรียนได้อย่างดี ในด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนทำให้นักเรียนสนุกสนานไปกับการทำกิจกรรมจนลืมเวลาที่ครูใช้ในการทำกิจกรรม ดังนั้น ครูควรเน้นย้ำเรื่องเวลากับนักเรียน และควรศึกษาขั้นตอนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมให้เหมาะสมกับเนื้อหาสาระการเรียนรู้ และนำไปใช้สำหรับการจัดการเรียนรู้ให้แก่แก่นักเรียนอย่างต่อเนื่อง

1.2 การนำรูปแบบการเรียนการสอนไปประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนการสอนตามบริบทของครูสังคมศึกษาแต่ละแห่ง สามารถนำขั้นตอนการเรียนการสอนที่เน้นการเรียนรู้สู่การปฏิบัติไปใช้จัดกิจกรรมให้กับกลุ่มผู้เรียนที่มีจำนวนไม่มาก และสามารถดูแลนักเรียนให้ทั่วถึงในการฝึกปฏิบัติออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ได้ หากผู้สอนนำไปใช้ในบริบทของผู้เรียนที่มีจำนวนมาก จำเป็นต้องมีผู้ให้ความช่วยเหลือร่วมกับผู้สอน เพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ที่ดีและมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่นๆ เช่น ความสามารถในการให้เหตุผล เนื่องจากในการวิจัยครั้งนี้ พบว่าระหว่างที่ได้จัดการเรียนรู้เชิงรุกร่วมกับการเรียนรู้แบบโครงงาน นักเรียนมีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติทดลอง การสรุปอภิปรายผล และมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนในกลุ่ม และควรมีการพัฒนาแบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหาการออกแบบและเทคโนโลยีของนักเรียนในระดับชั้นอื่น ๆ

เอกสารอ้างอิง

- ทิตินา แคมมณี. (2557). *ศาสตร์การจัดการเรียนรู้องค์ความรู้เพื่อการจัดการกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 18). กรุงเทพฯ: ด้านสุทธาการพิมพ์.
- พรธณี ลีกิจวัฒน์. (2558). *วิธีการวิจัยทางการศึกษา*. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์
อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- พิมพ์พันธ์ เดชะคุปต์ และเพียว ยินดีสุข. (2557). *สอนเขียนแผนบูรณาการ บนฐานเด็กเป็นสำคัญ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไพฑูริย์ สินลารัตน์ และคณะ. (2550). *การพัฒนาารูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบ CRP*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มาเรียม นิลพันธุ์. (2557). *วิธีวิจัยทางการศึกษา*. (พิมพ์ครั้งที่ 8). นครปฐม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สถาบันคุรุพัฒนา. (2560). *วัตถุประสงค์ของสถาบัน*. สืบค้นจาก
<http://www.kurapatana.ac.th/objective.php>.
- สภาครูและบุคลากรทางการศึกษา. (2560). *มาตรฐานวิชาชีพทางการศึกษา*. สืบค้นจาก
<http://www.ksp.or.th/ksp2013/content/view.php?mid=136&did=1193>

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). *กรอบมาตรฐานคุณวุฒิแห่งชาติ ฉบับปรับปรุง*. กรุงเทพฯ: พริกหวานกราฟฟิค.

Bonwell, C. C., & Eison, J. A. (1991). *Active learning: creating excitement in the classroom*. ashe-eric higher education reports. Washington, DC: The George Washington University.

Dale, E. (1969). *Audio-visual methods in teaching* (3rd ed.). New York: The Dryden PressHolt, Rinehart and Winston.

Joyce, B., Weil, M., & Calhoun, E. (2004). *Models of teaching* (7th ed.). Boston: Allyn and Bacon.

Oliver, R. L. (2010). *Satisfaction: a behavioural perspective on the consumer* (2nd ed.). Armonk. NY: M.E.Sharpe.

Scott, P. (1970). *The process of conceptual change in science*. New York: Cornell University.

Yoshida, H. (2016). Effects of active learning for curriculum management: With focus on the courses of study of Japan. *International Journal of Knowledge Engineering*, 2(2),77-84.

การพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันจิตวิญญาณในการทำงาน
สำหรับบุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

พงศกร โพธิ์งาม^{1*}, รัตติกรณ์ จงวิศาล² และ วัตสาดรี ดิถียนต์³

¹นักวิชาการโสตฯ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

^{2,3}อาจารย์ประจำ, คณะสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

DEVELOPMENT OF MOBILE APPLICATION WORKPLACE SPIRITUALITY FOR
PERSONNEL OF THE OFFICE OF ACADEMIC RESOURCE AND INFORMATION
TECHNOLOGY RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PHRA NAKHON

Pongsakorn phongam¹, Ratikorn Chongvisan², Watsatree Diteeyont³

¹Audio-Visual Technical Officer, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

²Lecturer, Faculty of Social Sciences, Kasetsart University

Correspond author E-mail: Pongsakorn.p@rmutp.ac.th

วันที่รับบทความ (Received) 8 พฤษภาคม 2566

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 7 สิงหาคม 2566

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 9 สิงหาคม 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1.) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพของโมบายแอปพลิเคชันจิตวิญญาณในการทำงาน 2) เพื่อเปรียบเทียบความรู้ก่อนและหลังจากการเรียนรู้ด้วยโมบายแอปพลิเคชันจิตวิญญาณในการทำงาน ของบุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร และ 3) เพื่อศึกษาระดับจิตวิญญาณในการทำงานหลังจากการใช้โมบายแอปพลิเคชันจิตวิญญาณในการทำงาน ของบุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กลุ่มตัวอย่างเป็นบุคลากรกลุ่มงานพัฒนาวัฒนธรรมและเทคโนโลยีการศึกษาจำนวน 30 คน ใช้แบบทดสอบก่อนเรียน-แบบทดสอบหลังเรียน และ แบบวัดจิตวิญญาณในการทำงาน การเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า 1) โมบายแอปพลิเคชันจิตวิญญาณจิตวิญญาณในการทำงาน คุณภาพสื่ออยู่ในระดับดีมาก (มีค่าเฉลี่ย 4.71, S.D = 0.21) 2) คะแนนความรู้หลังเรียนสูงกว่าคะแนนก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 และ 3) ระดับจิตวิญญาณในการทำงานอยู่ในระดับสูงที่สุดค่าเฉลี่ย 4.09 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน.37

คำสำคัญ: โมบายแอปพลิเคชัน จิตวิญญาณในการทำงาน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

Abstract

The objectives of this research are 1.) To study the quality level of mobile application workplace spirituality. and 2.) to study the level of workplace spirituality after using the personnel mobile application workplace spirituality at the Office of Academic Resources and Information Technology Rajamangala University of Technology Phra Nakhon. The sample group consisted of 30 personnel from the Educational Innovation and Technology Development Group using a pre-learn test, a post-learn test, and a work spirit test. Data collection Statistics used in data analysis were mean and standard deviation. The study found that 1) Mobile application, working spirit application Media quality was very good (mean 4.71, S.D = 0.21), 2) the knowledge score after learning was significantly higher than the before learning score at the .05 level, and 3) the working spirit level. It was at the highest level, mean 4.09 and a standard deviation .37

Keywords: Mobile Application, Workplace Spirituality, Rajamangala University Of Technology Phra Nakhon

ความสำคัญและที่มาของงานวิจัย

สถานการณ์โลกปัจจุบัน เทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ต่างก็ได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน และการดำเนินธุรกิจของมนุษย์มากขึ้นองค์กรต่างๆ ทั้งหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน เมื่อเทคโนโลยีมีความก้าวหน้าไปมาก การพัฒนาบุคลากรจึงเป็นประเด็นเร่งด่วนเพื่อรองรับกระแสการเปลี่ยนแปลงทั้งหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ชีวิตในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และมีผลกระทบมากมายต่อวิถีชีวิตของคนในสังคมไทย ส่งผลให้หลายคนต้องมีการปรับตัวดำเนินชีวิตแบบใหม่ที่ผ่านมา เช่น การทำงานจากที่บ้าน (Work from home) (รัตติกรณ์ จงวิศาล, 2565)

การบริหารงานที่เน้นประสิทธิภาพสูงสุด ย่อมส่งผลทำให้เวลาทำงานกลายเป็นเวลาส่วนใหญ่ของมนุษย์ สถานที่ทำงานเป็นเสมือนชุมชนหลักในการอยู่ร่วมกัน ซึ่งถือเป็นบทบาทสำคัญยิ่งเมื่อมีเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อชีวิตและความอยู่รอดต้องพัฒนาองค์การให้เป็นองค์กรรูปแบบใหม่ (Reinventing Organizations) จากการทำงานโดยส่วนใหญ่พบว่าการใช้ชีวิตในการทำงานบุคลากรต่างประสบปัญหาในการทำงานโดยจากปัจจัยหลายสาเหตุทั้งโรคระบาด เศรษฐกิจ การทำงานที่ต้องปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตและผลงานที่ออกมาไม่ค่อยมีประสิทธิภาพเท่าที่ควร พอเข้าสู่สภาวะปกติก็ทำให้ประสบภาวะที่ขาดแรงจูงใจ หรืออารมณ์ที่ไม่อยากทำอะไรเป็นพิเศษ ส่งผลกระทบต่อขวัญและกำลังใจในการทำงานของบุคลากรรู้สึกถึงความหวาดกลัว ความสับสน ความหวาดระแวง และความไม่ปลอดภัยสิ่งเหล่านี้จะยิ่งทำให้บุคลากรเกิดความเห็นแก่ตัวจนละเลยความสัมพันธ์ในการอยู่ร่วมกันในองค์กรส่งผลต่อการบั่นทอนมิติทางจิตวิญญาณในการทำงาน (Workplace Spirituality) ของความเป็นมนุษย์

จิตวิญญาณในการทำงานเป็นปัจจัยสำคัญต่อการสร้างความพึงพอใจให้กับบุคลากรช่วยส่งเสริมให้บุคลากรทำงานอย่างมีความสุข ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการให้ความร่วมมือของบุคลากรซึ่งไม่ได้กำหนดไว้ในการทำงาน เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเองโดยตัวบุคคลกระทำนอกเหนือจากงานที่ตนเองได้รับต้องการมีส่วนร่วมกับงานนั้น ๆ จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี สิ่งเหล่านี้ถือเป็นพฤติกรรมที่สำคัญในองค์กรที่จะช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพขององค์กรอีกทั้งยังทำให้ผลการทำงานออกมาดีลด

จำนวนการลาออกของบุคลากร โดยจากการสำรวจในองค์กรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร หน่วยงานสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า บุคลากรโดยส่วนใหญ่ไม่มีความเข้าใจเรื่องจิตวิญญาณในการทำงาน และยังขาดเครื่องมือที่ช่วยวัดประเมินด้านจิตวิญญาณในการทำงาน

ในทุกการทำงานในองค์กร หรือในชีวิตประจำวันมีแนวโน้มการใช้แอปพลิเคชันต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น เป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิตของคนในปัจจุบันแทบทุกกลุ่มวัยที่เข้าถึง มีจำนวนหลากหลายสาขาออกไปตามความต้องการของตลาดเช่นในด้านการศึกษา ช่วยลดในเรื่องของเอกสาร ตำรา การใช้เวลาในการสืบค้น ค้นหา การเดินทาง เพราะคุณสมบัติที่สามารถทำให้เข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและหลากหลาย มีฟังก์ชันหรือการทำงานที่รวบรวมข้อมูลในลักษณะทั้งข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง การแสดงผลข้อมูล ข้อสอบ แบบสอบถาม ช่วยลดขั้นตอนการใช้งานในด้านเอกสาร สามารถศึกษาได้ด้วยตนเอง และสามารถนำมาพัฒนาใช้ในการเรียนรู้ จึงถือเป็นตัวเลือกที่ดีถือว่าสามารถเลือกนำมาสร้างและพัฒนาเป็นเครื่องมือในการเรียนรู้สำหรับคนในวัยทำงาน

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยเห็นความสำคัญของจิตวิญญาณในการทำงานขนานกับการใช้เครื่องมือในทางเทคโนโลยีการศึกษาสมัยใหม่ โดยการพัฒนาเป็นโมบายแอปพลิเคชันที่ภายในจะประกอบไปด้วยฟังก์ชันต่าง ๆ ที่ใช้งานโดยทั่วไป เช่น ฟังก์ชัน Content และมีฟังก์ชันเสริมต่าง ๆ ในแต่ละประเด็นที่เกี่ยวข้องกับจิตวิญญาณในการทำงานและภายในจะมีสื่อประกอบการเรียนรู้ที่มีลักษณะเป็นข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง รวมทั้งมีแบบวัดจิตวิญญาณที่ประเมินผลเพื่อการพัฒนาตนเอง สามารถเป็นแนวทางที่ดีช่วยส่งเสริมให้เข้าใจในด้านจิตวิญญาณในการทำงานซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่เชื่อมโยงไปยังปัจจัยหลาย ๆ ด้านในชีวิตการทำงานของบุคลากร

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพของโมบายแอปพลิเคชันจิตวิญญาณในการทำงาน สำหรับบุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
2. เพื่อเปรียบเทียบความรู้ก่อนและหลังจากการเรียนรู้โมบายแอปพลิเคชันจิตวิญญาณในการทำงานของบุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
3. เพื่อศึกษาระดับจิตวิญญาณในการทำงานหลังจากการใช้โมบายแอปพลิเคชันจิตวิญญาณในการทำงาน ของบุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สมมติฐานของงานวิจัย

บุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีคะแนนแบบทดสอบหลังเรียนสูงกว่าแบบทดสอบก่อนเรียนหลังจากการเรียนรู้โมบายแอปพลิเคชันจิตวิญญาณในการทำงาน ของบุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตเฉพาะศึกษาการส่งเสริมจิตวิญญาณในการทำงาน ผ่านการพัฒนาในรูปแบบเป็นโมบายแอปพลิเคชันส่งเสริมจิตวิญญาณในการทำงาน เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยดำเนินการร่วมกันระหว่างผู้วิจัย ผู้เชี่ยวชาญด้านคุณภาพ และบุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือบุคลากร สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ในเดือน กุมภาพันธ์-มีนาคม ปี พ.ศ.2566 จำนวน 67 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มบุคลากร กลุ่มงานพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีการศึกษา สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จำนวน 30 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. ฟังก์ชันจิตวิญญาณ เป็นเนื้อหาในโมบายแอปพลิเคชันที่อยู่ในส่วนของฟังก์ชัน Content ซึ่งภายในประกอบไปด้วย อินโฟกราฟิก องค์ประกอบของมนุษย์ และความหมายของจิตวิญญาณ

2. ฟังก์ชันจิตวิญญาณในการทำงาน เป็นเนื้อหาในโมบายแอปพลิเคชันที่อยู่ในส่วนของฟังก์ชัน Content ซึ่งภายในประกอบไปด้วย อินโฟกราฟิก Workplace Spirituality จิตวิญญาณในการทำงาน สื่อวิดีโอ ทัศน เรื่อง จิตวิญญาณในการทำงาน และ อินโฟกราฟิก สรุปความหมายของจิตวิญญาณ จิตวิญญาณในการทำงาน

3. ขอบเขตระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย

ช่วงเดือนกุมภาพันธ์-มีนาคม 2566

4. นิยามศัพท์เฉพาะ

โมบายแอปพลิเคชัน โปรแกรมประยุกต์ที่ออกแบบมาเพื่อทำงานบนอุปกรณ์สื่อสารที่ใช้ในการพกพา เช่น โทรศัพท์ แท็บเล็ต เป็นต้น โดยจะเข้ามามีบทบาทอย่างมากในการใช้ชีวิตประจำวันช่วยตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ อีกทั้งยังสนับสนุนให้ผู้ใช้สามารถเข้าใช้งานได้ง่าย สะดวกและรวดเร็ว

ไมโครเลิร์นนิ่ง หลักการออกแบบเนื้อหาที่เหมาะสมต่อการนำมาใช้ในการออกแบบเนื้อหาการเรียนรู้ในการเรียนการสอนไร้สายมากที่สุด เน้นการนำเสนอเนื้อหาแบบตรงไปตรงมาเพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็ว (วัตสาตรี ดิถียนต์, 2564)

จิตวิญญาณในการทำงาน การรับรู้และยอมรับถึงการมีชีวิตอีกด้านหนึ่งหรือชีวิตที่อยู่ภายในจิตใจไม่สามารถมองเห็นด้วยตา เป็นความสัมพันธ์ที่ติดกับตนเอง ผู้อื่น และงาน ในบริบทของสถานที่ทำงาน (รัตติกรณ์ จงวิศาล, 2565)

มิติระดับบุคคล หมายถึง การที่บุคคลรับรู้ถึงคุณค่าและความหมายของชีวิตตนเอง ยอมรับตนเองตามความเป็นจริง และมีความต้องการใช้ศักยภาพสูงสุดของตนเอง

มิติระดับกลุ่ม หมายถึง การที่บุคคลมีความเมตตากรุณาต่อผู้อื่น มีความสามารถในการเข้าใจความรู้สึกและความต้องการของผู้อื่น เห็นคุณค่าความสัมพันธ์กับผู้อื่น ยอมรับความแตกต่างระหว่างบุคคล และรับรู้ความสัมพันธ์ระหว่างตนเองกับผู้อื่นในบริบทของการทำงาน

มิติระดับงาน หมายถึง การที่บุคคลรับรู้คุณค่าและความหมายของงาน มีความสนุกและความหลงใหลในการทำงาน ตระหนักถึงประโยชน์ของงานที่มีต่อตนเองและผู้อื่น

แบบวัด หมายถึง ข้อคำถามเพื่อวัดระดับจิตวิญญาณในการทำงานมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ ซึ่งแต่ละข้อให้แสดงความคิดเห็นในลักษณะเลือกตอบประกอบไปด้วย น้อยที่สุด น้อยปานกลาง มาก และมากที่สุด จำนวน 55 ข้อ

บุคลากร หมายถึง ตำแหน่งพนักงานมหาวิทยาลัยหรือตำแหน่งเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในกลุ่มงานพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครประกอบไปด้วย นักวิชาการโสตทัศนศึกษา นักวิชาการคอมพิวเตอร์ นักวิชาการช่างศิลป์ นักเอกสารสนเทศ เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป และบรรณารักษ์

5. กรอบแนวคิดในการวิจัย

สิ่งที่ศึกษาในงานวิจัย มีดังต่อไปนี้

ตัวแปรต้น

โมบายแอปพลิเคชันแอปพลิเคชันจิตวิญญาณในการทำงาน สำหรับบุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ตัวแปรตาม

1. ความรู้เรื่องจิตวิญญาณในการทำงานของบุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

2. ระดับจิตวิญญาณในการทำงานของบุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง โมบายแอปพลิเคชันแอปพลิเคชันจิตวิญญาณในการทำงาน สำหรับบุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ บุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จำนวน 67 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือกลุ่มบุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จำนวน 30 คน ได้แก่ กลุ่มงานพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ได้มาโดยการใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากการสำรวจ โดยพบว่าเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีความถนัดเฉพาะด้านและลักษณะการทำงานเป็นกลุ่มงานที่ต้องทำงานร่วมกัน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบประเมินคุณภาพโมบายแอปพลิเคชันแอปพลิเคชันจิตวิญญาณในการทำงาน สำหรับบุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

2. แบบทดสอบก่อนเรียน 14 ข้อ และ แบบทดสอบหลังเรียน 14 ข้อ

3. แบบวัดจิตวิญญาณในการทำงาน 55 ข้อ

ก่อนเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยได้นำเครื่องมือไปทดลอง (Try Out) กับกลุ่มทดลอง กลุ่มงานพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีการศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพก่อนที่จะนำไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่าง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดลองและเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่ม ตัวอย่างกลุ่มงานพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีการศึกษา รวมจำนวน 30 คน โดยใช้วิธีวิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งผู้วิจัยเป็นผู้ควบคุมการทดลองด้วยตนเอง โดยดำเนินการ ดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ใช้สถานที่และกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลเพื่อทำการวิจัย ไปยัง ผู้อำนวยการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยใช้หลักความเคารพในบุคคล ตามหลักจริยธรรมในมนุษย์ในการดำเนินการวิจัย

2. ชี้แจงรายละเอียดและให้กลุ่มทดลอง พร้อมส่งลิงก์และ QR CODE ลงไปในกลุ่มไลน์เพื่อใช้เป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสาร

3. อธิบายขั้นตอนและวิธีการใช้งานและติดตั้งโมบายแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์ สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ ที่ให้กับผู้เข้ารับการ ฝึกอบรมบนกลุ่มไลน์

4. ให้กลุ่มทดลองเข้าเรียนรู้การใช้งานทำแบบทดสอบก่อนเรียน (Pre-test) และเรียนรู้ในฟังก์ชัน Content และฟังก์ชันต่าง ๆ

5. จากนั้นให้กลุ่มทดลองดูผลคะแนนและเข้าใช้งานในฟังก์ชันอื่นๆในโมบายแอปพลิเคชัน ระยะเวลา 15-20 นาที

6. สรุปข้อมูลฟังก์ชันคะแนนแบบทดสอบก่อน - หลังเข้ารับการฝึกอบรม และ และฟังก์ชันแบบ วัดจิตวิญญาณในการทำงาน

7. นำคะแนนจากฟังก์ชันแบบทดสอบก่อน-หลังเรียน และฟังก์ชันแบบวัดจิตวิญญาณในการทำงานที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการทางสถิติ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. กำหนดเกณฑ์ระดับการประเมินระดับคุณภาพของแอปพลิเคชันส่งเสริมจิตวิญญาณในการทำงาน สำหรับผู้เชี่ยวชาญเป็น 5 ระดับ

- 5 มีค่าระดับคะแนนเท่ากับ ดีมาก
- 4 มีค่าระดับคะแนนเท่ากับ ดี
- 3 มีค่าระดับคะแนนเท่ากับ ปานกลาง
- 2 มีค่าระดับคะแนนเท่ากับ พอใช้
- 1 มีค่าระดับคะแนนเท่ากับ ควรปรับปรุง

กำหนดเกณฑ์ในการตัดสินคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

- 4.51-5.00 มีค่าระดับคะแนนเท่ากับ ดีมาก
- 3.51-4.50 มีค่าระดับคะแนนเท่ากับ ดี
- 2.51-3.50 มีค่าระดับคะแนนเท่ากับ ปานกลาง
- 1.51-2.50 มีค่าระดับคะแนนเท่ากับ พอใช้
- 1.00-1.50 มีค่าระดับคะแนนเท่ากับ ควรปรับปรุง

2. การเปรียบเทียบผลคะแนนฟังก์ชันแบบทดสอบก่อนเรียนและผลคะแนนฟังก์ชันแบบทดสอบ หลังเรียนของกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้โมบายแอปพลิเคชันที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น สถิติที่ใช้คือ t-test แบบ Dependent

3. ในการวิเคราะห์ผลคะแนนฟังก์ชันแบบวัดจิตวิญญาณในการทำงานใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ระดับจิตวิญญาณในการทำงาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

เกณฑ์การแปลความหมายระดับจิตวิญญาณในการทำงาน

- คะแนน 1.00 -1.80 = มีจิตวิญญาณในการทำงานอยู่ในระดับต่ำที่สุด
- คะแนน 1.81 -2.60 = มีจิตวิญญาณในการทำงานอยู่ในระดับต่ำ
- คะแนน 2.61 -3.40 = มีจิตวิญญาณในการทำงานอยู่ในระดับปานกลาง
- คะแนน 3.41 -4.20 = มีจิตวิญญาณในการทำงานอยู่ในระดับสูง
- คะแนน 4.20 -5.00 = มีจิตวิญญาณในการทำงานอยู่ในระดับสูงที่สุด

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 3 ตอน ดังนี้
ตอนที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพของโมบายแอปพลิเคชันจิตวิญญาณในการทำงาน สำหรับบุคลากรสังกัดสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครโดยผู้เชี่ยวชาญ

ตารางที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพของโมบายแอปพลิเคชันจิตวิญญาณในการทำงาน

		(n=3)		
รายการ		\bar{X}	SD	ระดับ
1. ด้านเทคนิคในการผลิตสื่อ				
1.1	ขนาดของตัวอักษรมีความเหมาะสม	4.00	1.00	ดี
1.2	การจัดวางตำแหน่งของข้อความมีความเหมาะสม	4.33	0.57	ดี
1.3	รูปแบบของตัวอักษรมีความเหมาะสม	4.33	0.57	ดี
1.4	สีของตัวอักษรมีความเหมาะสม	4.33	0.57	ดี
1.5	ความเหมาะสมในการออกแบบพื้นหลัง	5.00	0.00	ดีมาก
1.6	การออกแบบกราฟิกมีความเหมาะสมมาก	5.00	0.00	ดีมาก
1.7	ภาพประกอบสอดคล้องกับเนื้อหา	5.00	0.00	ดีมาก
1.8	ภาพประกอบสามารถมองเห็นได้ชัดเจน	4.67	0.57	ดีมาก
1.9	ความเหมาะสมขององค์ประกอบในหน้าจอ	4.67	0.57	ดีมาก
1.10	ภาพและเสียงในวีดิทัศน์ มีความคมชัด และชัดเจน	4.67	0.57	ดีมาก
2. โครงสร้างและรูปแบบ Menu Icons				
2.1	การจัดรูปแบบในแอปที่มีความเหมาะสม ต่อการอ่าน และการใช้งาน	4.67	0.57	ดีมาก
2.2	Menu Iconsที่นำมาใช้มีความเหมาะสมกับเนื้อหา	4.67	0.57	ดีมาก
2.3	โทนสีของหน้าจอแอปมีความเหมาะสม	5.00	0.00	ดีมาก
2.4	การจัดวางตำแหน่งของ Menu Icon มีความเหมาะสม	5.00	0.00	ดีมาก
2.5	การติดตั้งใช้งานแอปพลิเคชันมีความสะดวกและรวดเร็ว	5.00	0.00	ดีมาก
3. การเชื่อมโยงข้อมูล				
3.1	การประมวลผลข้อมูลมีความรวดเร็ว	4.67	0.57	ดีมาก
3.2	การเชื่อมโยงของข้อมูลมีความเหมาะสมกับเนื้อหา	4.67	0.57	ดีมาก
3.3	การเชื่อมโยงกันของส่วนต่าง ๆ มีความสะดวก	5.00	0.00	ดีมาก
3.4	การเชื่อมโยงข้อมูลในส่วนต่าง ๆ ของแอป มีความถูกต้อง	5.00	0.00	ดีมาก
3.5	การเชื่อมโยงข้อความ ภาพประกอบต่าง ๆ มีความเหมาะสม	5.00	0.00	ดีมาก
รวม		4.87	0.19	ดีมาก

ผลการประเมินคุณภาพของโมบายแอปพลิเคชันจิตวิญญาณในการทำงาน สำหรับบุคลากรสังกัดสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยผู้เชี่ยวชาญด้านคุณภาพสื่อจำนวน 3 ท่าน พบว่า คุณภาพสื่อของแอปพลิเคชัน (มีค่าเฉลี่ย 4.87, SD = 0.19) ซึ่งอยู่ในระดับดีมาก

ตอนที่ 2 ผลการใช้ฟังก์ชันแบบทดสอบความรู้เรื่องจิตวิญญาณในการทำงานก่อนเรียนและหลังเรียน โมบายแอปพลิเคชันจิตวิญญาณในการทำงาน สำหรับบุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 2 แสดงผลคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง

แบบทดสอบ	N	\bar{X}	SD	t	Sig
ก่อนเรียน	30	4.96	2.45	-13.66***	.000
หลังเรียน	30	11.33	1.95		

*** $P < .05$

จากตารางที่ 2 ผลคะแนนจากฟังก์ชันแบบทดสอบความรู้เรื่องจิตวิญญาณในการทำงานก่อนเรียน และฟังก์ชันแบบทดสอบหลังเรียน โมบายแอปพลิเคชันจิตวิญญาณในการทำงาน สำหรับบุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผลคะแนนของบุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่ได้เข้าใช้ฟังก์ชันแบบทดสอบหลังเรียนมีผลคะแนนสูงกว่าฟังก์ชันแบบทดสอบก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับที่ .05 และ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัย พบว่า โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มงานได้มีความคิดเห็นในลักษณะที่มีมุมมองความคิดเห็นว่า โมบายแอปพลิเคชันจิตวิญญาณในการทำงาน สำหรับบุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เป็นแอปพลิเคชันที่ดี น่าสนใจ เหมาะกับการนำไปพัฒนาจิตวิญญาณในการทำงานของบุคลากรในหน่วยงานให้สามารถรับรู้ถึงความหมายในการทำงาน คุณค่าของตนเอง คุณค่าของงาน และคุณค่าของสังคม ช่วยทำให้ตนเองมีประสิทธิภาพในการทำงานมากยิ่งขึ้น ช่วยให้เข้าใจตนเอง และ สมควรนำไปพัฒนาต่อยอดในอนาคต โดยผู้วิจัยได้สังเกตในช่วงเวลาใช้เครื่องมือโดยส่วนใหญ่บุคลากรที่ได้ใช้งาน โมบายแอปพลิเคชันมีความสนใจมากและตั้งใจในการเรียนรู้ มีการใช้งานทุกฟังก์ชันและสามารถเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยส่วนน้อยมากที่จะพบมีปัญหากับการใช้งาน โมบายแอปพลิเคชัน

ตอนที่ 3 ผลการใช้ฟังก์ชันแบบวัดจิตวิญญาณในการทำงาน สำหรับบุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับจิตวิญญาณในการทำงาน

ตัวแปร	\bar{X}	SD	ระดับ
จิตวิญญาณในการทำงานโดยรวม	4.09	.37	สูงที่สุด
มิติระดับบุคคล	4.24	.49	สูงที่สุด
มิติระดับกลุ่ม	4.02	.37	สูงที่สุด
มิติระดับงาน	4.02	.49	สูงที่สุด

จากตารางที่ 3 สามารถอธิบายค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับจิตวิญญาณในการทำงานของบุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครได้ดังนี้

จากการศึกษาพบว่า บุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีจิตวิญญาณในการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับสูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.09 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .37 เมื่อพิจารณามิตีระดับจิตวิญญาณในการทำงาน พบว่าบุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีจิตวิญญาณในการทำงาน ในด้านมิติระดับบุคคลอยู่ในระดับสูงที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย 4.24 มิติระดับกลุ่มอยู่ในระดับสูงที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย 4.02 และมีมิติระดับงานอยู่ในระดับสูงที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.02

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันจิตวิญญาณในการทำงาน สำหรับบุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. การประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านคุณภาพสื่อผลปรากฏว่าระดับคุณภาพโมบายแอปพลิเคชันจิตวิญญาณในการทำงาน สำหรับบุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีค่าเฉลี่ย = 4.71 SD = 0.21 คุณภาพอยู่ในระดับดีมาก

2. คะแนนฟังก์ชันแบบทดสอบหลังเรียนของบุคลากรที่เรียนด้วยโมบายแอปพลิเคชันจิตวิญญาณในการทำงาน สำหรับบุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครสูงกว่าคะแนนฟังก์ชันแบบทดสอบก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. บุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีจิตวิญญาณในการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับสูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.09 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .37

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง การพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันจิตวิญญาณในการทำงาน สำหรับบุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร อภิปรายผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. ผลการประเมินคุณภาพของโมบายแอปพลิเคชันจิตวิญญาณในการทำงาน สำหรับบุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พบว่า โดยรวมมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด (มีค่าเฉลี่ย 4.71, SD = 0.21)

2. ผลการใช้ฟังก์ชันแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนจากโมบายแอปพลิเคชันจิตวิญญาณในการทำงาน สำหรับบุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พบว่าผลคะแนนจากการใช้งานฟังก์ชันแบบทดสอบก่อนเรียนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.96 คะแนน (SD = 2.45) และมีผลคะแนนจากการใช้งานฟังก์ชันแบบทดสอบหลังเรียนเฉลี่ยอยู่ที่ 11.33 คะแนน (SD = 1.95) จากผลที่ปรากฏผลคะแนนฟังก์ชันแบบทดสอบหลังเรียนมีผลคะแนนสูงกว่าฟังก์ชันแบบทดสอบก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับที่ .05 ซึ่งหมายถึง บุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีพัฒนาการที่ดีขึ้นในด้านความรู้ความเข้าใจโดยปัจจัยสำคัญที่ทำให้คะแนนแบบทดสอบหลังเรียนสูงกว่าคะแนนแบบทดสอบก่อนเรียนนั้น มาจากโมบายแอปพลิเคชันที่เป็นเครื่องมือสำคัญ สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองประกอบกับมีฟังก์ชันองค์ประกอบต่างๆที่เกี่ยวกับจิตวิญญาณในการทำงานโดยตรงและเข้าใจง่าย โดยเฉพาะในฟังก์ชัน Content ที่จะมี 2 เรื่องหลักโดยมีข้อมูลและสรุปที่เกี่ยวข้อง อาทิ เช่น อินโฟกราฟิก ภาพนิ่ง และวิดีโอซึ่งภายหลังจากการเรียนรู้และเข้าใช้งานสามารถทำคะแนนในฟังก์ชันแบบทดสอบหลังเรียน

ได้สูงกว่าฟังก์ชันแบบทดสอบก่อนเรียนสอดคล้องกับงานวิจัยของ นูรดีนี ตือเราะ และคณะฯ (2564) ศึกษาการวิจัยเรื่อง ผลของการใช้แอปพลิเคชันการดูแลแบบประคับประคองในมิติจิตวิญญาณตามวิถีพุทธวัฒนธรรมต่อความรู้และการรับรู้ความสามารถในการดูแลมิติจิตวิญญาณของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านในจังหวัดนราธิวาส ผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า ค่าเฉลี่ยคะแนนความรู้การดูแลมิติจิตวิญญาณหลังใช้แอปพลิเคชันการดูแลแบบประคับประคองในมิติจิตวิญญาณตามวิถีพุทธวัฒนธรรมของ อสม. สูงกว่าก่อนใช้แอปพลิเคชันฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$)

3. ผลการใช้ฟังก์ชันแบบวัดจิตวิญญาณในการทำงาน สำหรับบุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จากการวิจัยพบว่า บุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีจิตวิญญาณในการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับสูงสุด (ค่าเฉลี่ย = 4.09, SD = .37) และเมื่อพิจารณา ผลจากฟังก์ชันแบบวัดระดับของจิตวิญญาณในการทำงาน ซึ่งได้แก่ ฟังก์ชันมิติระดับบุคคล ฟังก์ชันมิติระดับกลุ่ม และฟังก์ชันมิติระดับงาน ซึ่งทั้ง 3 ฟังก์ชัน มีผลระดับจิตวิญญาณในการทำงานอยู่ในระดับสูงสุด สามารถอธิบายได้ ดังนี้ การที่บุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีจิตวิญญาณในการทำงานอยู่ในระดับสูงสุดนั้น หมายความว่า บุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครโดยส่วนใหญ่หลังจากที่ได้เข้าใช้งานและเรียนรู้ฟังก์ชันต่าง ๆ ในโมบายแอปพลิเคชันที่ได้พัฒนาขึ้นหลังจากได้ทำแบบทดสอบและเรียนรู้จากเรื่องราว ความหมาย ส่งผลให้มีการรับรู้เข้าใจและสามารถวิเคราะห์เชื่อมโยงกับข้อความถามในฟังก์ชันแบบวัดจิตวิญญาณในการทำงานซึ่งในแต่ละฟังก์ชันอธิบายความหมายจากผลการประเมินได้ดังนี้ ผลมิติระดับบุคคลพบว่าที่มีจิตวิญญาณในการทำงานอยู่ในระดับสูงสุดเป็นมิติที่เกี่ยวข้องกับการเชื่อมโยงกับตนเอง รับรู้ชีวิตภายในตนเอง มีความสัมพันธ์ที่ดีกับตนเอง มีการเห็นคุณค่าในตนเอง มิติระดับกลุ่มพบว่าที่มีจิตวิญญาณในการทำงานอยู่ในระดับสูงสุดเป็นมิติที่มีการรับรู้ที่เกี่ยวข้องกับการเชื่อมโยงกับผู้อื่น รับรู้ถึงการอยู่ร่วมกันเป็นครอบครัวหรือชุมชนเดียวกัน มีความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงานหรือบุคคลอื่น และมิติระดับงาน พบว่า มีจิตวิญญาณในการทำงานอยู่ในระดับสูงสุด เป็นมิติที่เกี่ยวข้องกับงานที่มีความหมาย รับรู้ถึงการมีเป้าหมายในงาน มีความเชื่อมโยงกับงาน รู้สึกว่างานมีคุณค่า งานมีความหมาย และมีความสำคัญ จากผลที่ปรากฏทั้งหมดบุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครโดยรวมมีจิตวิญญาณในระดับสูงสุดนั้นก็ปัจจัยสำคัญมากจากทุกข้อความถามในแบบจิตวิญญาณในการทำงานล้วนแล้วมีที่มาจากการเรียนรู้ก่อนเข้าใช้งานแบบวัด โดยฟังก์ชันตั้งแต่ ฟังก์ชัน Quiz Game ฟังก์ชัน Content รวมถึง ฟังก์ชันแบบทดสอบ ทำให้ผู้ใช้งานมีความเข้าใจในบริบทของจิตวิญญาณในการทำงานและทุก ๆ ข้อความส่งผลถึงผลการประเมินของแต่ละบุคคล โดยจากการศึกษาผลการวิจัยที่ได้ในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิทธิพร ปรีรอด (2559) ได้ทำการศึกษางานวิจัยในเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างจิตวิญญาณในการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กรและพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร กรณีศึกษาสำนักงานปลัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับจิตวิญญาณในการทำงานพบว่า มีระดับสูงมาก

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันจิตวิญญาณในการทำงานสำหรับบุคลากรสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. โหมบายแอปพลิเคชันนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือให้บุคลากรมีความรู้เกี่ยวกับจิตวิญญาณในการทำงานและการประเมินเพื่อพัฒนาความรู้โดยเน้นการเรียนรู้ด้วยตนเองจากกิจกรรมที่ออกแบบในแอปพลิเคชันฟังก์ชันต่าง ๆ ในการศึกษา ทบทวน เรียนรู้ด้วยตนเอง โดยสามารถนำการพัฒนาโหมบายแอปพลิเคชันนี้ไปใช้ในองค์กรหรือเป็นกิจกรรมที่ทำให้เพิ่มความสามารถในการวัดความรู้ของบุคลากรแต่ละคน

2. แบบวัดจิตวิญญาณในการทำงานในโหมบายแอปพลิเคชันเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวัด ประเมินผลระดับของจิตวิญญาณในการทำงาน โดยแบ่งออกเป็น 3 มิติซึ่งจะมีข้อความและระดับการประเมินผลสรุปออกมาเป็นตัวเลขและมีคำอธิบายประกอบว่าระดับของจิตวิญญาณในการทำงานอยู่ในระดับใดโดยผลที่ได้ออกมานั้นก็เพื่อเป็นการให้เห็นผลและเป็นการพัฒนาตนเองในด้านจิตวิญญาณในการทำงานซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือวัดให้กับทั้งผู้ที่สนใจ เช่น นิสิต นักศึกษาหรือในองค์กรกลุ่มงานที่สนใจนำไปศึกษาผลที่ได้และพัฒนาตนเองในด้านจิตวิญญาณในการทำงาน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้ทำการวิจัยกับพนักงานมหาวิทยาลัย เจ้าหน้าที่ ซึ่งในการวิจัยครั้งต่อไป อาจทำการวิจัยกับผู้บริหารระดับอื่น ๆ เช่น ผู้บริหารระดับกลาง และ ผู้บริหารระดับสูง หรือในหน่วยงานอื่น ๆ เพื่อเป็นการเปรียบเทียบระหว่างบริบทของความแตกต่างในรูปแบบการทำงาน ในลักษณะงานและรวมไปถึงชีวิตภายใน ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับจิตวิญญาณในการทำงานและเพื่อเป็นการศึกษาระดับจิตวิญญาณในการทำงานที่กว้างขึ้น

2. การวิจัยครั้งต่อไป อาจทำการวิจัยในหัวข้อวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม ทักษะ เจตคติ ทัศนคติ หรือ ความตระหนักในเรื่องจิตวิญญาณในการทำงาน ที่อาจจะส่งผลหรือทำให้เกิดจิตวิญญาณในการทำงานในหน่วยงาน หรือองค์กรในทั้งภาครัฐและเอกชน

3. ควรพัฒนาโหมบายแอปพลิเคชันในเรื่องต่าง ๆ หรือในเรื่องที่สนใจนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดเป็นแหล่งการเรียนรู้ในองค์กรหรือหน่วยงาน เพราะคุณสมบัติของโหมบายแอปพลิเคชันมีความสามารถที่จะเป็นเครื่องมือที่เข้าถึงได้ง่าย สะดวก เป็นทางเลือกที่ดีที่จะนำไปพัฒนาในการเรียนรู้ช่วยในด้านการศึกษาหรือในด้านอื่นๆที่สนใจ เพื่อให้บุคลากรในหน่วยงานเกิดการเรียนรู้ที่หลากหลายมากขึ้นจะช่วยส่งเสริมให้มีความรู้ความเข้าใจในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีใกล้ตัวเพราะในปัจจุบันในองค์กรทุกที่มีการแข่งขันกันสูงซึ่งความรู้และทักษะเป็นส่วนสำคัญที่จะต้องพัฒนาอยู่ตลอดเวลาให้ทันในยุคสมัยที่พัฒนาอยู่ตลอดเวลา

เอกสารอ้างอิง

รัตติกรณ์ จงวิศาล. (2565). รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ “การพัฒนาแบบวัดจิตวิญญาณในการทำงาน ฉบับภาษาไทย” Development of the Thai Workplace Spirituality Scale (TWSS). ทูลสนับสนุนการวิจัย คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประจำปีงบประมาณ 2565.

วัตสาตรี ดิถียนต์. (2564). เอกสารประกอบการสอนรายวิชา 01169523 Mobile Learning Design. สืบค้นจาก

<https://classroom.google.com/c/NDUzMjk1NjcxNTc4/a/NDgzNDYwMjk3MDA0/details>

สิทธิพร ปรีรอด. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างจิตวิญญาณในการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กรและ

พฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร กรณีศึกษาสำนักงานปลัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).

นุรดีนี ดือเระ และคณะ. (2564). ผลของการใช้แอปพลิเคชันการดูแลแบบประคับประคองในมิติจิตวิญญาณตามวิถีพุทธวัฒนธรรมต่อความรู้และการรับรู้ความสามารถในการดูแลมิติจิตวิญญาณของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านในจังหวัดนราธิวาส. *วารสารพยาบาลกระทรวงสาธารณสุข, 31*, 85-95.

แนวทางการพัฒนาทักษะการทำงานฝ่ายการผลิตเพื่อให้สามารถทำงานทดแทนได้ทุกแผนก:

กรณีศึกษา บริษัท ABC จำกัด

ธนิต สุธีรังกูร¹ สุชนนี เมธิโยธิน² ไพรินทร์ ทองภาพ^{3*} และบัณฑิต เสาวภาภรณ์⁴

¹นิสิตปริญญาโท วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

²อาจารย์ประจำ วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

³อาจารย์ประจำ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

⁴อาจารย์ประจำ คณะเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

THE DEVELOPMENT OF TRAINING GUIDELINE FOR PRODUCTION EMPLOYEES TO BE ABLE TO WORK AS A SUBSTITUTE: A CASE STUDY OF ABC CO., LTD.

Tanit Suthirangkoon¹ Suchonnee Metiyothin² and Phairin Thongpharp^{3*} and Bundit Saowapaporn⁴

¹Master's student of Graduate School of Commerce, Burapha University

²Lecturer of Graduate School of Commerce, Burapha University

³Lecturer of Faculty of Education, Burapha University

⁴Lecturer of Faculty of Social Technology, Burapha Rajamangala University of Technology Tawan-ok

*Correspond author e-mail: phairint@go.buu.ac.th

วันที่รับบทความ (Received) 10 กรกฎาคม 2566

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 26 กรกฎาคม 2566

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 29 กรกฎาคม 2566

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริหารโรงงานอุตสาหกรรมในพื้นที่จังหวัดชลบุรี จำนวน 12 คน และพนักงานระดับหัวหน้างานของบริษัท ABC จำกัด จำนวน 3 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ บทสัมภาษณ์เชิงลึก

ผลการวิจัยพบว่า 1) การหมุนเวียนการทำงานสามารถช่วยเพิ่มทักษะให้พนักงาน และทำให้พนักงานสามารถทำงานทดแทนกันได้ และต้องมีการกำหนดกรอบระยะเวลาในการหมุนเวียนงานที่ชัดเจน 2) ควรมีการวางแผนการฝึกอบรมระยะสั้น เพื่อฝึกอบรมพนักงานฝ่ายผลิตของบริษัท โดยมีแผนการฝึกอบรมแยกตามทักษะการทำงานที่จำเป็น เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น 3) การสื่อสารภายในองค์กรเป็นเรื่องสำคัญ ทั้งระหว่างผู้บริหารกับพนักงาน และระหว่างพนักงานด้วยตนเอง การสื่อสารที่ดีจะส่งผลดีต่อองค์กร ทำให้ผู้บริหารเข้าใจถึงความต้องการของพนักงานมากยิ่งขึ้น ในทางกลับกันพนักงานจะเข้าใจในผู้บริหารมากขึ้นเช่นเดียวกัน ทำให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: การพัฒนาทักษะการทำงานฝ่ายผลิต การหมุนเวียนการทำงาน ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

Abstract

The purpose of this research was to study 1) development guidelines 2) guidelines for future policy

This research is qualitative research. The samples used in this research were 12 manufacturing business owners and 3 heads of employees. The instrument used in this research was an in-depth questionnaire.

The results showed that 1) job rotation did help employees to improve working skills and can be worked as a substitute 2) short-term development planning should be used for each department to improve individual skills and work efficiency 3) communication is important for both between employer-employee and between employees.

Keywords: Production Working Skill Development, Job Rotation, Working Efficiency

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสำคัญที่มีส่วนในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในประเทศไทย และได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาลไทยอย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่ปี 2506 นอกเหนือจากนี้ยังส่งเสริมด้านการลงทุนจากต่างประเทศเพื่อสร้างแรงจูงใจจากบริษัทต่างชาติให้เข้ามาลงทุนในประเทศไทย ด้วยสิทธิพิเศษด้านต่าง ๆ จากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ทำให้มีบริษัทผลิตรถยนต์หลากหลายยี่ห้อเข้ามาตั้งฐานการผลิตในประเทศไทย เป็นเหตุให้เกิดธุรกิจอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ขึ้นมากมาย ทั้งขนาดกลางและขนาดเล็ก เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของสินค้าชิ้นส่วนยานยนต์ในส่วนต่าง ๆ เนื่องจากในรถยนต์ 1 คันมีส่วนประกอบกว่า 30,000 ชิ้น เพราะมีข้อกำหนดจาก BOI ที่กำกับให้บริษัทต่างชาติต้องใช้สินค้าที่ผลิตขึ้นในประเทศตามสัดส่วนที่กำหนดหากต้องการใช้สิทธิประโยชน์จากการส่งเสริมการลงทุน ทำให้หลายบริษัทมีการเปิดบริษัทลูกในประเทศไทยขึ้นเพื่อผลิตสินค้าชิ้นส่วนฯ ป้อนให้กับโรงงานผลิตรถยนต์ของตนเอง (วรรณนา วงศ์พิศาลภพ, 2563)

ตลาดของชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ชิ้นส่วนยานยนต์ OEM และชิ้นส่วนยานยนต์ REM โดยตลาดชิ้นส่วนฯ OEM คือ ตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ เพื่อการประกอบยานยนต์ (Original Equipment Manufacturer) และตลาดชิ้นส่วนฯ REM คือ ตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ เพื่อการทดแทนหรืออะไหล่ยานยนต์ (Replacement Equipment Manufacturer) ในปัจจุบันตลาดชิ้นส่วนฯ OEM มีสัดส่วนมูลค่าตลาดอยู่ที่ร้อยละ 30 ถึงร้อยละ 40 ของตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ ในประเทศไทย ถึงแม้ว่าบริษัทผลิตรถยนต์ส่วนใหญ่ยังจำเป็นต้องนำเข้าบางชิ้นส่วนจากต่างประเทศ หรือจากบริษัทแม่ เนื่องจากเทคโนโลยีขั้นสูง หรือความพิเศษจำเพาะของแต่ละบริษัท แต่ยังคงมีการใช้ชิ้นส่วนในประเทศถึงร้อยละ 70 ในรถยนต์ 1 คัน และตลาดชิ้นส่วนฯ REM มีสัดส่วนมูลค่าตลาดอยู่ที่ร้อยละ 60 ถึงร้อยละ 70 ของตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย และยังคงเติบโตขึ้นตามจำนวนยานยนต์ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในประเทศไทย อันเนื่องมาจากความต้องการเปลี่ยนชิ้นส่วนฯ ตามระยะทางที่ใช้งานและอายุการใช้งาน นอกจากนี้ในตลาดทั้ง 2 ส่วนนี้ยังมีอัตราการส่งออกไปยังต่างประเทศอีกด้วย ซึ่งสินค้าที่ประเทศไทยส่งออกเป็นหลัก คือ เครื่องยนต์ ชุดสายไฟ ตัวถัง กระจก ยางรถยนต์ เป็นต้น ซึ่งประเทศไทยถือเป็นประเทศที่มีศักยภาพสูง เพราะมีความพร้อมในด้านของห่วงโซ่อุปทาน และสามารถผลิตชิ้นส่วนฯที่มีคุณภาพดี เป็นที่ยอมรับในบริษัทผลิตรถยนต์ (วรรณนา วงศ์พิศาลภพ, 2563)

ชิ้นส่วนยานยนต์ประกอบด้วยหลายอุตสาหกรรม ตั้งแต่ชิ้นส่วนขนาดเล็กจนถึงชิ้นส่วนขนาดใหญ่ ชิ้นส่วนอุตสาหกรรมที่บริษัท ABC จำกัด ดำเนินธุรกิจอยู่นั้น คือ อุปกรณ์แลกเปลี่ยนความร้อน ซึ่งก็คือหม้อน้ำรถยนต์ ในส่วนของอุตสาหกรรมผลิตหม้อน้ำรถยนต์ในประเทศไทยนั้น มีอยู่ในทั้งส่วนของตลาดชิ้นส่วนฯ OEM และตลาดชิ้นส่วนฯ REM ทั้งนี้มีแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน เพราะบริษัทที่อยู่ในตลาดชิ้นส่วนฯ OEM จะขายสินค้าให้กับบริษัทผลิตรถยนต์เป็นหลัก โดยจะเป็นโรงงานขนาดใหญ่ มีกำลังการผลิตที่สามารถผลิตได้หม้อน้ำแต่ละรุ่นจำนวนมาก ในขณะที่บริษัทที่อยู่ในตลาดชิ้นส่วนฯ REM จะเน้นผลิตสินค้าที่หลากหลายรุ่นมากกว่าในการผลิต เพราะต้องสนองต่อความต้องการของสินค้าต่อรถยนต์ทุกยี่ห้อและทุกรุ่นที่มีอยู่ในตลาด

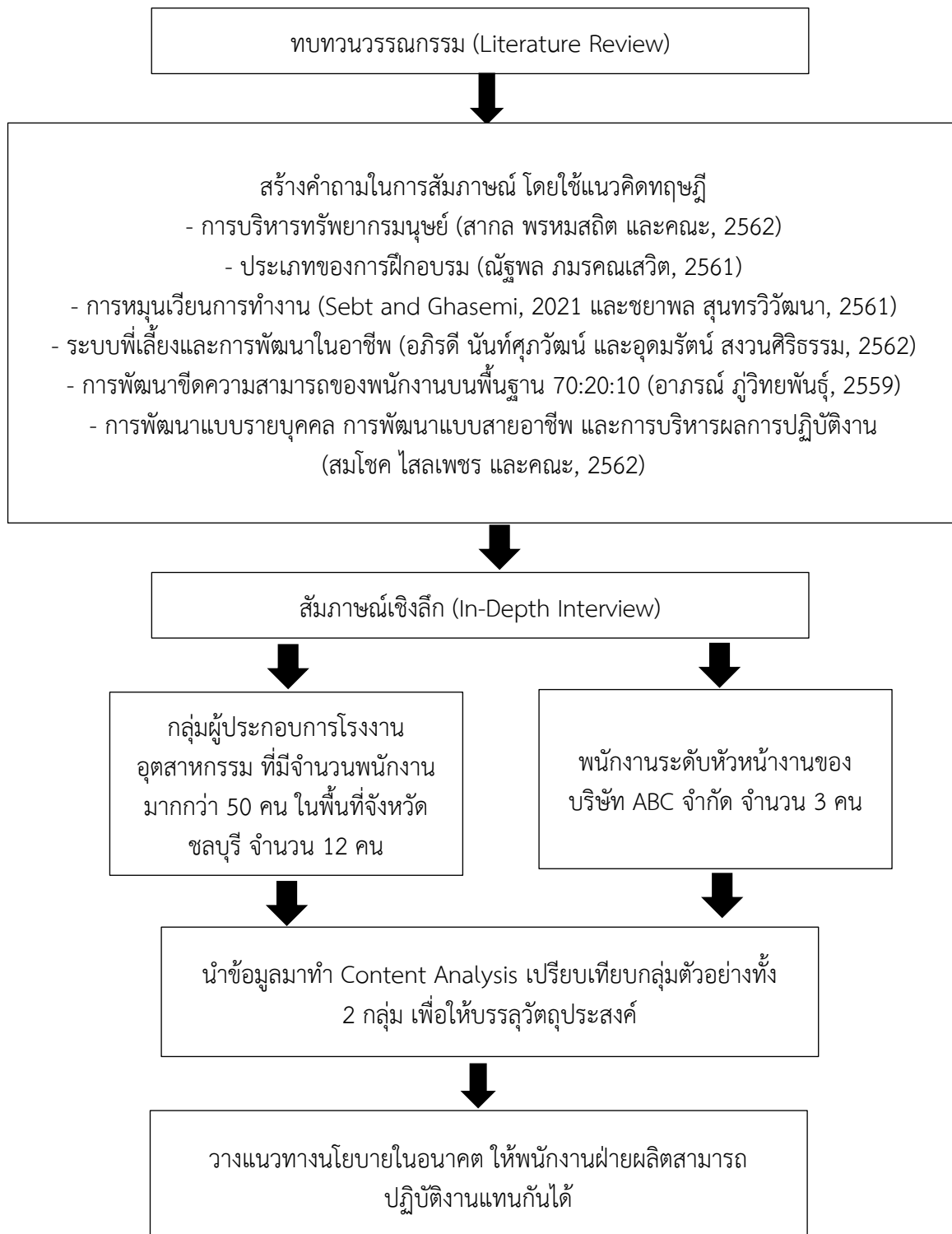
เนื่องจากสินค้าของบริษัท ABC จำกัด มีขนาดที่แตกต่างกัน รวมไปถึงรูปลักษณะ และวัสดุที่ใช้ ดังนั้นในกระบวนการผลิตจึงมีความแตกต่างกันพอสมควร เนื่องจากมีหลากหลายองค์ประกอบ โดยสามารถแบ่งแผนกในฝ่ายผลิตได้ดังนี้ แผนกขึ้นรูปวัตถุดิบ แผนกประกอบ แผนกเตาอบ แผนกล้างน้ำยา แผนกตรวจสอบคุณภาพ เป็นต้น ซึ่งในแต่ละแผนกยังมีหน้าที่แยกย่อยลงไปอีก และมีรายละเอียดพอสมควรในการทำหน้าที่ของพนักงานแต่ละคน ดังนั้นพนักงานแต่ละตำแหน่งจึงจำเป็นต้องมีความชำนาญในตำแหน่งหน้าที่ของตนเป็นอย่างดี เพื่อที่จะสามารถทำการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเนื่องจากบริษัทฯ เป็นบริษัทขนาดเล็กทำให้มีบางตำแหน่งในแต่ละแผนกที่มีพนักงานเพียงคนเดียวที่มีความรู้ความชำนาญเฉพาะด้าน และไม่ได้มีการวางแผนการฝึกอบรมพนักงานเพื่อให้สามารถทำงานทดแทนกันได้ ทำให้หลายครั้งเมื่อพนักงานคนดังกล่าวลาหยุดไม่ได้มาทำงาน จะส่งผลให้การทำงานไม่ไหลลื่น และมีบางครั้งเกิดข้อผิดพลาดจากพนักงานที่จำเป็นต้องมาปฏิบัติงานแทนอีกด้วย

จากปัญหาที่กล่าวมาในข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาทักษะในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิตในแต่ละตำแหน่ง เพื่อให้สามารถทำงานทดแทนกันได้ในกรณีที่พนักงานประจำตำแหน่งนั้นลาหยุด หรือลาออกจากงาน เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อการทำงานในสายงานผลิต โดยศึกษาแนวทางต่าง ๆ ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับบริษัท ABC จำกัด ได้อย่างเหมาะสม โดยมีความคาดหวังว่าจะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพ และศักยภาพในการทำงานของพนักงานในสายการผลิตได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาทักษะพนักงานฝ่ายผลิต ให้สามารถปฏิบัติงานทดแทนกันได้
2. เพื่อวางแนวทางนโยบายในอนาคต ให้พนักงานฝ่ายผลิตสามารถปฏิบัติงานทดแทนกันได้

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ข้อมูลที่สามารถนำมาปรับใช้ เพื่อวางแผนแนวทางการพัฒนาทักษะการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิตให้สามารถปฏิบัติงานทดแทนกันได้
2. ผู้บริหารมีข้อมูลแนวทางในการวางนโยบายการอบรมพนักงานฝ่ายผลิตในอนาคต

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตเนื้อหาการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษา เพื่อวางแผนแนวทางการพัฒนาทักษะพนักงานฝ่ายผลิต ของบริษัท ABC จำกัด

ขอบเขตประชากรของผู้ให้สัมภาษณ์

1. ผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดชลบุรี ที่เป็นสมาชิกสมาคมส่งเสริมพัฒนาผู้ประกอบการไทย จังหวัดชลบุรี จำนวน 294 คน
2. พนักงานระดับหัวหน้างานของบริษัท ABC จำกัด จำนวน 3 คน

ขอบเขตพื้นที่ในการเก็บข้อมูล

พื้นที่จังหวัดชลบุรี

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาดำเนินการวิจัย เริ่มต้นเดือนกรกฎาคม 2564 - เดือนธันวาคม 2564 โดยใช้ระยะเวลาการเก็บข้อมูลในเดือนกันยายน 2564 - เดือนพฤศจิกายน 2564

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในงานวิจัยนี้ คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่าง โดยเป็นคำถามแบบปลายเปิดเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงที่สุดจากกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับผู้ให้ข้อมูล ชื่อ เพศ อายุ ตำแหน่ง บริษัทที่ทำงานอยู่

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับนโยบายการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ของบริษัทในปัจจุบัน

ส่วนที่ 3 คำถามด้านทัศนคติ ความคิดเห็น เรื่องการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในบริษัท

ส่วนที่ 4 คำถามด้านประสบการณ์ในการฝึกอบรมทรัพยากรมนุษย์ในบริษัท ปัญหาและอุปสรรครวมถึงวิธีการแก้ไข

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะในการวางแผนแนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

สัมภาษณ์เชิงลึกและเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างทั้ง 15 คน โดยการสัมภาษณ์จะใช้เวลาประมาณ 30 - 60 นาทีต่อคน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจำนวนข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มตัวอย่าง ว่ายังมีข้อมูลใหม่เกิดขึ้นอีกหรือไม่ หรือผู้วิจัยมีข้อสงสัยเพิ่มเติมอีกหรือไม่ และยังรวมถึงการให้ความร่วมมือของผู้ให้ข้อมูลอีกด้วย โดยรูปแบบในการสัมภาษณ์เป็นได้ทั้งรูปแบบเข้าพบหรือรูปแบบออนไลน์ ตามแต่ความสะดวกของผู้เข้าร่วมโครงการ ซึ่งรวมถึงสถานที่ในการสัมภาษณ์ด้วยเช่นเดียวกัน หากผู้เข้าร่วมโครงการสะดวกให้เข้าพบ สถานที่ที่ใช้ในการสัมภาษณ์จะเป็นห้องประชุม หรือห้องทำงานของผู้เข้าร่วมโครงการแต่ละคน และในระหว่างการสัมภาษณ์จะมีการใส่แมสป้องกันตลอดระยะเวลาการสัมภาษณ์ โดยในระหว่างการสัมภาษณ์จะมีการบันทึกเสียงเพียงอย่าง

เดียว จะไม่มีการบันทึกภาพใดใดทั้งสิ้น หากผู้เข้าร่วมโครงการสะดวกในการให้สัมภาษณ์ผ่านทางออนไลน์ ผู้วิจัยจะทำการส่งเอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมโครงการและเอกสารแสดงความยินยอมไปยังผู้เข้าร่วมโครงการผ่านทางอีเมล และจะขอให้ผู้เข้าร่วมโครงการจัดส่งเอกสารดังกล่าวกลับมาทางอีเมลหลังจากลงนามเรียบร้อยแล้ว การสัมภาษณ์ผ่านทางออนไลน์จะทำการบันทึกเสียงเพียงอย่างเดียว จะไม่มีการบันทึกภาพใดใดทั้งสิ้นเช่นกัน เมื่อทำการสัมภาษณ์เสร็จสิ้นแล้ว ผู้วิจัยจึงจะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาสรุปอีกครั้งหนึ่ง เพื่อใช้ในการปรับปรุงในการสัมภาษณ์ครั้งต่อไป และเพื่อตกผลึกทางความคิดแล้วให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการสรุปประเด็นทั้งหมดในงานวิจัยครั้งนี้

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพจากกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารโรงงานอุตสาหกรรม จำนวน 12 คน

ตารางที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการทำ Content Analysis ตามคำถามที่ 1 ปัจจุบันบริษัทมีนโยบายการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ด้านทักษะการทำงานฝ่ายผลิตอย่างไร

หัวข้อ	จำนวน	ร้อยละ	หัวข้อย่อย	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทการฝึกอบรมเมื่อรับพนักงานใหม่	9	75	อบรมแบบสัมมนาให้ความรู้	5	55.55
			ฝึกอบรมแบบพี่เลี้ยง	3	33.33
			ฝึกอบรมจากการทำงานจริง	3	33.33
สถานที่ในการฝึกอบรม	9	75	ฝึกอบรมภายในบริษัท	9	100
			ออกไปฝึกอบรมภายนอกบริษัท	1	11.11

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์ในกลุ่มผู้บริหารทั้ง 12 คน ในคำถามที่ 1 สามารถวิเคราะห์องค์ประกอบหลักได้ 2 องค์ประกอบ

องค์ประกอบที่ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวถึงเป็นจำนวนเท่ากัน คือ เรื่องประเภทการฝึกอบรม และสถานที่ในการฝึกอบรม คิดเป็นร้อยละ 75 ของผู้ให้สัมภาษณ์

ประเภทการฝึกอบรมเมื่อรับพนักงานใหม่มีรายละเอียดองค์ประกอบย่อยที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุด คือ อบรมแบบสัมมนาให้ความรู้ คิดเป็นร้อยละ 55.55 โดยมีตัวอย่างความคิดเห็น “พนักงานที่เข้ามาใหม่ก่อนที่จะเข้าเริ่มงานจริง จะต้องมีการ Orientation ก่อน” และ “เราจะเน้นให้พนักงานสร้างความรู้เกี่ยวกับด้านหลักก่อน เวลาเรารับคนใหม่เข้ามาทำงาน เราก็ต้องให้เขาเข้าใจก่อนว่าหลักมีกี่ชนิด”

ด้านสถานที่ในการฝึกอบรมมีรายละเอียดองค์ประกอบย่อยที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุด คือ ฝึกอบรมภายในบริษัท คิดเป็นร้อยละ 100 โดยมีตัวอย่างความคิดเห็น “ดังนั้นจะเป็นการสอนงานต่อ ๆ กันจากพนักงานเก่าที่มีอยู่แล้วในแผนก” และ “ถ้าพนักงานใหม่เข้ามาเราจะมีทำให้หัวหน้างานอบรม โดยจะเป็น On job training”

ตารางที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการทำ Content Analysis ตามคำถามที่ 2 ปัจจุบันบริษัทมีการฝึกอบรมพนักงานฝ่ายผลิตอย่างไร ใช้ประเภทของการฝึกอบรมแบบใด

หัวข้อย่อย	จำนวน	ร้อยละ
ฝึกอบรมแบบพี่เลี้ยง	3	25
ฝึกอบรมแบบ On job training	9	75
ส่งออกไปอบรมภายนอก	3	25
อบรมโดยการเชิญวิทยากรจากภายนอกมาอบรม	1	8.33

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์ในกลุ่มผู้บริหารทั้ง 12 คน ในคำถามที่ 2 สามารถวิเคราะห์องค์ประกอบย่อยได้ 4 องค์ประกอบ

องค์ประกอบย่อยที่ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวถึงเป็นจำนวนมากที่สุดคือ ฝึกอบรมแบบ On job training คิดเป็นร้อยละ 75 โดยมีตัวอย่างความคิดเห็น “เราจะใช้การอบรมด้านทักษะพื้นฐานก่อนเริ่มงานจริง เป็นเชิงปฏิบัติ จะไม่ค่อยมีเชิงทฤษฎี ทางบริษัทจะใช้เป็นการฝึกงานผ่านการทำงานจริง (Train on job)” และ “การอบรมเราจะเป็น on job training”

ลำดับต่อมา คือ การฝึกอบรมแบบพี่เลี้ยง และ การส่งออกไปอบรมภายนอก ถูกกล่าวถึงจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 25 โดยมีตัวอย่างความคิดเห็น “เรามีใช้ On the job training มีการส่งพนักงานไปอบรมด้านนอก และมีการใช้ระบบพี่เลี้ยง” และ “การอบรมเพื่อพัฒนาทักษะ จะมีการส่งไปอบรมกับสถาบันภายนอก เช่น การอบรมด้านแม่พิมพ์ก็จะมีส่งไปอบรมที่สถานบันไทย-เยอรมัน ที่อมตะนคร”

ตารางที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการทำ Content Analysis ตามคำถามที่ 3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ฝ่ายผลิตของบริษัท

หัวข้อ	จำนวน	ร้อยละ	หัวข้อย่อย	จำนวน	ร้อยละ
สัญญาติของพนักงาน	1	8.33	ใช้กฎระเบียบในการบริหาร	1	100
ควรมีการปรับปรุงการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ฝ่ายผลิตของบริษัท	7	58.33	ปรับปรุงโครงสร้างการฝึกอบรม เพื่อยกระดับความรู้ของพนักงาน	4	33.33
			ยังไม่มีการพัฒนาที่ชัดเจน	1	8.33
			การดึงดูให้พนักงานทำงานด้วยนาน ๆ	1	8.33
			พัฒนาด้านการตรวจวัดผล	1	8.33
พึงพอใจกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ฝ่ายผลิตของบริษัท	3	25	พึงพอใจกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของบริษัท	2	66.67
			พึงพอใจแล้วแต่อาจต้องเพิ่มเติมบางส่วน	1	33.33

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์ในกลุ่มผู้บริหารทั้ง 12 คน ในคำถามที่ 3 สามารถวิเคราะห์องค์ประกอบหลักได้ 3 องค์ประกอบ

องค์ประกอบที่ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวถึงเป็นจำนวนมากที่สุดคือ ควรมีการปรับปรุงการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ฝ่ายผลิตของบริษัท คิดเป็นร้อยละ 58.33 โดยมีรายละเอียดองค์ประกอบย่อยเรื่องที่ยากปรับปรุงมากที่สุดคือ ปรับปรุงโครงสร้างการฝึกอบรม เพื่อยกระดับความรู้ของพนักงาน โดยมีตัวอย่างความคิดเห็น “ตอนนี้อยากจะปรับปรุง คือให้มีการเอาทักษะที่เขายังไม่เคยมี ที่ต้องส่งออกไปอบรมข้างนอก เข้ามาอบรมมากขึ้น เพื่อให้พนักงานของเรามีความรู้ทันกับความรู้ข้างนอก” และ “ระบบการเทรนนิ่งของบริษัทยังไม่ดีพอ ถ้าสามารถตั้งการฝึกอบรมขึ้นมาให้เป็นกิจจะลักษณะและมีโครงสร้างที่ชัดเจน จะช่วยให้พนักงานแต่ละคนมีทักษะการทำงานที่ดีขึ้น ทำให้มีผลผลิตที่ดีขึ้นและมีความเสียหายที่ลดลง”

ลำดับต่อมาคือ พึงพอใจกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ฝ่ายผลิตของบริษัท คิดเป็นร้อยละ 25 โดยมีรายละเอียดองค์ประกอบย่อยคือ พึงพอใจกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของบริษัท โดยมีตัวอย่างความคิดเห็น “โดยรวมค่อนข้างพอใจกับสิ่งที่เป็นอยู่ เนื่องจากพนักงานส่วนใหญ่เป็นแรงงาน เขาจะสนใจเฉพาะค่าตอบแทน และปัจจุบันพนักงานค่อนข้างพอใจกับค่าตอบแทนที่เขาได้รับ และมีแรงจูงใจในการทำงาน” และ “ถ้าเกิดเป็นเรื่องของความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเนื้องานคิดว่าปัจจุบันพอเพียงแล้ว”

ตารางที่ 4 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการทำ Content Analysis ตามคำถามที่ 4 ท่านเห็นว่าการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีความสำคัญอย่างไร

หัวข้อย่อย	จำนวน	ร้อยละ
เห็นความสำคัญ และเห็นว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิต	9	75
เห็นความสำคัญ และส่งเสริมให้พนักงานก้าวหน้า	1	8.33
เห็นความสำคัญ แต่พนักงานไม่ได้ให้ความร่วมมือ	2	16.67
เห็นว่ามีความสำคัญน้อยกว่าปัจจัยอื่น	1	8.33

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์ในกลุ่มผู้บริหารทั้ง 12 คน ในคำถามที่ 4 สามารถวิเคราะห์องค์ประกอบย่อยได้ 4 องค์ประกอบ

องค์ประกอบย่อยที่ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวถึงเป็นจำนวนมากที่สุด คือ เห็นความสำคัญ และเห็นว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิต คิดเป็นร้อยละ 75 โดยมีตัวอย่างความคิดเห็น “มีความสำคัญมาก เพราะว่ามันมนุษย์คือคนทำงาน เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญในการผลิต บริษัทเราให้ความสำคัญในเรื่องของสมรรถนะในชีวิตของพนักงาน ทั้งในเรื่องของระยะเวลาการทำงาน สวัสดิภาพของการทำงาน รวมถึงความเป็นอยู่นอกเวลางาน” และ “เรื่องคนี่สำคัญมาก แทบจะเป็นที่สุดของธุรกิจ เพราะสุดท้ายแล้วเป็นคนที่ต้องไปใช้เครื่องจักรในการทำงาน”

ลำดับต่อมาคือ เห็นความสำคัญแต่พนักงานไม่ให้ความร่วมมือ คิดเป็นร้อยละ 16.67 โดยมีตัวอย่างความคิดเห็น “มีความสำคัญ แต่ว่าพนักงานไม่ได้ให้ความร่วมมือมากนัก” และ “มีความสำคัญมาก ปัญหาเรื่องทรัพยากรมนุษย์ของไทยเราค่อนข้างจะแย่ เขาไม่ค่อยเรียนรู้ และเขาไม่ใส่ใจในการที่จะทำงานจริง ๆ”

ตารางที่ 5 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการทำ Content Analysis ตามคำถามที่ 5 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับการหมุนเวียนการทำงานของฝ่ายผลิต

หัวข้อย่อย	จำนวน	ร้อยละ
สามารถช่วยเพิ่มทักษะให้พนักงาน และสามารถทำงานทดแทนกันได้	7	58.33
ช่วยให้พนักงานเข้าใจงานของแผนกอื่นมากขึ้น ส่งผลให้มีคุณภาพงานดีขึ้น	3	25
การหมุนเวียนงานเป็นสิ่งจำเป็น	1	8.33
การหมุนเวียนงานต้องมีระบบ และสามารถทำได้เพียงบางตำแหน่ง	4	33.33
งานที่ทำเน้นความชำนาญ คิดว่าการหมุนเวียนงานไม่เหมาะสม	1	8.33

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์ในกลุ่มผู้บริหารทั้ง 12 คน ในคำถามที่ 5 สามารถวิเคราะห์องค์ประกอบย่อยได้ 5 องค์ประกอบ

องค์ประกอบย่อยที่ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวถึงเป็นจำนวนมากที่สุด คือ การหมุนเวียนงานสามารถช่วยเพิ่มทักษะให้พนักงาน และสามารถทำงานทดแทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 58.33 โดยมีตัวอย่างความคิดเห็น “การหมุนเวียนการทำงานภายในแผนกมีส่วนช่วยให้พนักงานพัฒนาทักษะการทำงานที่จำเป็นในสายงานของตัวเอง และสามารถทำงานทดแทนกันได้ภายในแผนก” และ “ถ้ามีการทำ Job rotate อยู่แล้วก็สามารถให้พนักงานเข้าไปทำหน้าที่ทดแทนกันได้ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง”

ลำดับต่อมาคือ การหมุนเวียนงานต้องมีระบบ และสามารถทำได้เพียงบางตำแหน่ง คิดเป็นร้อยละ 33.33 โดยมีตัวอย่างความคิดเห็น “Job rotating ต้องทำแต่ต้องมีระบบในการควบคุม ต้องทำงานสามารถรับผิดชอบได้ ถ้าทำเร็วเกินไปคนก็จะไม่รับผิดชอบ เพียงแค่ทำให้พ้น ๆ” และ “Job rotation ในบางตำแหน่งนั้นสามารถทำได้ เพื่อให้เขาเพิ่มทักษะมากขึ้น แต่ในบางตำแหน่งก็อาจจะไม่ได้เนื่องจากว่าเป็นเฉพาะทางหรือว่าเขาไม่สามารถทำงานอย่างอื่นได้เนื่องจากทักษะไม่ถึง”

ตารางที่ 6 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการทำ Content Analysis ตามคำถามที่ 6 บริษัทเคยใช้การหมุนเวียนการทำงานหรือ การใช้ระบบพี่เลี้ยงหรือไม่

หัวข้อย่อย	จำนวน	ร้อยละ
เคยใช้ระบบหมุนเวียนการทำงาน	11	91.67
เคยใช้ระบบพี่เลี้ยง	2	16.67

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์ในกลุ่มผู้บริหารทั้ง 12 คน ในคำถามที่ 6 สามารถวิเคราะห์องค์ประกอบย่อยได้ 2 องค์ประกอบ

ผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 91.67 เคยใช้ระบบหมุนเวียนการทำงานกับพนักงานฝ่ายผลิตในบริษัท และผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 ที่เคยใช้ระบบพี่เลี้ยงกับพนักงานฝ่ายผลิตในบริษัท

ตารางที่ 7 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการทำ Content Analysis ตามคำถามที่ 7 บริษัทมีการวางแผนในการอบรมพนักงานฝ่ายผลิต ทั้งในระยะสั้น และในระยะยาวหรือไม่ (ถ้ามี) มีการวางแผนอย่างไร

หัวข้อย่อย	จำนวน	ร้อยละ
มีเพียงแผนระยะสั้น โดยมีการกำหนดจำนวนครั้งขั้นต่ำที่พนักงาน 1 คนจะต้องผ่านการฝึกอบรมในแต่ละปี	6	50
ไม่มีการวางแผนในส่วนนี้	6	50

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์ในกลุ่มผู้บริหารทั้ง 12 คน ในคำถามที่ 7 สามารถวิเคราะห์องค์ประกอบย่อยได้ 2 องค์ประกอบ

ผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ที่มีการวางแผนในระยะสั้น โดยมีการกำหนดจำนวนครั้งขั้นต่ำที่พนักงาน 1 คน จะต้องผ่านการฝึกอบรมในแต่ละปี และผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ที่บริษัทไม่มีการวางแผนการอบรมพนักงานทั้งในระยะสั้น และระยะยาว

ตารางที่ 8 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการทำ Content Analysis ตามคำถามที่ 8 บริษัทมีการวางแผนการพัฒนาทักษะพนักงานฝ่ายผลิตแบบสายอาชีพ (Career Development) หรือไม่ (ถ้ามี) มีการวางแผนอย่างไร

หัวข้อย่อย	จำนวน	ร้อยละ
มีการวางแผนเฉพาะพนักงานสัญชาติไทย โดยจะเป็นด้านค่าตอบแทน	1	8.13
มีการวางแผน โดยเป็นการเติบโตในสายอาชีพงาน	2	16.67
ไม่มีการวางแผนในส่วนนี้	9	75

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์ในกลุ่มผู้บริหารทั้ง 12 คน ในคำถามที่ 8 สามารถวิเคราะห์องค์ประกอบย่อยได้ 3 องค์ประกอบ

องค์ประกอบย่อยที่ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวถึงมากที่สุด มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 75 ไม่มีการวางแผนการพัฒนาทักษะพนักงานฝ่ายผลิตแบบสายอาชีพ

ลำดับต่อมาผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 ที่บริษัทมีการวางแผนการพัฒนาแบบสายอาชีพ โดยเป็นการเติบโตในสายอาชีพเมื่อพนักงานมีทักษะ ความรับผิดชอบ และประสบการณ์ โดยมีตัวอย่างความคิดเห็น “เรามีการวางแผนให้กับพนักงานทุกคนอยู่แล้ว หากพนักงานมีความสามารถ และมีความรับผิดชอบสามารถ พนักงานสามารถเติบโตได้ในสายงานของแต่ละคน” และ “ก่อนที่จะเข้าบริษัทพนักงานจะได้รับการ Orientation ในฝั่งองค์กร ในฝั่งแผนกของเขา ตอนนี้เขาอยู่จุดไหน แล้ว Career Path ของเขาถ้าเขาจะก้าวต่อไป ถ้าจะมีการพัฒนา ความก้าวหน้าในอาชีพของเขา”

ตารางที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการทำ Content Analysis ตามคำถามที่ 9 บริษัทมีการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิตอย่างไร

หัวข้อย่อย	จำนวน	ร้อยละ
ใช้ KPI ในการประเมินผลการปฏิบัติงาน ฝ่ายบุคคลเป็นผู้กำหนดหัวข้อ	2	16.67
ประเมินโดยการให้คะแนนจากหัวหน้างาน โดยหัวหน้างานกำหนดหัวข้อการประเมิน	5	41.67
ประเมินจากเวลาการทำงาน (ขาด ลา มาสาย) และคุณภาพของงาน มีของเสียมากหรือน้อย ทำการประเมินโดยหัวหน้างาน	4	33.33

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์ในกลุ่มผู้บริหารทั้ง 12 คน ในคำถามที่ 9 สามารถวิเคราะห์องค์ประกอบย่อยได้ 3 องค์ประกอบ

องค์ประกอบย่อยที่ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวถึงมากที่สุด มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 41.67 มีการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิต เป็นการให้คะแนนจากหัวหน้างาน โดยหัวหน้างานกำหนดหัวข้อการประเมิน โดยมีตัวอย่างความคิดเห็น “ในแต่ละฝ่ายจะมีการทำการประเมินของเขาเองอยู่ ตามสังกัดย่อย ๆ ของเขา ประเมินโดยผู้จัดการ” และ “ไม่มีการประเมินงานที่ชัดเจน ส่วนใหญ่จะเป็นการประเมินจากหัวหน้างานและจากผู้บริหารเองว่าผลงานที่เขาทำนั้นดีพอหรือยัง”

ลำดับต่อมาผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 มีการประเมินผลการปฏิบัติงานจากเวลาการทำงาน (ขาด ลา มาสาย) และคุณภาพของงาน มีของเสียมากหรือน้อย ทำการประเมินโดยหัวหน้างาน ตัวอย่างความคิดเห็น “เราประเมินการผลการทำงานจากจำนวนวันและเวลาในการทำงานเป็นหลัก แล้วก็ดูผลงานที่เขาทำให้เราว่าตรงตามความต้องการลูกค้าไหม มีงานเสียไหม โดยจะประเมินโดยหัวหน้างาน” และ “โดยปกติฝ่ายผลิตเราดูแค่ 2 อย่างคือ 1) ปริมาณที่ผลิตได้ต่อเวลา 2) เวลาการทำงาน”

ตารางที่ 20 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการทำ Content Analysis ตามคำถามที่ 10 ที่ผ่านมาบริษัทเคยประสบปัญหาหรืออุปสรรคในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ฝ่ายผลิตอย่างไร และมีวิธีการแก้ไขปัญหายังไง

หัวข้อ	จำนวน	ร้อยละ	วิธีแก้ไข	จำนวน	ร้อยละ
ด้านการขาดแคลนแรงงาน	9	75	ขาดแคลนแรงงาน ต้องใช้แรงงานต่างด้าว หรือบริษัทจัดหาแรงงาน	4	33.33
			ขาดแคลนแรงงาน ใช้บริการบริษัทภายนอกเข้ามาทำแทน (Outsource)	2	16.67
			ฝึกพนักงานให้มีทักษะหลายด้านเพื่อทดแทนกัน	3	25
			พนักงานมีปัญหาตัวเอง	2	16.67
พนักงานเกียจงานกันทำ			ทำการกำหนดนโยบาย และกฎระเบียบให้ชัดเจน	2	100
ด้านค่าตอบแทน	2	16.67	ได้โบนัสต่ำเกินไป ต้องทำการตกลงกัน	1	8.33
			พนักงานที่ทำงานมานานมีฐานเงินเดือนสูงเกินไป กำลังดำเนินการหาวิธีแก้ไข	1	8.33

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์ในกลุ่มผู้บริหารทั้ง 12 คน ในคำถามที่ 10 สามารถวิเคราะห์องค์ประกอบได้ 3 องค์ประกอบ

ปัญหาด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ผู้ให้สัมภาษณ์เคยประสบมากที่สุด มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 75 เคยประสบปัญหาด้านการขาดแคลนแรงงาน มีวิธีการแก้ไขโดยการใช้แรงงานต่างด้าว หรือใช้บริการบริษัทจัดหาแรงงาน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 และลำดับต่อมาแก้ไขปัญหาโดยการฝึกพนักงานให้มีทักษะหลายด้านเพื่อทำงานทดแทนกันได้ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 25

ตารางที่ 11 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการทำ Content Analysis ตามคำถามที่ 11 ท่านมีข้อเสนอแนะอย่างไรบ้างในการวางแผนทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ฝ่ายผลิต

หัวข้อย่อย	จำนวน	ร้อยละ
ควรมีการสื่อสารที่ดี ทั้งระหว่างผู้บริหารกับพนักงาน และระหว่างพนักงานด้วยกัน	5	41.67
มีการจัดตารางการหมุนเวียนการทำงาน เพื่อให้พนักงานได้เรียนรู้ทักษะใหม่ ๆ	4	33.33
มีการวางแผนการพัฒนาทักษะของพนักงานอย่างเป็นระบบ	2	16.67
เปิดโอกาสให้พนักงานได้ลองทำสิ่งใหม่ ๆ	1	8.33
จัดทำคู่มือและรายละเอียดของงาน เพื่อให้พนักงานสามารถเรียนรู้งานได้เร็วยิ่งขึ้น	1	8.33

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์ในกลุ่มผู้บริหารทั้ง 12 คน ในคำถามที่ 11 สามารถวิเคราะห์องค์ประกอบย่อยได้ 5 องค์ประกอบ

องค์ประกอบย่อยที่ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวถึงมากที่สุด มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 41.67 แนะนำให้ควรมีการสื่อสารที่ดีในบริษัท ทั้งระหว่างผู้บริหารกับพนักงาน และระหว่างพนักงานด้วยกัน โดยมีตัวอย่างความคิดเห็น “การสื่อสารสำคัญที่สุด เพราะถ้าเราเริ่มปลูกฝังให้กับพนักงานตั้งแต่เริ่มเข้ามาทำงานใหม่” และ “แนะนำให้เรามีความขยันเรียนรู้ ให้เราช่างถามเพื่อรู้ว่าพนักงานสนใจในด้านไหน เราก็จะสามารถฝึกเขาในสิ่งที่เขาต้องการได้”

ลำดับต่อมาผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 แนะนำให้มีการจัดตารางการหมุนเวียนการทำงานเพื่อให้พนักงานได้เรียนรู้ทักษะใหม่ ๆ โดยมีตัวอย่างความคิดเห็น “ให้จัดตารางในการหมุนเวียนการทำงาน และหัวหน้างานจะต้องใกล้ชิดในการทำงาน เพราะการหมุนเวียนหากมีการสับเปลี่ยนในทีเดียวหัวหน้างานจะสอนงานไม่ทัน เราจะต้องวางแผนในการพัฒนาเป็นคน ๆ ไป” และ “ถ้าในการทำงานทั่วไป อย่างเช่นที่นี่ทำงาน 6 วัน ใน 6 วันก็อาจจะต้องมีสัก 1 วันที่คุณจะมีโอกาสได้ไปทำงานฝ่ายอื่น ๆ ซึ่งจะช่วยให้พนักงานได้เพิ่มเติมทักษะด้านอื่น ๆ ที่ไม่เคยทำ”

ผลการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพจากกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มที่ 2 กลุ่มพนักงานระดับหัวหน้างานของบริษัท ABC จำกัด

ตารางที่ 12 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการทำ Content Analysis ตามคำถามที่ 1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับนโยบายการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ฝ่ายผลิตของบริษัทในปัจจุบัน

หัวข้อย่อย	จำนวน	ร้อยละ
คิดว่าการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ฝ่ายผลิตของบริษัทดีอยู่แล้ว	2	66.67
คิดว่าจำนวนของบุคลากรไม่เหมาะสมกับจำนวนงาน	1	33.33

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์ในกลุ่มหัวหน้างานของบริษัท ABC จำกัด ทั้ง 3 คน ในคำถามที่ 1 สามารถวิเคราะห์องค์ประกอบย่อยได้ 2 องค์ประกอบ

องค์ประกอบย่อยที่ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวถึงมากที่สุด มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 เห็นว่าการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ฝ่ายผลิตของบริษัทดีอยู่แล้ว

ตารางที่ 13 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการทำ Content Analysis ตามคำถามที่ 2 ท่านเห็นว่าควรมีการปรับปรุงการบริหารอย่างไรบ้าง

หัวข้อย่อย	จำนวน	ร้อยละ
คิดว่าเหมาะสมอยู่แล้ว	2	66.67
คิดว่าควรมีพนักงานเพิ่มขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับจำนวนงาน	1	33.33

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์ในกลุ่มหัวหน้างานของบริษัท ABC จำกัด ทั้ง 3 คน ในคำถามที่ 2 สามารถวิเคราะห์องค์ประกอบย่อยได้ 2 องค์ประกอบ

องค์ประกอบย่อยที่ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวถึงมากที่สุด มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 เห็นว่าการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ฝ่ายผลิตของบริษัทเหมาะสมอยู่แล้ว

ตารางที่ 14 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการทำ Content Analysis ตามคำถามที่ 3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของบริษัท

หัวข้อย่อย	จำนวน	ร้อยละ
ควรมีการเสริมทักษะพนักงาน ทั้งทางด้านทักษะ และความรู้เพื่อให้ทันกับยุคสมัย	3	100

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์ในกลุ่มหัวหน้างานของบริษัท ABC จำกัด ทั้ง 3 คน ในคำถามที่ 3 สามารถวิเคราะห์องค์ประกอบย่อยได้ 1 องค์ประกอบ

องค์ประกอบย่อยที่ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวถึงมากที่สุด มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 100 เห็นว่าควรมีการเสริมทักษะพนักงาน ทั้งทางด้านทักษะฝีมือ และความรู้ เพื่อให้ทันกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน

ตารางที่ 15 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการทำ Content Analysis ตามคำถามที่ 4 ท่านมีความคิดเห็นว่าเป็นบริษัทควรมี
แนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างไร

หัวข้อย่อย	จำนวน	ร้อยละ
ควรมีแผนการอบรมเพื่อเพิ่มทักษะการทำงานให้กับพนักงานในแต่ละส่วนมากขึ้น	2	66.67
คิดว่าสิ่งที่บริษัททำอยู่เหมาะสมแล้ว	1	33.33

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์ในกลุ่มหัวหน้างานของบริษัท ABC จำกัด ทั้ง 3 คน ในคำถามที่ 4 สามารถวิเคราะห์องค์ประกอบย่อยได้ 2 องค์ประกอบ

องค์ประกอบย่อยที่ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวถึงมากที่สุด มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 เห็นว่าบริษัทควรมีแผนการอบรมเพื่อเพิ่มทักษะการทำงานให้กับพนักงาน แบ่งตามแผนก เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 16 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการทำ Content Analysis ตามคำถามที่ 5 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร กับ
การนำ การหมุนเวียนการทำงาน มาใช้ในการพัฒนาทักษะพนักงาน

หัวข้อย่อย	จำนวน	ร้อยละ
คิดว่าคงไม่เหมาะสมกับการทำงาน เพราะแต่ละคนจะมีความชำนาญที่แตกต่างกัน	1	33.33
คิดว่าดี เพราะเป็นโอกาสให้พนักงานได้เรียนรู้ในส่วนงานต่าง ๆ เพื่อสามารถทำงานทดแทนกันได้	2	66.67

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์ในกลุ่มหัวหน้างานของบริษัท ABC จำกัด ทั้ง 3 คน ในคำถามที่ 5 สามารถวิเคราะห์องค์ประกอบย่อยได้ 2 องค์ประกอบ

องค์ประกอบย่อยที่ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวถึงมากที่สุด มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 เห็นว่าดี เพราะเป็นโอกาสให้พนักงานได้เรียนรู้ในส่วนงานต่าง ๆ เพื่อสามารถทำงานทดแทนกันได้

ตารางที่ 17 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการทำ Content Analysis ตามคำถามที่ 6 ท่านเคยมีส่วนในการฝึกอบรม
พนักงานฝ่ายผลิตหรือไม่ อย่างไร

หัวข้อย่อย	จำนวน	ร้อยละ
เคยมีส่วนในการเป็นผู้ฝึกอบรมให้กับพนักงาน	2	66.67
ไม่เคย	1	33.33

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์ในกลุ่มหัวหน้างานของบริษัท ABC จำกัด ทั้ง 3 คน ในคำถามที่ 6 สามารถวิเคราะห์องค์ประกอบย่อยได้ 2 องค์ประกอบ

องค์ประกอบย่อยที่ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวถึงมากที่สุด มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 เคยมีส่วนในการเป็นผู้ฝึกอบรมให้กับพนักงาน

ตารางที่ 18 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการทำ Content Analysis ตามคำถามที่ 7 ที่ผ่านมாத่านเคยประสบปัญหาหรืออุปสรรค ในการเข้าร่วมการฝึกอบรมหรือไม่

หัวข้อย่อย	จำนวน	ร้อยละ
มีอุปสรรคด้านเวลา เพราะแต่ละคนมีงานต้องรับผิดชอบ รวมถึงพื้นฐานของพนักงานแต่ละคนไม่เท่ากัน	2	66.67
ไม่มี	1	33.33

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์ในกลุ่มหัวหน้างานของบริษัท ABC จำกัด ทั้ง 3 คน ในคำถามที่ 7 สามารถวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบย่อยได้ 2 องค์ประกอบ

องค์ประกอบย่อยที่ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวถึงมากที่สุด มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 มีอุปสรรคด้านเวลา เพราะแต่ละคนมีงานต้องรับผิดชอบ รวมถึงพื้นฐานของพนักงานแต่ละคนไม่เท่ากัน

ตารางที่ 19 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการทำ Content Analysis ตามคำถามที่ 7 ที่ผ่านมาท่านเคยประสบปัญหาหรืออุปสรรค ในการเข้าร่วมการฝึกอบรมหรือไม่

หัวข้อย่อย	จำนวน	ร้อยละ
มีอุปสรรคด้านเวลา เพราะแต่ละคนมีงานต้องรับผิดชอบ รวมถึงพื้นฐานของพนักงานแต่ละคนไม่เท่ากัน	2	66.67
ไม่มี	1	33.33

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์ในกลุ่มหัวหน้างานของบริษัท ABC จำกัด ทั้ง 3 คน ในคำถามที่ 7 สามารถวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบย่อยได้ 2 องค์ประกอบ

องค์ประกอบย่อยที่ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวถึงมากที่สุด มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 มีอุปสรรคด้านเวลา เพราะแต่ละคนมีงานต้องรับผิดชอบ รวมถึงพื้นฐานของพนักงานแต่ละคนไม่เท่ากัน

สรุปข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม โดยใช้วิธี Content Analysis

สรุปข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม รวมทั้งหมด 15 คน ได้ผลการวิจัยดังนี้

1. เมื่อมีการรับพนักงานใหม่เข้ามาในบริษัทควรมีการฝึกอบรมพนักงานเพื่อให้มีความรู้และทักษะเบื้องต้นก่อนที่จะลงมือทำงาน โดยเป็นการฝึกอบรมในรูปแบบสัมมนา ก่อนจึงเป็นการฝึกโดยการลงมือทำงานจริง

2. ประเภทการฝึกอบรมที่ถูกใช้มากที่สุด คือ ให้พนักงานได้ลงมือทำงานจริง (Train on job) ให้ได้รับประสบการณ์ และพบกับปัญหาในการทำงานจริง เพื่อให้พนักงานได้เรียนรู้วิธีการทำงาน และฝึกการแก้ไขปัญหา

3. ควรมีการปรับปรุงการพัฒนาทักษะการทำงานฝ่ายผลิตของบริษัท โดยการปรับปรุงโครงสร้างการฝึกอบรม เพื่อยกระดับความรู้ให้กับพนักงานอย่างสม่ำเสมอ

4. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีความสำคัญอย่างมากต่อบริษัท เพราะทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิต

5. การหมุนเวียนการทำงานสามารถช่วยเพิ่มทักษะให้พนักงาน และทำให้พนักงานสามารถทำงานทดแทนกันได้ และต้องมีการกำหนดกรอบระยะเวลาในการหมุนเวียนงานที่ชัดเจน
6. ผู้บริหารร้อยละ 91.67 เคยใช้ระบบหมุนเวียนการทำงานกับพนักงานฝ่ายผลิตในบริษัท
7. ควรมีการวางแผนการฝึกอบรมระยะสั้น เพื่อฝึกอบรมพนักงานฝ่ายผลิตของบริษัท โดยมีแผนการฝึกอบรมแยกตามแผนกตามทักษะการทำงานที่จำเป็น เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
8. การประเมินผลการปฏิบัติการใช้การประเมินโดยการให้คะแนนพนักงาน มีผู้ประเมินเป็นหัวหน้างาน โดยแต่ละแผนกจะมีหัวข้อในการประเมินที่แตกต่างกัน เพื่อให้สอดคล้องกับงาน
9. ผู้บริหารจำนวนร้อยละ 75 มีปัญหาด้านการขาดแคลนแรงงาน และแก้ไขปัญหาโดยการใช้บริการบริษัทจัดหาแรงงาน และการจ้างแรงงานต่างด้าว
10. การสื่อสารภายในองค์กรเป็นเรื่องสำคัญ ทั้งระหว่างผู้บริหารกับพนักงาน และระหว่างพนักงานด้วยกันเอง การสื่อสารที่ดีจะส่งผลดีต่อองค์กร ทำให้ผู้บริหารเข้าใจถึงความต้องการของพนักงานมากยิ่งขึ้น ในทางกลับกันพนักงานจะเข้าใจในผู้บริหารมากขึ้นเช่นเดียวกัน ทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

อภิปรายผล

การฝึกอบรมความรู้พื้นฐาน แล้วจึงฝึกอบรมผ่านการปฏิบัติงานจริง จะสามารถทำให้พนักงานได้พัฒนาทักษะและเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ณัฐพล ภมรคนเสวิต, 2561) เรื่อง รูปแบบการฝึกอบรมที่เหมาะสมกับทักษะในงานทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่พบว่า การจะเสริมสร้างทักษะในด้านพื้นฐานจำเป็นจะต้องมีการฝึกอบรมแบบปฏิบัติงานจริง ควบคู่ไปกับการใช้กรณีศึกษา การใช้บทบาทสมมติ และการใช้สถานการณ์จำลอง เพื่อให้การฝึกอบรมสามารถเรียนรู้ เข้าใจ และมีทักษะตามหน้าที่ความรับผิดชอบของตัวเองได้

การวางแผนฝึกอบรมให้กับพนักงานฝ่ายผลิต โดยแบ่งตามแผนก เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ (สมโชค ไสลเพชร และคณะ, 2562) เรื่อง การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของพนักงานฝ่ายผลิตในกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จะทำแบบเดิมไม่ได้ จำเป็นจะต้องมีการวางแผนในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และต้องมีการทบทวนวิธีการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของพนักงาน ช่วยให้พนักงานมีผลงานที่ดีตรงตามเป้าหมายขององค์กร

การหมุนเวียนการทำงาน เพื่อให้พนักงานได้เรียนรู้ทักษะใหม่ ๆ และได้เข้าใจถึงเนื้อหาของงานแผนกอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ชยาพล สุนทรวิวัฒนา, 2561) เรื่อง การพัฒนาความรู้ด้วยการหมุนเวียนงานภายในโรงพยาบาลน่านและโพลีคลินิกจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า พนักงานมีการพัฒนาความรู้อันเป็นผลมาจากการหมุนเวียนงาน เพราะมีโอกาสได้ลงมือปฏิบัติจริง และยังทำให้เกิดความเข้าใจในงานมากยิ่งขึ้น และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Sebt and Ghasemi, 2021) เรื่อง Presenting a comprehensive smart model of job rotation as a corporate social responsibility to improve human capital พบว่า การหมุนเวียนการทำงานสามารถช่วยเพิ่มผลผลิตให้กับองค์กร เพราะพนักงานได้มีโอกาสเข้าใจถึงเนื้อหาของเพื่อนร่วมงานคนอื่นด้วย

ประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานโดยหัวหน้างาน โดยให้พนักงานมีส่วนร่วมในการกำหนดหัวข้อที่ใช้ในการประเมินผลการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมโชค ไสลเพชร และคณะ (2562) เรื่อง การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของพนักงานฝ่ายผลิตในกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและชิ้นส่วน

อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ทำงานในฝ่ายผลิต จะเน้นให้พนักงานทราบและตระหนักถึงการควบคุมคุณภาพสินค้า

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

การพัฒนาทักษะการทำงานพนักงานฝ่ายผลิตเพื่อให้สามารถทำงานทดแทนกันได้ ต้องมีการกำหนดแนวทางการพัฒนาทักษะที่ชัดเจน ซึ่งในการพัฒนาทักษะจำเป็นต้องมีการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะของพนักงานหลายด้าน โดยการพัฒนาสามารถเริ่มต้นตั้งแต่การฝึกอบรมพนักงานใหม่ให้มีความรู้ความเข้าใจในเนื้องาน รวมถึงความเข้าใจในเรื่องการใช้เครื่องจักรอุปกรณ์และวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ไปจนถึงการฝึกอบรมพนักงานแบ่งตามแผนกต่าง ๆ เพื่อพัฒนาทักษะของพนักงานตามตำแหน่งหน้าที่ ให้สามารถปฏิบัติงานได้มีประสิทธิภาพ เมื่อพนักงานมีความชำนาญในการทำงานตำแหน่งตนเองแล้ว จึงเริ่มจัดให้มีการหมุนเวียนการทำงานเพื่อให้พนักงานได้เรียนรู้งานของแผนกอื่น ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานของตนเอง เพื่อให้พนักงานได้มีโอกาสได้เรียนรู้งานของแผนกข้างเคียง และเข้าใจถึงกระบวนการทำงาน ในกระบวนการนี้ต้องมีการกำหนดระยะเวลาที่นานเพียงพอ เช่น 30-45 วัน เพราะหากหมุนเวียนเพียง 1 วัน หรือ 2-3 วัน อาจไม่ได้ผลลัพธ์ที่ดีเพียงพอ เนื่องจากเป็นระยะเวลาที่สั้นเกินไป ทำให้พนักงานอาจยังไม่ได้มีโอกาสได้เรียนรู้งานของแผนกนั้น ๆ ได้เพียงพอ และอาจยังไม่ได้พบปัญหาหน้างานเพื่อที่จะเรียนรู้ในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ซึ่งอาจต้องใช้เวลาในการทำความเข้าใจกับพนักงานในช่วงแรกของการเริ่มดำเนินการหมุนเวียนการทำงาน ทั้งกับพนักงานที่จะต้องถูกหมุนเวียนไปและกับพนักงานในแผนกที่จะต้องรับพนักงานที่ได้รับการหมุนเวียนเข้ามา เมื่อพนักงานมีความเข้าใจในเป้าหมายแล้วจะสามารถดำเนินการได้ง่ายขึ้น โดยการสื่อสารระหว่างผู้บริหารกับพนักงานต้องมีความชัดเจน มีการรับฟังความคิดเห็นอย่างสม่ำเสมอ และมีการประเมินผลที่ได้จากการหมุนเวียนอย่างสม่ำเสมอ และไม่ควรถูกพนักงานเลือกแผนกที่จะหมุนเวียนไปทำงานเอง เพราะอาจเกิดการเกี่ยงการทำงานแล้วไม่อยากจะกลับมาทำงานที่ตำแหน่งเดิมที่ตัวเองรับผิดชอบ เนื่องจากงานที่พนักงานเลือกอาจจะสบายกว่า

สำหรับพี่เลี้ยงที่ทำหน้าที่เป็นผู้สอนงานพนักงานที่ได้รับการหมุนเวียนงานไป จะต้องได้รับการฝึกอบรมวิธีการถ่ายทอดความรู้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสอนงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และยังเป็น การเพิ่มเติมความรู้และทักษะในการสอนให้กับพนักงานไปในเวลาเดียวกัน

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

งานวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาทักษะการทำงานฝ่ายการผลิต เพื่อให้สามารถทำงานทดแทนได้ ทุกแผนก กรณีศึกษา บริษัท ABC จำกัด ได้นำข้อมูลต่าง ๆ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการนำไปทบทวนแผนการพัฒนาทักษะการทำงานฝ่ายผลิต เพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานทดแทนกัน โดยมีการกำหนดแผนการฝึกอบรมระยะสั้นภายในบริษัทแบบปีต่อปี และใช้รูปแบบการฝึกอบรมตามความเหมาะสมของแต่ละแผนก และมีการประเมินผลการเรียนรู้อย่างสม่ำเสมอ เพื่อพัฒนาความรู้ ทักษะของพนักงาน และเพื่อยกระดับพนักงานขององค์กรอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการจัดให้มีการหมุนเวียนการทำงานอย่างเป็นระบบ มีการให้ผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นสำหรับพนักงานที่มีทักษะหลากหลายสามารถทำงานทดแทนแผนกอื่นได้ เพื่อเพิ่มแรงจูงใจให้กับพนักงานในการฝึกฝนตนเอง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาประเมินผลการหมุนเวียนการทำงาน หลังจากมีการดำเนินการระยะแรกผ่านไป เพื่อศึกษาประเมินผลว่าพนักงานได้เรียนรู้ทักษะอย่างไร พร้อมทั้งศึกษาความคิดเห็นของพนักงานที่ได้ผ่านการหมุนเวียนการทำงาน
2. ศึกษาประสิทธิภาพการสอนงานของผู้ทำหน้าที่พี่เลี้ยงในการสอนงานพนักงานที่หมุนเวียนมาทำงานในแผนก เพื่อนำมาปรับปรุงทั้งรูปแบบและวิธีการสอนงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการหมุนเวียนการทำงานในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- ชยาพล สุนทรวิวัฒน์. (2561). การพัฒนาความรู้ด้วยการหมุนเวียนงานภายในโรงพยาบาลนันทาและโพธิ์ ฌ์ฐพล ภูมรคณเสวิต. (2561). รูปแบบการฝึกอบรมที่เหมาะสมกับทักษะในงานทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ. *วารสารระบบสารสนเทศด้านธุรกิจ (JISB)*, 4(3) กรกฎาคม-กันยายน, 66-85.
- วรรณนา วงศ์พิศาลภพ. (2563). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2563-2565: อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์*. เข้าถึงได้จาก https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/Hi-tech-Industries/Auto-Parts/IO/Industry-Outlook-Auto_parts
- สมโชค ไสลเพชร, สักรินทร์ อยู่ผ่อง และอัศครัตน์ พลูกระจ่าง. (2562). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของพนักงานฝ่ายผลิตในกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์. *วารสารการจัดการสมัยใหม่*, 7(1) มกราคม-มิถุนายน, 132-146.
- สากล พรหมสถิตย์, สถาพร วิชัยรัมย์ และธนากร เพชรสินจร. (2562). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. *วารสารสหวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 3(1) มกราคม-มิถุนายน, 51-64.
- อภิรติ นันท์ศุภวัฒน์ และอุดมรัตน์ สงวนศิริธรรม. (2562). ระบบพี่เลี้ยงกับการพัฒนาวิชาชีพการพยาบาล. *พยาบาลสาร*, 4(3) กรกฎาคม-กันยายน, 232-238.
- อาภรณ์ ภูวิทย์พันธ์. (2559). *การพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรบนพื้นฐาน 70:20:10 Learning Model*. กรุงเทพฯ: เอช อาร์ เซ็นเตอร์.
- Sebt M.V. & Ghasemi S.S. (2021). Presenting a comprehensive smart model of job rotation as a corporate social responsibility to improve human capital. *International Journal of Supply and Operations Management*, 8 May, 212-231.

ภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียน ในเครือข่ายสารสนเทศ

ปัทิตตา บุญนา^{1*} และ โสภณ เพ็ชรพวง²

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท, คณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ

²อาจารย์ประจำ, คณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ

THE BEHAVIORAL ADMINISTRATOR'S LEADERSHIP THAT AFFECT TO THE MOTIVATION OF THE TEACHER'S PERFORMANCE OF SARASAS AFFILIATED SCHOOLS

Pathita Bunnak^{1*} and Sopon Pechrpuang²

¹Master's Student of Faculty of Educational and Liberal Arts, Suvarnabhumi Institute of Technology

²Lecture of Faculty of Educational and Liberal Arts, Suvarnabhumi Institute of Technology

*Corresponding author E-mail: pathitta197146@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received) 19 มีนาคม 2566

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 29 กรกฎาคม 2566

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 5 สิงหาคม 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารโรงเรียนในเครือข่ายสารสนเทศ 2) ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนในเครือข่ายสารสนเทศ 3) การสร้างสมการพยากรณ์แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน โดยภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารของโรงเรียนในเครือข่ายสารสนเทศ และ งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ ประชากร คือ ครูโรงเรียนในเครือข่ายสารสนเทศ จำนวน 7,869 คนในปีการศึกษา 2565 จำนวน 50 โรงเรียน กลุ่มตัวอย่าง คือ ครูโรงเรียนในเครือข่ายสารสนเทศ จำนวน 367 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.980 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้นตอน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารโรงเรียนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.45, SD = 0.92$) เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยสูงสุดไปหาต่ำสุดได้ดังนี้ พฤติกรรมผู้นำแบบมุ่งผลิต พฤติกรรมผู้นำแบบสายกลาง พฤติกรรมผู้นำแบบตามสบาย พฤติกรรมผู้นำแบบพ่อแม่ พฤติกรรมผู้นำแบบทีม และพฤติกรรมผู้นำแบบมุ่งความสัมพันธ์ 2) แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนในเครือข่ายสารสนเทศ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40, SD = 0.64$) เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านความต้องการอยู่รอด ด้านความต้องการความสัมพันธ์ ด้านลักษณะงาน และ ด้านความต้องการความก้าวหน้า 3) ภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนในเครือข่ายสารสนเทศ ได้แก่ พฤติกรรมผู้นำแบบมุ่งความสัมพันธ์ พฤติกรรมผู้นำแบบสายกลาง พฤติกรรมผู้นำแบบตามสบาย และ พฤติกรรมผู้นำแบบมุ่งผลิต ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสามารถร่วมกันพยากรณ์แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของโรงเรียนในเครือข่ายสารสนเทศได้ร้อยละ 46.60 จากผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้บริหารควรมีการพัฒนาในด้านพฤติกรรม คือ ควรมีการยกย่องชมเชยครูที่ปฏิบัติงานดีบรรลุเป้าหมาย คอยให้คำปรึกษาวิธีการใหม่ ๆ มีการส่งเสริมให้กำลังใจครูที่มีความคิดสร้างสรรค์ และพยายามที่จะให้ผู้ร่วมงานได้รับความพึงพอใจมากกว่าที่จะได้แรงจูงใจขึ้นเอง เพื่อให้การดำเนินงานภายในสถานศึกษาบรรลุผลตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับครูทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน มีความสามารถในการแก้ปัญหาความขัดแย้ง และผู้บริหารให้ความสำคัญต่อแนวคิดของครูทุกคน

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำ ภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรม แรงจูงใจ แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครู

Abstract

The purposes of this research were 1) to study the behavioral leadership of administrators under Sarasas Affiliated Schools; 2) to study motivation in the performance of school teachers under Sarasas Affiliated Schools; and 3) to study the behavioral leadership of administrators affecting teachers' performance motivation under Sarasas Affiliated Schools. The populations was 7,869 teachers and the sample was 367 teachers selected from stratified and simple random sampling, a tool for this research was the reliability questionnaire 0.98 analysis with basic statistics, average and standard deviation, and test statistics, stepwise multiple regression analysis.

The findings were :

The behavioral and management styles of school administrators were moderate as the order of highest to lowest averages on productive leadership behavior, moderate leadership behavior, casual leadership behavior, parent leadership behavior, team leader behavior, and relationship leadership behavior.

The motivation of teachers' performance under the Sarasas Affiliated Schools was at moderate. as the order of the highest to lowest averages on survival needs, relationship needs, Job description, and career advancement.

The Behavioral Leadership of Administrators Affecting Teachers' Performance motivation under Sarasas affiliated schools followed by consideration, relationship leadership behavior, Moderate leadership behavior, casual leadership behavior, and productive leadership behavior. There were statistically significant relationships at the .05 and the predictive power of the equation on the motivation of teacher's performance under Sarasas Affiliated Schools was 46.60 percent.

From the results of this research, administrators should develop themselves to have behaviors suitable for being administrators, namely praising teachers who perform well and achieve goals. Always advising on new methods and encouraging teachers to be creative. Try to get your co-workers satisfied rather than motivated yourself. In order to operate within the educational institution and achieve the goals efficiently and effectively. Administrators should treat all teachers equally. have the ability to resolve conflicts, and administrators attach importance to the concept of every teacher.

Keywords: Leadership, Behavioral Leadership, Motivation, Teachers' Performance Motivation

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เครือข่ายโรงเรียนในเครือข่ายโรงเรียนในเครือข่ายโรงเรียน ซึ่งมีทั้งโรงเรียนสามัญและโรงเรียนอาชีวศึกษา กระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ โรงเรียนในเครือข่ายโรงเรียน เป็นองค์กรทางสังคมที่มีภาระหน้าที่ในการบริหารจัดการทางการศึกษาซึ่งจะต้องรับผิดชอบทั้งทางด้านคุณภาพ และประสิทธิภาพ เพราะการศึกษาถือว่าเป็นการให้บริการและเป็นสินค้าสาธารณะ (Public Goods) ดังนั้น โรงเรียนในเครือข่ายโรงเรียน เป็นโรงเรียนเอกชนที่มีความสามารถให้บริการทางการศึกษาที่มีคุณภาพ โดยคุณภาพของ

โรงเรียนในเครือสารสาสน์ จะครอบคลุมภาระการบริหารงานของโรงเรียนในทุกด้านที่สามารถทำให้ผู้เรียนมีคุณลักษณะหรือคุณสมบัติตามที่หลักสูตรกำหนดไว้ รวมทั้งมีความสอดคล้องกับการบริหารจัดการศึกษาสำหรับศตวรรษที่ 21 ในปัจจุบันของโรงเรียนในเครือสารสาสน์มีรูปแบบการบริหารจัดการเครือข่าย จำนวน 50 โรงเรียน โดยโรงเรียนในเครือสารสาสน์ มีครูผู้สอนทั้งครูไทย และครูต่างชาติ รวม 8,342 คน และมีนักเรียนมากกว่า 81,508 คน โรงเรียนมีนโยบายในด้านการบริหารจัดการศึกษาในรูปแบบเครือข่ายโรงเรียนที่ประสบผลสำเร็จเด่นชัดในหลายประการ เช่น 1) การฝึกนักกำลังทางการศึกษาในรูปแบบความร่วมมือและช่วยเหลือกันแก้ไขปัญหา และพัฒนาภายในโรงเรียนที่เชื่อมกับเครือข่ายได้อย่างรวดเร็ว และทันเหตุการณ์ 2) สร้างความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นแก่โรงเรียนในเครือข่ายด้วยการฝึกกำลังร่วมคิดร่วมทำ และร่วมแก้ปัญหาคุณภาพทางการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในลักษณะโรงเรียนเครือข่าย เป็นต้น แต่ในทางการบริหารจัดการที่ย่อมมีปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ มากมาย และปัญหาที่ถือเป็นปัญหาที่สำคัญของโรงเรียนในเครือสารสาสน์ในเครือสารสาสน์ ได้แก่ ปัญหาด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูอันส่งผลกระทบต่อการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน จึงทำให้ผลการพัฒนาคุณภาพตามมาตรฐานคุณภาพของผู้เรียนไม่เป็นไปตามเป้าหมายจากรายงานการประเมินตนเองของโรงเรียนในเครือสารสาสน์พบว่าครูยังมีภาระงานอื่นนอกเหนือจากงานสอนอยู่มาก ขาดความสามัคคีที่ทำให้ครูและผู้ร่วมงานขาดแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านต่าง ๆ ขาดขวัญและกำลังใจในการทำงาน ทำให้ครูลาออก โยกย้าย เปลี่ยนโรงเรียน ทำให้กระทบต่อการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนประกอบกับงานวิจัยของปริณดาพรรณ ทพมาลีและกล้า ทองขาว (2564, น. 245 - 253) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของครู บุคลากรทางการศึกษาโรงเรียนในเครือสารสาสน์ ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ครูและบุคลากรทางการศึกษา จำนวน 390 คน และใช้เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม ผลของการศึกษาพบว่า 1. ระดับความจงรักภักดีต่อองค์กรของครูและบุคลากรทางการศึกษาโรงเรียนในเครือสารสาสน์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความจงรักภักดีต่อองค์กรอยู่ในระดับมาก ในปัจจัย 2 ด้าน ได้แก่ ด้านพฤติกรรมที่แสดงออกรองลงมาคือ ด้านความรู้สึกรักและศรัทธาต่อองค์กรและ 2. ปัจจัยที่ประกอบด้วย 1. ค่าตอบแทนและสวัสดิการ 2. การปกครองบังคับบัญชา 3. ความภาคภูมิใจในการเป็นสมาชิก 4. ความมั่นคงในหน้าที่การงาน 5. การยอมรับเป้าหมายขององค์กรและ 6. การได้รับการยอมรับจากผู้อื่น เป็นปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ความจงรักภักดีต่อองค์กรของครูและบุคลากรโรงเรียนในเครือสารสาสน์ได้ร้อยละ 67.4 ($R^2 = 0.674$) ทั้งนี้ ผู้วิจัยยังได้มีข้อเสนอแนะจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ว่า โรงเรียนในเครือข่ายยังพบปัญหาที่ถือเป็นปัญหาที่สำคัญเกี่ยวกับการสูญเสียบุคลากรในสังกัดออกไป ซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน ปัญหาเกี่ยวกับครูลาออกมีหลายสาเหตุด้วยกัน เช่น ปัญหาเรื่องกฎระเบียบ ปัญหาความยุติธรรม การพิจารณาความดีความชอบ การไปสอบบรรจุ จากปัญหาดังกล่าว ทำให้เกิดผลกระทบต่อโรงเรียนที่ขาดบุคลากรในการทำงานต้องหาครูเข้ามาทำหน้าที่ใหม่ ดังนั้นโรงเรียนในเครือข่ายใดที่ทำให้บุคลากรมีความจงรักภักดีต่อองค์กร บุคลากรในโรงเรียนเครือข่ายนั้นย่อมอยากปฏิบัติหน้าที่ต่อไปโดยไม่คิดที่จะลาออกหรือโยกย้ายไปอยู่ที่อื่น อันจะส่งผลให้โรงเรียนนั้นเป็นโรงเรียนที่มีผลกระทบเป็นอย่างมาก ในการรายงานสภาพปัญหา ความต้องการความช่วยเหลือรวมถึงแนวทางพัฒนาสถานศึกษาในอนาคตของโรงเรียนในเครือสารสาสน์ พบว่า สถานศึกษาควรมุ่งเน้นในการส่งเสริมพัฒนาให้ครูผู้สอนเพิ่มศักยภาพ ประสบการณ์ ความรู้ ความสามารถ รวมถึงทักษะในการใช้งานเทคโนโลยีสื่อการเรียนการสอนเพื่อเพิ่มความภาคภูมิใจให้แก่ตนเองและส่งผลให้เกิดทักษะในการพัฒนาผู้เรียน อีกทั้งสถานบันการศึกษาควรสนับสนุนสวัสดิการด้านงบประมาณ โดยหากได้รับการสนับสนุนการศึกษาจากภาพรัฐ เอกชน องค์กร เครือข่าย ก็จะสามารถดำเนินงานตามแผนที่วางแผนเอาไว้รวมถึงสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานต่อครูและบุคลากรทางการศึกษาได้อีกด้วย จากการศึกษาข้างต้นจึงสะท้อนให้เห็นว่าผู้บริหารโรงเรียนต้องพัฒนาครูและผู้ร่วมงานให้ปฏิบัติหน้าที่โดยตรงในการจัดการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

สร้างแรงผลักดันให้ครูและผู้ร่วมงานในโรงเรียนมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานเพื่อให้มีการพัฒนาขับเคลื่อนโรงเรียนสู่เป้าหมายความสำเร็จเพราะแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครู และผู้ร่วมงานในโรงเรียนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในทุก ๆ ด้าน (กลุ่มโรงเรียนในเครือสื่อสารศาสนา, 2563, น. 35) การใช้แรงจูงใจของผู้บริหารโรงเรียนมีผลต่อกำลังใจในการปฏิบัติงานของครูและผู้ร่วมงานในโรงเรียนภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครู และผู้ร่วมงานเป็นเรื่องจำเป็นที่ผู้บริหารโรงเรียนต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก

จากสภาพและปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะวิจัยภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารโรงเรียนที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนในเครือสื่อสารศาสนา เพื่อให้เป็นประโยชน์เกิดผลดีต่อการจัดการเรียนการสอนของครูและการปฏิบัติงานของครูในโรงเรียนรวมถึงสามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารโรงเรียนในเครือสื่อสารศาสนา เพื่อเสริมสร้างและรักษาระดับแรงจูงใจของครูและผู้ร่วมงานอันจะส่งผลให้การจัดการศึกษาด้านต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลประสบผลสำเร็จบรรลุตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่กำหนดไว้ต่อไป

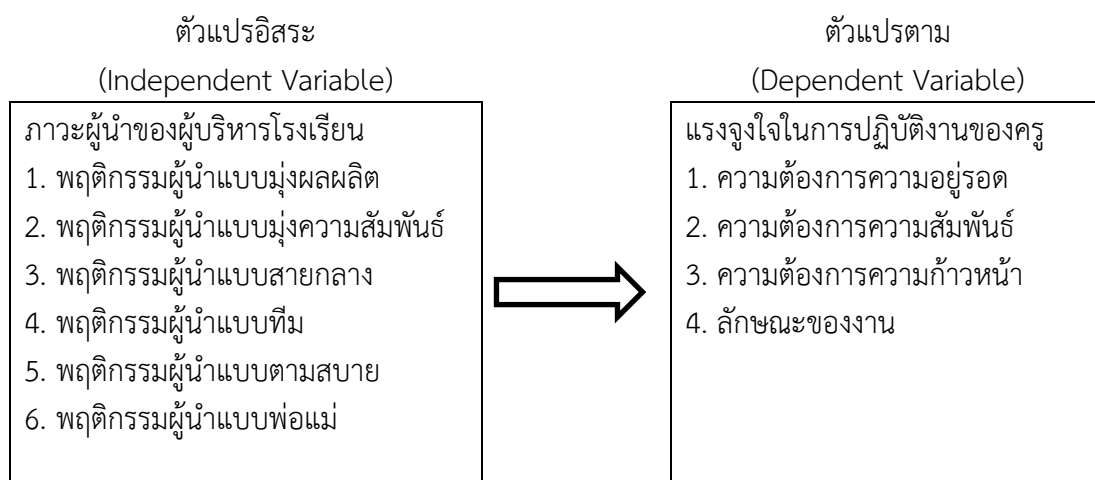
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารโรงเรียนในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนในเครือสื่อสารศาสนา
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนในเครือสื่อสารศาสนาในการบริหารงานของผู้บริหารโรงเรียน
3. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารโรงเรียนที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนในเครือสื่อสารศาสนา

สมมติฐานของการวิจัย

ภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนในเครือสื่อสารศาสนา

สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยเพื่อศึกษาภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของครูภายในสถานศึกษา โรงเรียนในเครือสื่อสารศาสนา ได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ครูโรงเรียนในเครือข่ายสารสนเทศ จำนวน 50 โรงเรียน มีจำนวนครู 7,869 คน แล้วนำมากำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยตารางสำเร็จรูปของ Krejcie and Morgan (1970) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 367 คน ทำการสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายด้วยวิธีการจับสลากรายชื่อครูโรงเรียนในเครือข่ายสารสนเทศ จำนวน 50 โรงเรียน โดยคำนวณสัดส่วนจำนวนครูในแต่ละโรงเรียน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของครูโรงเรียนในเครือข่ายสารสนเทศ ที่มีต่อภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารโรงเรียนที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนในเครือข่ายสารสนเทศ โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ทำงาน เป็นแบบสอบถามชนิดตรวจรายการ (Check Lists)

ส่วนที่ 2 ภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารโรงเรียนในเครือข่ายสารสนเทศ แบ่งเป็น 6 ด้าน ได้แก่ พฤติกรรมผู้นำแบบมุ่งผลผลิต พฤติกรรมผู้นำแบบมุ่งสัมพันธ์ พฤติกรรมผู้นำแบบสายกลาง พฤติกรรมผู้นำแบบทีม พฤติกรรมผู้นำแบบตามสบาย และพฤติกรรมผู้นำแบบพ่อแม่ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนในเครือข่ายสารสนเทศ แบ่งเป็น 4 ด้าน คือ ความต้องการอยู่รอด ความต้องการความสัมพันธ์ ความต้องการความก้าวหน้า และลักษณะของงาน เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการดังนี้

1. ขอนหนังสือแนะนำตัวผู้วิจัยและขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลจากสาขาวิชาการบริหารการศึกษาศาสนาเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ ถึงผู้บริหารโรงเรียนในเครือข่ายสารสนเทศ เพื่อขอความร่วมมือในการวิจัย
2. ส่งแบบสอบถามจำนวน 367 ชุด ถึงครูโรงเรียนในเครือข่ายสารสนเทศ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง พร้อมทั้งขอความร่วมมือคืนแบบสอบถามยังผู้วิจัยภายใน 15 วัน และดำเนินการเก็บรวบรวมด้วยตนเอง
3. เมื่อเก็บรวบรวมแบบสอบถามครบทุกโรงเรียนแล้ว จึงทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามก่อนที่จะนำไปวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปที่ใช้คำนวณค่าสถิติ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์โดยแยกตามข้อมูล โดยการหาแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ และนำเสนอข้อมูลในรูปตารางประกอบคำบรรยายได้ตาราง
2. ส่วนที่ 2 ภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารโรงเรียน และส่วนที่ 3 แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนในเครือข่ายสารสนเทศ วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean: \bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) เป็นรายด้าน รายข้อ และ โดยรวม
3. การทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยการหาอำนาจในการทำนายภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนในเครือข่ายสารสนเทศ โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารโรงเรียนในเครือข่าย

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารโรงเรียนในเครือข่าย

ข้อ	ภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารโรงเรียน	ระดับการปฏิบัติ		
		\bar{X}	SD	การแปลผล
1	พฤติกรรมผู้นำแบบมุ่งผลผลิต (X1)	3.56	0.82	มาก
2	พฤติกรรมผู้นำแบบมุ่งความสัมพันธ์ (X2)	3.38	0.92	ปานกลาง
3	พฤติกรรมผู้นำแบบสายกลาง (X3)	3.45	0.99	ปานกลาง
4	พฤติกรรมผู้นำแบบทีม (X4)	3.38	0.97	ปานกลาง
5	พฤติกรรมผู้นำแบบตามสบาย (X5)	3.45	0.94	ปานกลาง
6	พฤติกรรมผู้นำแบบพ่อแม่ (X6)	3.45	0.94	ปานกลาง
โดยรวม		3.45	0.92	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 พบว่า ภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารโรงเรียนในเครือข่าย โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.45$, $SD= 0.92$) เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ดังนี้ พฤติกรรมผู้นำแบบมุ่งผลผลิต พฤติกรรมผู้นำแบบตามสบายกับพฤติกรรมผู้นำแบบพ่อแม่ พฤติกรรมผู้นำแบบสายกลาง พฤติกรรมผู้นำแบบมุ่งความสัมพันธ์และพฤติกรรมผู้นำแบบทีม

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนในเครือข่าย

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนในเครือข่าย

ข้อ	แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครู	ระดับการปฏิบัติ		
		\bar{X}	SD	การแปลผล
1	ด้านความต้องการอยู่รอด	3.54	0.65	มาก
2	ด้านความต้องการความสัมพันธ์	3.54	0.67	มาก
3	ด้านความต้องการความก้าวหน้า	3.40	0.80	ปานกลาง
4	ด้านลักษณะงาน	3.49	0.76	ปานกลาง
โดยรวม		3.40	0.64	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนในเครือข่าย โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง กลาง ($\bar{X}=3.40$, $SD= 0.64$) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเป็นรายด้านเรียงจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านความต้องการอยู่รอด ด้านความต้องการสัมพันธ์ ด้านลักษณะงาน และ ด้านความต้องการความก้าวหน้า

ส่วนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของตัวแปรที่ใช้พยากรณ์ภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนในเครือข่าย

ตัวแปรที่ใช้พยากรณ์	ภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนในเครือข่าย				
	b	S.E.b	β	t	Sig.
ค่าคงที่	1.357	.111		12.187	
ภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมแบบมุ่งความสัมพันธ์ (X2)	-.318	.077	-.541	-4.144	.000*
ภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมแบบสายกลาง (X3)	.302	.095	.469	3.197	.002*
ภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมแบบตามสบาย (X5)	.278	.052	.411	5.395	.000*
ภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมแบบมุ่งผลผลิต (X1)	.314	.065	.402	4.812	.000*

R = .682, R2 = .466, adjust R2 = .464, S.E.b. = .467, F = 318.065, Sig. = .000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (P-value \leq 0.05)

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยด้านภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนในเครือข่าย ประกอบด้วย ภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมแบบมุ่งผลผลิต (X1) ภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมแบบตามสบาย (X5) ภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมแบบมุ่งความสัมพันธ์ (X2) และภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมแบบสายกลาง (X3) ซึ่งปัจจัยดังกล่าวสามารถร่วมกันพยากรณ์ถึงแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนในเครือข่าย ร้อยละ 46.60 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เขียนเป็นสมการได้ดังนี้

สมการการวิเคราะห์พหุคูณถดถอยในรูปคะแนนดิบได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 1.357 - 0.318(X_2) + 0.302(X_3) + 0.278(X_5) + 0.314(X_1)$$

สมการการวิเคราะห์พหุคูณถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

$$\hat{Z} = -0.541(X_2) + 0.469(X_3) + 0.411(X_5) + 0.402(X_1)$$

สรุปและอภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ผลการวิจัยสามารถอภิปรายโดยแยกพิจารณาตามจุดประสงค์ที่สอดคล้องกับสมมติฐานของการวิจัย ได้ดังนี้

1. ภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.45$) เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยสูงสุดไปหาต่ำสุดได้ดังนี้ พฤติกรรมผู้นำแบบมุ่งผลผลิต ($\bar{X} = 3.56$) พฤติกรรมผู้นำแบบสายกลาง ($\bar{X} = 3.45$) พฤติกรรมผู้นำแบบตามสบาย กับ พฤติกรรมผู้นำแบบพ่อแม่ ($\bar{X} = 3.45$) พฤติกรรมผู้นำแบบทีม ($\bar{X} = 3.38$) และพฤติกรรมผู้นำแบบมุ่งความสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.38$)

2. แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนในเครือข่าย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$) เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านความต้องการอยู่รอดกับด้านความต้องการความสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.54$) ด้านลักษณะงาน ($\bar{X} = 3.49$) ด้านความต้องการความก้าวหน้า ($\bar{X} = 3.40$) และด้านความรับผิดชอบ ($\bar{X} = 3.01$)

3. ภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมมีจำนวน 4 ด้าน ที่สามารถพยากรณ์แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนในเครือข่าย ได้แก่ พฤติกรรมผู้นำแบบมุ่งความสัมพันธ์ พฤติกรรมผู้นำแบบสายกลาง พฤติกรรมผู้นำแบบตามสบาย พฤติกรรมผู้นำแบบมุ่งผลผลิต ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

และ สามารถร่วมกันพยากรณ์แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของโรงเรียนในเครือข่ายสารสนเทศได้ร้อยละ 46.70 และที่ไม่ส่งผลต่อแรงจูงใจได้แก่ พฤติกรรมผู้นำแบบทีม และพฤติกรรมผู้นำแบบพ่อแม่

อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่องภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนในเครือข่ายสารสนเทศ ผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ระดับภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารโรงเรียนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางอาจเนื่องมาจากยังขาดการพัฒนาผู้นำ และยังมีผู้นำที่ขาดคุณสมบัติในหลายอย่าง ๆ ซึ่งในทางปฏิบัติสิ่งที่มีมักจะเห็นในองค์กรก็คือ เรามักจะมุ่งเน้นการพัฒนาความรู้ทักษะในการทำงานที่มุ่งเน้นไปในเรื่องของวิชาการ เทคนิคเฉพาะทางในการทำงานเพราะต้องการให้งานสำเร็จ จนลืมนึกว่า อนาคตเราก็ต้องการผู้นำจากคนกลุ่มนี้ด้วยเช่นกัน ดังนั้น พฤติกรรมผู้นำจะต้องแสดงถึงความสามารถในการนำกลุ่มในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ให้สู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ หรือเป็นการแสดงออกถึงความสามารถของผู้นำที่จะใช้สุนทรียสนทนาการโน้มน้าวจิตใจบุคคลอื่นให้ทำตามความต้องการของตน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นด้วยความเรียบร้อยประสบความสำเร็จและส่งผลให้หน่วยงานมีความเจริญก้าวหน้าซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Bums (1978) สรุปได้ว่า ความเป็นผู้นำ การเปลี่ยนแปลง มักจะพยายามยกระดับจิตใจได้นี้ก็ อุดมคติและคุณธรรมของผู้ใต้บังคับบัญชาหรือบุคลากรให้สูงขึ้น อาจกล่าวได้ว่าภาวะผู้นำเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องมีในตัวของผู้บริหารเพราะจะส่งผลต่อการบริหารที่มีคุณภาพ การบริหารงานในองค์กรไม่ว่าจะเป็นองค์กรภาครัฐหรือเอกชนก็ตามจะประสบความสำเร็จได้นั้นผู้บริหารจะต้องสามารถนำปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นปัจจัยการบริหารมาช่วยส่งเสริมสนับสนุนให้บุคลากรในองค์กรเกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงานให้ได้ประสบความสำเร็จตามที่กำหนดไว้ นอกจากนี้ผู้บริหารยังต้องมีความคิดริเริ่มในการวางแผนจัดองค์กรการบริหารอย่างหลากหลายรวมทั้งแสวงหาปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ที่จะให้ทำองค์กรได้พัฒนาสอดคล้องกับงานวิจัยของศุภศาสตร์ พลคำ (2563) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาและแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูในกลุ่มพัฒนาคุณภาพการศึกษาโคกเพชรตองกำเม็ด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศรีสะเกษ เขต 3 ผลการศึกษาพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารในสถานศึกษาอยู่ในระดับมากแสงสุริยา ศรีพูน (2563) ได้ศึกษาภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานองคายเขต 1 ผลการวิจัย พบว่า ภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปภินวิช ศรีกุล, ชาติชัย อุดมกิจมงคล, และจิตติ กิตติเลิศไพศาล (2563) ได้ศึกษาภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ของกำนันและผู้ใหญ่บ้านในเขตอำเภอบ้านดุงจังหวัดอุดรธานีผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมอยู่ในระดับปานกลาง อรพรรณ เทียนคันฉัตร (2560) ได้ศึกษาภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารโรงเรียนที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารโรงเรียนโดยรวมอยู่ในระดับมาก สมหมาย โอภาสี (2558) ได้ศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของครู ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครู โดยรวมอยู่ในระดับมาก

2. แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนในเครือข่ายสารสนเทศ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านความต้องการอยู่รอดกับด้านความต้องการความสัมพันธ์ ด้านลักษณะงาน และ ด้านความต้องการความก้าวหน้า ผลวิจัยเป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะการร่วมมือร่วมใจกันในการปฏิบัติงานของครูการสร้างความสัมพันธ์ ในการทำงานสร้างสภาพและบรรยากาศที่ดีในการทำงาน ช่วยเหลือดูแลอย่างสม่ำเสมอ ทำให้ครูมีกำลังใจในการปฏิบัติงานที่ดีขึ้นโดยการสร้างความสัมพันธ์ในการ

ทำงานจึงส่งผลให้เกิดพลังของผู้ร่วมงาน เกิดความรู้สึที่ดีในการทำงาน เป็นการจูงใจในการบุคลากรเกิดการทุ่มเทความพยายามในการปฏิบัติงานให้มากที่สุดโดยสอดคล้องกับทฤษฎีความต้องการของอัลเดอร์เฟอร์ (Alderfer's ERG Needs Theory) ได้อธิบายว่า ความต้องการดำรงชีวิต (Existence needs) เป็นความต้องการของบุคคลในระดับต่ำสุดที่ต้องการตอบสนองทางกาย เช่น ต้องการอาหาร เสื้อผ้า ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค เพื่อให้ดำรงชีวิตอยู่ได้ ผู้บริหารจึงควรตอบสนองความต้องการของบุคคลด้วยการให้ค่าตอบแทนที่เป็นธรรม เช่น เงินโบนัส สวัสดิการอื่น ๆ รวมถึงความรู้สึที่มั่นคงปลอดภัยจากการทำงาน เช่น มีการทำสัญญาจ้างการทำงาน เป็นต้น และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ แสงสุริยา ศรีพูน (2563) ได้ศึกษาการศึกษาภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองคาย เขต 1 ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในสถานศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก อรพรรณ เทียนคันฉัตร (2560) ได้ศึกษาภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารโรงเรียนที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครู ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโดยรวมอยู่ในระดับมาก สุรภี พิมพ์ละออ (2564 : 94) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารสถานศึกษากับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุรินทร์ ผลการวิจัยพบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุรินทร์ โดยดภาพรวมอยู่ในระดับมาก อรพรรณ เทียนคันฉัตร (2560, น. 83) ได้ศึกษาเรื่อง ภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครู ผลการวิจัยพบว่า ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครู โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ความต้องการความสัมพันธ์ ความต้องการอยู่รอด และความก้าวหน้า ตามลำดับ

3. ภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมมีจำนวน 4 ด้าน ที่สามารถพยากรณ์แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนในเครือสารสาสน์ ได้แก่ พฤติกรรมผู้นำแบบมุ่งความสัมพันธ์ พฤติกรรมผู้นำแบบสายกลาง พฤติกรรมผู้นำแบบตามสบาย พฤติกรรมผู้นำแบบมุ่งผลิต ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสามารถร่วมกันพยากรณ์แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของโรงเรียนในเครือสารสาสน์ได้ร้อยละ 46.60 ผลวิจัยเป็นเช่นนี้ อาจเป็นเพราะอาจเนื่องจากผู้บริหารสถานศึกษาเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนงานวิชาการของสถานศึกษา ที่มีส่วนในการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในสถานศึกษาเช่น ผู้เรียน ผู้ปกครองชุมชนที่อยู่รอบสถานศึกษาและผู้บริหารสามารถยกระดับสมรรถนะการบริหารงานวิชาการ ซึ่งจะส่งผลต่อการเรียนการสอนภายในสถานศึกษาและยังส่งผลต่อการทำงานของครูด้วย ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Herzberg (1959 อ้างอิงใน อรพรรณ เทียนคันฉัตร, 2560, น. 93-94) ได้มีการพัฒนาทฤษฎีการจูงใจมาจากแนวคิดของ Maslow โดยแบ่งออกเป็น 2 ปัจจัย คือ สิ่งที่ทำให้เกิดความพอใจกับสิ่งที่ทำให้เกิดความไม่พอใจหรือเป็นปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจให้บุคคลที่ทำให้ไม่พอใจในการทำงานประกอบด้วยเงินเดือน ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ความสัมพันธ์เพื่อนร่วมงาน ความสัมพันธ์กับผู้ใต้บังคับบัญชา สถานะทางอาชีพ นโยบายและการบริหาร สภาพการทำงานความเป็นอยู่ส่วนตัว ความมั่นคงในการทำงาน วิธีการปกครองบัญชา ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของของ สุรภี พิมพ์ละออ (2564) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารสถานศึกษากับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุรินทร์ ผลการวิจัยพบว่า มีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ เมื่อภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารมีค่าเพิ่มขึ้นแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุรินทร์ ก็จะมากขึ้น อรพรรณ เทียนคันฉัตร (2560) ได้ศึกษาเรื่องภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารสถานศึกษา ที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ประสิทธิ์

สหสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารสถานศึกษากับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครู มีความสัมพันธ์กันทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาที่อยู่ในระดับค่อนข้างสูงและภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมด้านพฤติกรรมผู้นำแบบทีม และ พฤติกรรมผู้นำแบบพ่อแม่ไม่ส่งผลต่อแรงจูงใจการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนในเครือข่ายสารสนเทศ ผลวิจัยเป็นเช่นนี้อาจเป็นไปได้ว่า ภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมแบบมุ่งความสัมพันธ์ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูในด้านความรับผิดชอบ ดังนั้นผู้บริหารควรพัฒนาและปรับปรุงตนเองสร้างแรงจูงใจและการใช้สุนทรียสนทนาหว่านล้อมให้ครูเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรให้ได้และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และแก้ไขปัญหาด้วยกัน ปฏิบัติต่อผู้ร่วมงานในลักษณะที่เป็นบุคคลสำคัญในองค์กรสอดคล้องกับอรรถีย์ สุวรรณมณี (2563) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารสถานศึกษากับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดสตูล ผลการวิจัยพบว่าภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับค่อนข้างสูงกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญที่ .01

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ แสดงให้เห็นถึงภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของโรงเรียนในเครือข่ายสารสนเทศ ซึ่งผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูดังต่อไปนี้ ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1. ด้านความต้องการอยู่รอด จากผลการวิจัยพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านได้รับสวัสดิการอย่างเพียงพอและเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ ดังนั้น โรงเรียนควรมีเทคนิคการจูงใจคนเพราะเป็นเรื่องสำคัญมากเนื่องจากคนมีชีวิตจิตใจมีความชอบและความไม่ชอบ มีความต้องการ มีความเกียจคร้านและความขยัน มีความเบื่องานและรักงาน แรงจูงใจเป็นตัวบ่งชี้สำคัญของการปฏิบัติงานในองค์กร และเป็นหน้าที่สำคัญประการหนึ่งของผู้บริหารในการจูงใจบุคลากรเพื่อให้ทำงานตามเป้าหมายและจงรักภักดีต่อองค์กร

2. ด้านความต้องการความสัมพันธ์ จากผลการวิจัยพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ผู้บริหารจัดให้มีการสังสรรค์ระหว่างเพื่อนร่วมงานตามโอกาสอันควรดังนั้น ผู้บริหารควรส่งเสริมพฤติกรรมกรรมการบริหารแบบมุ่งสัมพันธ์ให้มากขึ้น เช่น การให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ร่วมงานด้วยความจริงใจ เปิดโอกาสให้ตัดสินใจในการปฏิบัติงานได้ด้วยตนเอง เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้ผู้ปฏิบัติงานจงรักภักดีต่อองค์กร

3. ด้านความต้องการความก้าวหน้า จากผลการวิจัยพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านได้รับการพิจารณาเลื่อนตำแหน่งหรือระดับให้สูงขึ้นตามผลงานและความสามารถ ดังนั้น ผู้บริหารควรคัดเลือกผู้ร่วมงานที่มีความรู้ความสามารถเหมาะสมกับงานในแต่ละตำแหน่งด้วยความเสมอภาคและยุติธรรมกับครูทุกคน ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือแก้ปัญหาด้วยความจริงใจ เพื่อให้ครูในสถานศึกษามีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่เพิ่มขึ้นและประสบความสำเร็จ

4. ด้านลักษณะงาน จากผลการวิจัยพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านมักได้รับมอบหมายงานที่มีความท้าทายต่อความสามารถในการทำงาน ดังนั้น ผู้บริหารควรส่งเสริมให้มีการร่วมมือร่วมใจในการทำงาน การช่วยเหลือซึ่งกันและกันจะช่วยสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน ทำให้ครูมีกำลังใจในการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น ผู้บริหารต้องสร้างแรงจูงใจให้ครูเกิดความตั้งใจในการปฏิบัติงานอย่างเต็มที่เต็มความสามารถโดยการมอบหมายงานให้ตรงกับความรู้ความสามารถของผู้ปฏิบัติงาน

5. ภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมที่มีผลแรงจูงใจในการปฏิบัติงานสูง ได้แก่ ด้านความต้องการอยู่รอดกับด้านความต้องการสัมพันธ์ ดังนั้นผู้บริหารโรงเรียน ควรมีการศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อการพัฒนาการ

ทำงานเป็นทีมของครูและศึกษาปัจจัยที่ส่งผลการพัฒนาการทำงานเป็นทีมของครู เพราะ จะได้ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนบทบาทของผู้บริหารในการพัฒนาการทำงานเป็นทีมของครูให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยจูงใจในการปฏิบัติงานของครู เพื่อพัฒนาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานภายในสถานศึกษาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้
2. ควรศึกษารูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหาร เพื่อให้สามารถบริหารจัดการสถานศึกษาแบบมีส่วนร่วมและสร้างขวัญกำลังใจแก่ผู้ร่วมงาน และพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษาอย่างยั่งยืน
3. ควรศึกษาแนวทางในการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครู เพื่อให้เกิดขวัญและกำลังใจ และมีความพร้อมในการปฏิบัติงาน

เอกสารอ้างอิง

- กลุ่มโรงเรียนในเครือสารสาสน์. (2565). สรุปรจำนวนบุคลากร และนักเรียน ปีการศึกษา 2565. กรุงเทพฯ: มปท.
- _____. (2563). สายสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: โรงเรียนสารสาสน์วิเทศบางบอน.
- ปภินวิช ศรีกุล, ชาตชัย อุดมกิจมงคล, และจิตติ กิตติเลิศไพศาล. (2563). ภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ของกำนันและผู้ใหญ่บ้านในเขตอำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี. ใน *รายงานการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ราชธานีวิชาการ ครั้งที่ 5*. (น.672-682). อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชธานี
- ปรีณาพรธณ ทัทมาลี และกล้า ทองขาว. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของครูและบุคลากรทางการศึกษาโรงเรียนในเครือสารสาสน์. *วารสารการบริหารการศึกษาและภาวะผู้นำ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*, 9(34), 245-253.
- ศุภศาสตร์ พลคำ. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาและแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูในกลุ่มพัฒนาคุณภาพการศึกษาโคกเพชรดองกำเนิดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศรีสะเกษ เขต 3. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย*, 4(3), 269-274.
- สมหมาย โอภาษี. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจันทบุรี เขต 1. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี).
- สุรณี พิมพ์ละอ. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารสถานศึกษากับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุรินทร์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ).
- แสงสุริยา ศรีพูน. (2563). การศึกษาภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานนทบุรี เขต 1. *วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล*, 6 (2), 172-183.
- อรทัย สุวรรณณีนี. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารสถานศึกษากับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดสตูล. (สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่).

อรพรรณ เทียนคันฉัตร. (2560). ภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครู. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี).

DuBrin, A.J. (1998). *Research Findings, Practice, and Skills*. Boston: Houghton Mifflin Harcourt.

Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 608-610.

**แนวทางการจัดการนวัตกรรมของอุตสาหกรรม อสังหาริมทรัพย์
ภายหลัง สภาวะวิกฤต จากการแพร่ระบาดของโรค โควิดไวรัส19 จังหวัดประจวบคีรีขันธ์**

อภิชัย ชุ่มชื่น¹ เชาวฤทธิ์ เชาวแสงรัตน์² วรสิทธิ์ เจริญพุฒ³ และชัชวาล แสงทองล้วน⁴

¹นักศึกษาระดับปริญญาเอก, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

^{2,3,4} อาจารย์ประจำวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

**MANAGERIAL INNOVATION OF REAL ESTATE ENTERPRISES AFTER CORONA
VIRUS PAN EPIDEMIC CRISIS PRACHUABKIRIKHAN PROVINCE.**

Apichai Chumchai¹ Chawarit Chaoaengra² Vorasit Chareonputch³ and
Chatchawal Sangtongluan⁴

¹Doctor Student of College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology
Rattanakosin

^{2,3,4}Lecture of College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

*Corresponding author E-mail: isadaod@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received) 25 พฤษภาคม 2566

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 1 พฤศจิกายน 2566

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 5 พฤศจิกายน 2566

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ 1) เพื่อศึกษาการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์
ในสภาวะวิกฤต ภายหลังจากการแพร่ระบาดของโรค โควิดไวรัส 19 จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2) เพื่อศึกษา
ความสัมพันธ์ ระหว่างการจัดการนวัตกรรมของอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ กับ ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการ
นวัตกรรม ของธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ 3) เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์
ภายหลัง สภาวะวิกฤต การแพร่ระบาดของโรค โควิดไวรัส 19

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน เริ่มจากการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์
เจาะลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 17 ราย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์แก่นสาระ การวิจัยเชิงปริมาณ
กลุ่มตัวอย่างได้แก่ผู้บริหาร ผู้ประกอบการและ พนักงานโครงการอสังหาริมทรัพย์ จำนวน 400 คน ในจังหวัด
ประจวบคีรีขันธ์ ใช้แบบสอบถามรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ ข้อมูลด้วย สถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบน
มาตรฐาน การวิเคราะห์ ค่า ที่ การวิเคราะห์การเบี่ยงเบนทางเดียว สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เพียร์สัน และ
สมการถดถอยเชิงพหุ

ผลการวิจัย 1) ด้านการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ภายหลังจากการแพร่ระบาดของ
โรค โควิดไวรัส 19 จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า อยู่ในระดับมาก 2) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการ
นวัตกรรมของธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ กับ ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการนวัตกรรม พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวก
อย่างมีนัยสำคัญ 3) ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการนวัตกรรมสามารถพยากรณ์การจัดการนวัตกรรมของธุรกิจ
อสังหาริมทรัพย์ได้ร้อยละ 39.0 และแนวทางการจัดการ นวัตกรรมของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ประกอบด้วย
ปัจจัยด้านสภาวะทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม เทคโนโลยี สภาพแวดล้อม และกฎหมายปัจจัยด้าน
องค์ประกอบขององค์กรนวัตกรรม ปัจจัยนวัตกรรมกระบวนการ ปัจจัยนวัตกรรมการตลาด และการจัดการ
เชิงกลยุทธ์

คำสำคัญ: การจัดการ นวัตกรรม อสังหาริมทรัพย์ สภาวะวิกฤต การแพร่ระบาดของโควิดไวรัส19
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

Abstract

This research aimed to 1) study managerial innovation of real estate enterprises after Corona COVID-19 pan Epidemic crisis Prachuabkirikhan Province. 2) study the correlation between Managerial Innovation of Real Estate Enterprises with managerial Innovation factors. 3) study an appropriate approached of managerial Innovation in Real Estate Enterprises after crisis of the coronavirus pandemic. This was mixed methodology, Qualitative research appraised with 17 key informants in depth interviews. Analytical data was thematic analysis. Quantitates research, 400 consumers, entrepreneurs, and real estate personnel were samples of this research. Questionnaires were data collection tools. Statistical analysis were percentages, mean, standard deviation, t test ANAOVA F Pearson correlation and Multiple regression. Major results were as follows; 1) Managerial Innovation of Real Estate Enterprises after Corona Virus the Epidemic crisis in Prachuabkirikhan Province were high level. 2) The correlation between managerial Innovation of real estate enterprises after Corona Virus pan Epidemic crisis with managerial Innovation factors were statistically positive correlation. .3) Managerial Innovation factors could forecasted managerial Innovation of Real Estate Enterprises after Corona Virus pan Epidemic crisis at 39.0%, meanwhile, appropriate approach consisted of Political, Economic Social and Technology law and ecology context factors, component of Innovation organization factors, Innovation Process factors Innovation marketing factors, and strategic management.

Keywords: Managerial Innovation Real Estate Crisis Corona Virus pan Epidemic Prachuabkirikhan Province.

บทนำ

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ของประเทศไทย ประสบปัญหาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโคโรนาไวรัส 19 ที่ส่งผลกระทบต่อสถานการณ์ การเมือง เศรษฐกิจและสังคม อย่างรุนแรง แต่เมื่อเหตุการณ์เริ่มคลี่คลาย ลงบ้างพบว่า แนวโน้มของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในปี พ.ศ 2565 ยังอยู่ในสถานการณ์ที่ต้องการปรับระดับการควบคุมธุรกิจ แม้ว่า ตลาดที่อยู่อาศัยเริ่มมีปัจจัยหนุนจากนโยบายการต่ออายุมาตรการลดค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมการซื้อขายที่อยู่อาศัย ประกอบด้วย ค่าธรรมเนียมการโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยและค่าธรรมเนียมการจดทะเบียนที่อยู่อาศัยในอัตราจัดเก็บที่ 0.01% สำหรับการซื้อที่อยู่อาศัยระดับราคาไม่เกิน 3 ล้านบาทและ สิ้นสุดวันที่ 31 ธ.ค. 65 ซึ่งนับเป็นอีกหนึ่งปัจจัยบวกของตลาด อสังหาริมทรัพย์ หลังจากที่ทางธนาคารแห่งประเทศไทยได้ผ่อนคลาย อัตราส่วนสินเชื่อต่อราคาบ้าน ตั้งแต่ เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2564 ทำให้กิจกรรมการซื้อขายปรับตัวดีขึ้นกว่าปี พ.ศ. 2564 อย่างไรก็ตามการฟื้นตัวของตลาดอสังหาริมทรัพย์ ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญอย่างการระบาดของโรค โคโรนาไวรัส 19 ในประเทศ ซึ่งหากเกิดการระบาดระลอกใหม่และครอบคลุมระยะเวลาที่ยาวนาน ก็จะส่งผลกระทบต่อการฟื้นตัวของกิจกรรมเศรษฐกิจและกำลังซื้อของประชาชนที่ใช้ระยะเวลานานขึ้น และเป็นแรงกดดันต่อกิจกรรมการซื้อขายและการลงทุนที่อยู่อาศัย ภายใต้สภาพแวดล้อมที่ยังเสี่ยงและมีความผันผวนสูง จากการประมาณการ มองว่า ในปี พ.ศ 2565 การโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลน่าจะมีจำนวนประมาณ 1.68 – 1.77 แสนหน่วย ขยายตัวประมาณ 1.8%-7.3% จากที่คาดว่าจะหดตัวประมาณ 16.1% ในปี 2564 หรือขยายตัวประมาณ 1.8%-7.3% จากที่คาดว่าจะหดตัว

ประมาณ 16.1% ในปี 2564 ขณะที่ทิศทางการลงทุนโครงการที่อยู่อาศัยใหม่ในปี พ.ศ. 2565 แม้ว่า การกลับเข้ามาลงทุนของผู้ประกอบการพัฒนาที่อยู่อาศัยมากขึ้นกว่า ปี พ.ศ. 2564 แต่เนื่องจากตลาดยังมีปัจจัยท้าทายสูง จากกิจกรรมการซื้อขายที่ยังไม่กลับเข้าสู่ภาวะปกติ ประกอบกับ ตลาดยังมีที่อยู่อาศัยสะสมรอขายในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลอยู่ที่ระดับสูงกว่า 2 แสนหน่วย และการแข่งขันในตลาดมีความ รุนแรงในทุกกลุ่มระดับราคาและประเภทที่อยู่อาศัย รวมถึงปัญหาสภาพคล่อง และต้นทุนในธุรกิจที่เพิ่มขึ้น ทำให้การลงทุนในปี พ.ศ. 2565 จึงยังเป็นไปอย่างระมัดระวัง จากสภาพแวดล้อมของตลาดที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง พบว่า การเปิดตัวที่อยู่อาศัยใหม่ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลยังอยู่ที่ระดับต่ำกว่าก่อนการแพร่ระบาด ของ หรือคาดว่า จะอยู่ที่ประมาณ 6.0 – 6.6 หมื่นหน่วย จากที่ประเมินว่าจะเปิดตัวเพียง 5.6 หมื่นหน่วย ในปี 2564 โดยคาดว่าผู้ประกอบการจะเน้นเจาะทำเลในแหล่งชุมชนมากขึ้น แต่ยังมีมุมมองความสนใจไปที่กลุ่มลูกค้าระดับกลางขึ้นบนเป็นหลัก (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2565)

ผลจากระบาดของโรค โควิดไวรัส 19 ที่ผ่านมาส่งผลให้โครงสร้างสังคมปรับเปลี่ยนกฎระเบียบออกมาเพื่อช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ รวมทั้งประชาชนยอมสูญเสียความเป็นส่วนตัวเพื่อให้สังคมดีขึ้น ด้วยการใช้เทคโนโลยีต่างๆ ที่เข้ามาดูแล ป้องกันการแพร่ระบาดของวิกฤติโรค โควิดไวรัส 19 ปรับเปลี่ยน คุณภาพชีวิตของผู้คนให้เหมาะสมกับการดำรงชีวิตในภาวะวิกฤต

อีกด้านหนึ่ง การแพร่ระบาดของ โรค โควิดไวรัส 19 ทำให้ผู้คนเข้าถึงเทคโนโลยีง่ายขึ้น แม้กระทั่งกลุ่มผู้สูงอายุ จากข้อมูลพบว่า แนวโน้มนวัตกรรมไร้สัมผัสต่างๆเข้ามามีบทบาทมากขึ้น รวมทั้งหุ่นยนต์ที่เข้ามาให้บริการกลุ่มผู้สูงอายุที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น 20% ใน 1-2 ปี จากนี้ และในอนาคตกลุ่มคนรุ่นใหม่ เจนซีและเจนอัลฟ่าจะให้ความสำคัญและยอมจ่ายเงินกับสินค้าและบริการเพื่อทำให้ชีวิตและโลกดีขึ้น (ภณณิน สุমনะเศรษฐกุล, 2565)

ผลจากพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่เปลี่ยนไปจาก บริบทที่แวดล้อม ทำให้ การใช้จ่ายในการเลือกซื้อหรือเลือกลงทุนใน ธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ เปลี่ยนแปลงไปด้วย แนวทางที่ผู้ประกอบการจะต้องจัดการองค์กร ธุรกิจ และ ผลิตภัณฑ์ รวมถึงกระบวนการในการดำเนินธุรกิจที่ต้อง เปลี่ยนแปลงให้เหมาะสม กับ พฤติกรรมของผู้บริโภค อาทิเช่น การฝึกอบรม พนักงานใน องค์กรให้มีแนวคิดที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง ในสิ่งใหม่ ๆ เช่น การใช้ เทคโนโลยีโดย เฉพาะการใช้ สื่อออนไลน์ ในการดำเนินธุรกิจ และ ความรู้ความเข้าใจต่อบริบท ด้านการเมือง เศรษฐกิจและสังคม ที่แวดล้อม การบริการลูกค้าทั้งก่อนและหลังการขาย ที่ต้องปรับเปลี่ยน ให้เหมาะสมกับบริบทและพฤติกรรมของผู้บริโภค ดังนั้นการนำนวัตกรรมการจัดการของธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ ในสภาวะวิกฤต หลังจากการแพร่ระบาดของโรค โควิดไวรัส 19 มาประยุกต์ใช้ในหลายด้าน อาทิเช่น ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรมกระบวนการ ซึ่งสามารถแบ่งย่อยได้เป็นด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านการบริการ ด้านเทคโนโลยี การออกแบบ ก่อสร้างและด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์จะมีความสำคัญอย่างมากใน การสร้างโอกาสทางการตลาดให้กับองค์กร ขณะที่นวัตกรรม กระบวนการจะมีส่วนสำคัญในการรักษาไว้ซึ่งการสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตลอดจน การพัฒนาผลผลิตภาพขององค์กร นอกจากนี้แนวคิดนวัตกรรมนับเป็นส่วนสำคัญในการส่งเสริมบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ขนาดกลางและขนาดย่อมในการมุ่งสู่การตอบสนองตลาดเฉพาะอีกด้วย

เพื่อตอบสนอง อุปสงค์ ของการอยู่อาศัยจริงซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อในตลาดระดับกลางถึงบน โดยมีปัจจัยกระตุ้นจากราคาอสังหาริมทรัพย์ที่ยังไม่สูงมากนัก อีกทั้งพฤติกรรมการเลือกที่อยู่อาศัยอาจเปลี่ยนไปหลังการแพร่ระบาดของโรค โควิดไวรัส 19 ตัวอย่างเช่น การทำงานที่บ้าน (Work from home) ทำให้มีความต้องการบ้านแนวราบมากกว่าคอนโดมิเนียม ส่งผลให้ ที่อยู่อาศัยแนวสูง (คอนโดมิเนียม) มีการฟื้นตัวที่ จะช้ากว่าแนวราบ โดยคาดว่า การเปิดโครงการใหม่ เพิ่มขึ้นเฉลี่ย 2.5% ต่อปี จากที่หดตัวแรงในปี พ.ศ.2564 โดยอุปทานคอนโดมิเนียมใหม่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในพื้นที่แถบ Eastern Economics Corridor

เพื่อรองรับนักลงทุนที่จะเข้ามามากขึ้นและในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว เช่น จังหวัด ภูเก็ต เกาะสมุย จังหวัด สุราษฎร์ธานี เพื่อรองรับการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวจากแรงหนุนของกฎระเบียบการครอบครอง อสังหาริมทรัพย์ ของชาวต่างชาติที่มีแนวโน้มผ่อนคลายลง (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, 2565)

จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ ในปี พ.ศ. 2566พบว่า อสังหาริมทรัพย์ เปิดขายใหม่ภายหลังการ แพร่ระบาดของ ของโรคโคโรนา ไวรัส19 จำนวน 2,261 ยูนิตมูลค่า 10,584 ล้านบาท ซึ่งประกอบด้วย โครงการบ้านจัดสรร1,388 ยูนิต มูลค่า 6,221 ล้านบาท และอาคารชุด873 ยูนิต มูลค่า4,363 ล้านบาท จาก ช่วงครึ่งแรกปี 2565 ที่อัตราการขยายตัวของหน่วยโครงการที่อยู่อาศัยเปิด ขายใหม่จะเพิ่มขึ้นกว่าช่วงครึ่งปีแรกของปี 2564 ประมาณ 21.8% และคาดว่าจะขยายตัวเพิ่มขึ้น 16.3 % ช่วงครึ่งหลังของปี 2565 (วิชัย วิรัตน์พันธ์, 2565) แต่การทำธุรกรรม ของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ มีปัจจัยที่ เปลี่ยนแปลงไปจาก การดำเนินธุรกิจยามปกติ เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปภายหลัง การแพร่ระบาดของโรคโคโรนา ไวรัส19 ประกอบการการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ส่งผลให้ คนรุ่นใหม่ มี อุปสงค์ต่ออสังหาริมทรัพย์ที่ต้องสอดคล้องกับการดำรงชีวิตของคนรุ่นใหม่ ในยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงทาง เทคโนโลยีอย่างฉับพลันทุกด้าน ผู้ประกอบการ ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ใน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จะต้องมีการ ปรับตัวและองค์การ เพื่อสนองตอบต่ออุปสงค์ดังกล่าวจึงต้องแสวงหา แนวทางการจัดการ ที่เหมาะสมกับ ธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ที่นำไปดำเนินการ ด้วยการ ประยุกต์ใช้แนวคิดและทฤษฎี การจัดการนวัตกรรมที่เข้ามา เพื่อช่วยยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันและสร้างโอกาส การเจริญเติบโตทางระบบเศรษฐกิจที่เติบโต อย่างมั่นคง ดังนั้น จึงมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการนวัตกรรมของอุตสาหกรรม อสังหาริมทรัพย์ ภายหลัง สภาวะวิกฤต จาก การแพร่ระบาดของโคโรนาไวรัส จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการนวัตกรรมของอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ ภายหลังสภาวะวิกฤต จากการแพร่ระบาดของโคโรนาไวรัส กับ ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการนวัตกรรม ของ ธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์
3. เพื่อนำเสนอแนวทางการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ภายหลัง สภาวะวิกฤต จากการแพร่ระบาดของโคโรนาไวรัส

สมมติฐานการวิจัย

1. การจัดการนวัตกรรมของอุตสาหกรรม อสังหาริมทรัพย์ ภายหลัง สภาวะวิกฤต จากการแพร่ ระบาดของโคโรนาไวรัส จังหวัดประจวบคีรีขันธ์อยู่ในระดับปานกลาง
2. การจัดการนวัตกรรมของอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ ภายหลังสภาวะวิกฤต จากการแพร่ ระบาดของโคโรนาไวรัสไม่มีความสัมพันธ์ กับ ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการนวัตกรรม ของธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์
3. ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการนวัตกรรม ของธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์สามารถพยากรณ์ และนำเสนอ แนวทางการจัดการนวัตกรรมของอุตสาหกรรม อสังหาริมทรัพย์ ภายหลัง สภาวะวิกฤต จากการแพร่ระบาดของ โคโรนาไวรัส19

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยทำการทบทวน แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 1 ความหมายของนวัตกรรม 2 ทฤษฎีนวัตกรรม 3 ประเภทของนวัตกรรมและ ทฤษฎีว่าด้วยระบบ (Systems Theory) ทฤษฎีว่าด้วยระบบ

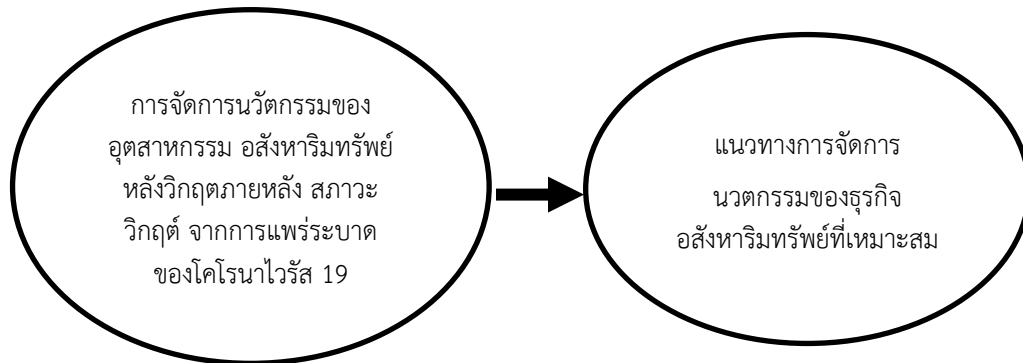
เครือข่ายทั่วไป (The General Systems Theory) เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ทางวิทยาศาสตร์จากหน่วยเล็กที่สุดไปจนถึงระดับสังคม นั่นคือ การศึกษาสิ่งต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกันโดยอาศัยระบบแบ่งระดับชั้น ระบบที่อยู่ในระดับสูงขึ้นไปจะประกอบด้วย ระบบต่าง ๆ ที่อยู่ในระดับ ต่ำกว่า เช่น องค์กรเป็นระบบหนึ่งซึ่งอยู่ในระบบสูงจะประกอบไปด้วยระบบย่อยต่าง ๆ อาทิ ภาค/ส่วน (Divisions) และแผนก (Department) ซึ่งแต่ละระดับจะมีปฏิสัมพันธ์และมีอิทธิพล ต่อกัน และ ทฤษฎีว่าด้วยสถาบัน เพื่ออธิบาย การนำพา องค์กรไปสู่ความเฉื่อยชาและวิถีทางที่ไม่สามารถพึ่งพาตนเอง

แนวคิดประเภทของนวัตกรรม ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) นวัตกรรมด้านสินค้า/ ผลิตภัณฑ์ (Product Innovations) (Eric et al., 2012) 2) นวัตกรรมด้านกระบวนการ (Process innovations) (Damanpour, 1991) และแนวคิด นวัตกรรมในองค์กร แบ่งเป็น 4 ประเภท ดังนี้ 1) นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ เพื่อการเปลี่ยนแปลง ด้านสินค้าและบริการ 2) นวัตกรรมด้านกระบวนการ เพื่อการเปลี่ยนแปลง ด้านกระบวนการผลิต การทำงานและการส่งมอบ 3) นวัตกรรมด้านตำแหน่งผลิตภัณฑ์ เพื่อการเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบในการนำเสนอ หรือการวางตำแหน่งของ สินค้าและบริการ 4) นวัตกรรมด้านกระบวนการ เพื่อการเปลี่ยนแปลง ที่เกี่ยวข้องกับกรอบความคิด และกระบวนการที่องค์กรต้องการ นวัตกรรมในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ หมายถึงผลิตภัณฑ์ หรือบริการใหม่ที่แตกต่างจาก สินค้าและบริการเดิม ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ ต่อลูกค้า หรือผู้ใช้บริการ ส่วน นวัตกรรมกระบวนการ คือ เครื่องมือใหม่ ๆ ในการส่งผ่านข้อมูลที่เป็นตัวกลาง ระหว่างกระบวนการนำเข้าและส่งออก และศึกษาข้อมูลจาก งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น

เพชรรัตน์ สิงห์สุริย์ กองกฤษณ์ โตชัยวัฒน์ และ สิทธิชัย นาคสุขสกุล (2561) ที่ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาองค์กรนวัตกรรมในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และพบว่า การเลือกใช้นวัตกรรมที่แตกต่างกันของแต่ละบริษัทแสดงให้เห็นถึงความได้เปรียบในการแข่งขันที่บริษัท ผู้ประกอบการได้พยายามพัฒนาส่วนต่างๆ ในการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับโครงการและผู้บริโภค และพบว่า การพัฒนาองค์กรนวัตกรรมในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จะเกิดขึ้นได้ ก็ต่อเมื่อผู้นำองค์กรมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน และส่งเสริมสภาพแวดล้อมให้เกิดแนวความคิดใหม่ ทั้งนี้บุคคลากร ภายในองค์กรเองก็เป็นส่วนสำคัญที่จะขับเคลื่อนองค์กรให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา สิ่งเหล่านี้จะเป็นตัว แสดงถึงการจัดการและบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ โดยมีเป้าหมายสุดท้ายคือ ผลิตภัณฑ์ที่ดีขึ้น ผลประกอบการ ที่มากขึ้น และความยั่งยืนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในระยะยาว ในขณะที่ ปัญญา เลิศไกร นิลรัตน์ นวกิจไพฑูรย์ ลัญจกร นิลกาญจน์ และกฤตพร แซ่แง สายจันทร์ (2562) ที่ทำการศึกษา การจัดการนวัตกรรมการพัฒนาองค์กร การจัดการนวัตกรรมการพัฒนาองค์กร เป็นสิ่งที่ผู้นำองค์กรและสมาชิกในองค์กรต้อง ให้ความสำคัญ เพราะยุคสังคมที่มีการสื่อสารสะดวกรวดเร็ว เป็นสังคมที่ทุกคนมีทางเลือกใน การใช้บริการมาก องค์กรจะต้องเป็นองค์กรสมรรถนะสูง ที่นำเสนอสิ่งที่เหมาะสมให้ ผู้รับบริการ การนำนวัตกรรมเข้ามามีส่วนในการดำเนินงานและจัดการนวัตกรรมนั้นอย่าง เหมาะสม จะเป็นปัจจัยที่ทำให้องค์กรแข็งแกร่ง สร้างผลผลิตผลงานคุณภาพออกมาอย่าง ต่อเนื่องและมั่นคง การจัดการนวัตกรรมการพัฒนาองค์กร เน้นกระบวนการพัฒนาศักยภาพคนให้เป็น บุคคลแห่งการเรียนรู้ และกำหนดวิสัยทัศน์ร่วมของสมาชิกในองค์กร ใช้นวัตกรรมที่เป็นรูปแบบ การจัดการมาเป็นตัวตั้งเพื่อวางแผนกลยุทธ์ที่เหมาะสม จะทำให้สมาชิกองค์กรเป็นกลุ่มคนแห่ง การเรียนรู้และนำไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้หรือองค์กรสมรรถนะสูง ด้วยการพัฒนาศักยภาพ บุคคลและทีมงานอย่างต่อเนื่อง จะเป็นประเด็นหลักที่สำคัญของการ ซึ่งบุคคลในองค์กรจะ สามารถร่วมกำหนดวิสัยทัศน์ที่ท้าทายและมีคุณค่า สามารถสร้างแผนกลยุทธ์ที่เหมาะสม เพื่อ สร้างผลงานคุณภาพให้กับองค์กร ให้กับสังคมอย่างยั่งยืน

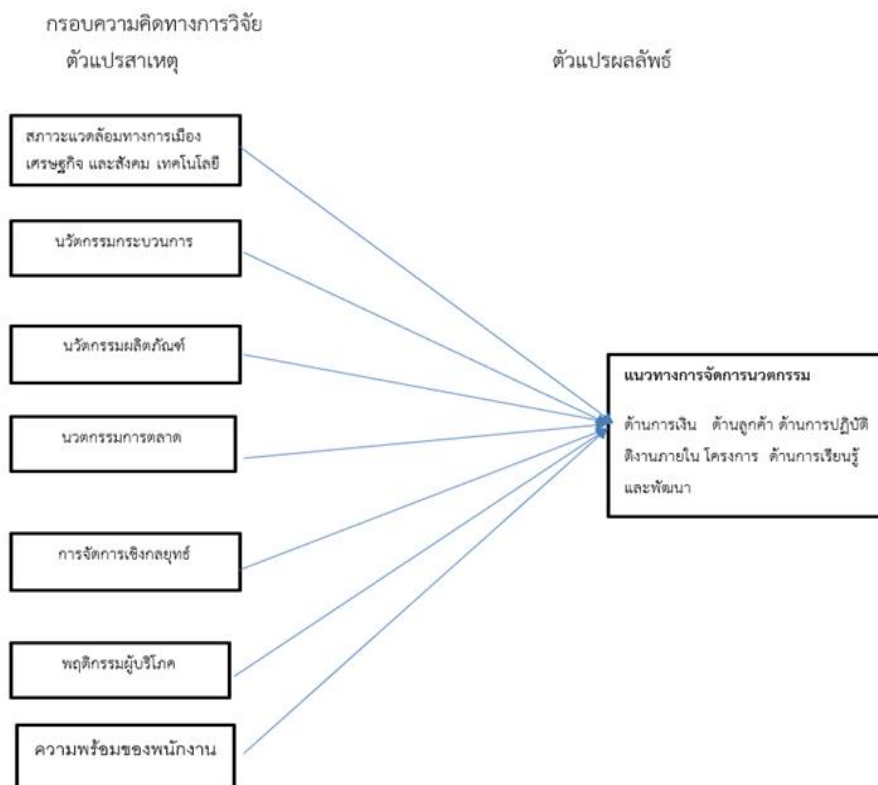
จากการทบทวน วรรณกรรมผู้วิจัย สร้าง กรอบความคิด การวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ

กรอบความคิดเชิงคุณภาพ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดเชิงคุณภาพ

กรอบความคิดการวิจัยเชิงปริมาณ



ภาพที่ 2 กรอบความคิดการวิจัยเชิงปริมาณ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการจัดการนวัตกรรมของอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ ภายหลังจากวิกฤตจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยใช้วิธีการวิจัยเป็นแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขต การวิจัยในแต่ละขั้นตอนของการวิจัย ดังต่อไปนี้

ด้านขอบเขต

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามเพื่อศึกษาการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Sampling) ประกอบด้วย ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการและพนักงาน ของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และผู้บริโภค ที่มาทำธุรกรรมอสังหาริมทรัพย์ ที่สำนักงานที่ดินหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ใน จำนวนรวม 6,780 คน คำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่าง ตามแนวคิด (Yamane., 1973) ได้กลุ่มตัวอย่าง 422 คนทำการเก็บรวบรวมด้วยตนเองได้ 400 คน

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Information) การสัมภาษณ์ เชิงลึกเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการนวัตกรรม ของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย โดยคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) ผู้ประกอบการที่มีขนาดธุรกิจ ขนาดใหญ่ กลาง และย่อม ในพื้นที่อำเภอหัวหินและปราณบุรี จำนวน 7 คน 2) ผู้บริโภคที่ทำการจองซื้อบ้านในแนวราบละ คอนโดมิเนียม จำนวน 5 คน และ 3) บุคลากรของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ขนาดใหญ่ กลางและย่อม จำนวน 5 คน ทั้งหมดจำนวน 17 คน

ด้านเนื้อหา ได้แก่ การจัดการนวัตกรรมของธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ 4ด้าน ดัดแปลงจาก ทฤษฎี Balanced Score Card และปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการนวัตกรรม จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่าปัจจัยด้านสถานะทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม เทคโนโลยี สภาพแวดล้อม และกฎหมายปัจจัยด้านองค์ประกอบขององค์กรนวัตกรรม ปัจจัยนวัตกรรมกระบวนการ ปัจจัยนวัตกรรมการตลาด และการจัดการเชิงกลยุทธ์ ปัจจัยโครงการที่สอดคล้องกับการดำรงชีวิตยุคนิวนอร์มอล ปัจจัยการฝึกพนักงานในการจัดการนวัตกรรม (Burns & Stalker, 1994)

ด้านสถานที่ คือ โครงการ ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ใน อำเภอหัวหิน อำเภอ ปราณบุรีและอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ด้านเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามดังกล่าวผ่านการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญ ด้านธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหา แล้วนำไปหาค่า ความเที่ยงตรงโดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC ได้เท่ากับ 0.70 (บุญชม ศรีสะอาด, 2556) ความ เชื่อมั่นจากสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach, 1990) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.95 และจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ 1) ปัจจัยลักษณะประชากร 2) การจัดการนวัตกรรมของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ 3) ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการนวัตกรรม ใช้ Likert scale โดยแบ่งช่วงของคะแนน ได้แก่ 1.00 - 1.80 หมายถึง เห็นด้วย ในระดับน้อยที่สุด 1.81 - 2.60 หมายถึง เห็นด้วยในระดับน้อย 2.61 - 3.40 หมายถึง เห็น ด้วยในระดับปานกลาง 3.41 - 4.20 หมายถึง เห็นด้วยในระดับมาก และ 4.21 - 5.00 หมายถึง เห็นด้วยในระดับมากที่สุด) เพื่อนำไปเก็บข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ได้แก่แบบ สัมภาษณ์มีโครงสร้าง คำถามสัมภาษณ์ แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ 1) ศึกษา การจัดการนวัตกรรมของอุตสาหกรรม อสังหาริมทรัพย์ ภายหลัง สภาวะวิกฤตจากการแพร่ระบาดของโคโรนาไวรัส จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2) ศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างการจัดการนวัตกรรมของอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ ภายหลังสภาวะวิกฤต จากการแพร่ระบาดของโคโรนาไวรัส กับปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการนวัตกรรม ของธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์และ3 แนวทางการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์แก่นสาระผู้วิจัยเก็บแบบสัมภาษณ์ด้วยตนเอง

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

สถิติด้วยโปรแกรมสถิติทางสังคมวิทยา เพื่อหาค่าทางสถิติของข้อมูลที่ศึกษาการวิเคราะห์ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่า ที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนเชิงเดียวและสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และสมการถดถอยเชิงพหุ ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถาม ด้วยตนเอง

ผลการวิจัย

จากการศึกษา การจัดการนวัตกรรมของอุตสาหกรรม อสังหาริมทรัพย์ ภายหลัง สภาวะวิกฤต จากการแพร่ระบาดของโคโรนาไวรัส จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ผู้ประกอบการ ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้มีการนำนวัตกรรม ทางด้านต่าง ๆ มาประยุกต์ด้วยการจัดการที่เหมาะสม อาทิเช่น การใช้เครื่องมือกลและเครื่องมือทางเทคโนโลยีเข้ามาแก้ไขปัญหาการผลิตที่ใช้แรงงานเข้มข้นเพื่อต้องการลดต้นทุนและปัญหาทางการเมืองจากการต้องจ้างแรงงานผิดกฎหมาย และสามารถควบคุมคุณภาพของการก่อสร้าง ได้ครบทั้งระบบ ในแบบ real time ขณะเดียวกันก็นำนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมการจัดการกระบวนการผลิตที่เน้นความรวดเร็ว ประหยัด และมีคุณภาพ ขณะเดียวกัน ก็นำนวัตกรรมการตลาดมาจัดการสื่อสารกับผู้บริโภค ในมิติ ต่าง ๆ ประกอบกับการทำความเข้าใจและการออกแบบอาคารที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในยุคนิวนอร์มอล ทำให้มีโอกาสที่จะพลิกฟื้นกิจการ เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่เริ่มขยายตัวมากขึ้นโดยเฉพาะอสังหาริมทรัพย์ในแนวราบ ที่ปัจจุบัน ยังมีช่องทางขยายตัวในพื้นที่รอยต่อ อำเภอ หัวหิน กับ อำเภอปราณบุรี ประกอบกับผู้บริหาร ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ รุ่นปัจจุบัน ผ่านการศึกษาในระดับสูง ทำให้เข้าใจบริบทของการจัดการสมัยใหม่อย่างพอเพียง ทำให้สามารถจัดการนวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ และ รับผลประโยชน์จากการจัดการนวัตกรรม สามารถ ตอบสนอง ทฤษฎีการจัดการองค์แบบ Balanced Score Card ครบสี่ ด้านและพบว่า การจัดการนวัตกรรม พบว่า ระดับของ การจัดการนวัตกรรมของธุรกิจของอสังหาริมทรัพย์ หลังสภาวะวิกฤตจากการแพร่ระบาดของโรค โคโรนาไวรัส19 พื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของอสังหาริมทรัพย์ ในพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.32$) เนื่องจาก ผู้ประกอบการ ต้องเปลี่ยนแนวคิดของการประกอบการให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของโลกและพฤติกรรมของผู้บริโภค

ด้านการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการนวัตกรรมของอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ ภายหลังสภาวะวิกฤต จากการแพร่ระบาดของโคโรนาไวรัส กับ ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการนวัตกรรม ของธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นอกจากนี้ พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ ให้ ความสำคัญ กับ ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการนวัตกรรมของอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ ภายหลังสภาวะวิกฤต จากการแพร่ระบาดของโคโรนาไวรัส กับ ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการนวัตกรรม ของธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์อย่างมากเนื่องจากทุกรายได้เผชิญกับการถดถอยทางเศรษฐกิจ ในช่วงการแพร่ระบาดของโรค โคโรนา ไวรัส19 และได้ใช้ประโยชน์จากที่ผู้ประกอบการหลายรายได้เข้ารับการศึกษาค้นคว้าและได้เผยแพร่ ความรู้ทางการจัดการนวัตกรรมไปยังผู้ประกอบการทำให้เกิดความตื่นตัวในการนำนวัตกรรมต่าง ๆ ทั้งทางการจัดการและด้าน วิศวกรรมโครงสร้างเข้ามาปรับ เปลี่ยนการทำงาน ทำให้ การธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ ในอำเภอหัวหินและปราณบุรี เริ่ม พลิกฟื้นตัว

ด้านการศึกษาแนวทางการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ภายหลัง สภาวะวิกฤต จากการแพร่ระบาดของโคโรนาไวรัส พบว่า แนวทางการจัดการนวัตกรรมของอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ หลังสภาวะวิกฤตจากการแพร่ระบาดของโรคโคโรนาไวรัส ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ควรประกอบด้วย

องค์ประกอบขององค์กรนวัตกรรม ที่จะต้องปรับตัวในการจัดการ ด้านวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร สามารถนำองค์การผ่านวิกฤตไปสู่ความสำเร็จ มีการพัฒนาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการนวัตกรรมรูปแบบต่าง ๆ ของผู้บริหาร ทำการปรับเปลี่ยนโครงสร้างของธุรกิจให้เหมาะสมในการบริการลูกค้าที่มีพฤติกรรมผู้บริโภคของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป จัดการระบบการสื่อสารกับลูกค้าและการสื่อสารในองค์กรได้เหมาะสม และเน้นจัดการการตลาดโดยการมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับลูกค้า และทำการพัฒนาองค์การอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว

นวัตกรรมกระบวนการ ที่จะต้องให้ความสำคัญกับการจัดการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคหลากหลายช่องทาง เน้นนวัตกรรมการสื่อสารออนไลน์และ เปิดให้มีการจัดทำบริการรับเรื่องราวจ้างเรียนทางออนไลน์ เพื่อความรวดเร็วในการจัดการแก้ไขปัญหาและตอบข้อร้องเรียนทันเวลาด้วยระบบออนไลน์ จัดให้มีพันธมิตรทางการจัดการอสังหาริมทรัพย์ เพื่อร่วมนำเสนอข้อเสนองานใหม่ ๆ ที่ลูกค้าประทับใจ อาทิเช่น บริการสร้างสรุบายน้ำในบริเวณบ้าน การกำจัดปลวกและแมลง รวมถึงการจัดและตกแต่งสวน เร่งรัดพัฒนาความน่าสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคเกิดความประทับใจในผลิตภัณฑ์และบริการ อาทิเช่น การติดตั้งโซลาร์เซลล์พลังงานแสงอาทิตย์ หรือ การออกแบบอาคารเพื่อลดสภาวะโลกร้อน เป็นต้น

นวัตกรรมการตลาด ผู้บริหารจะต้องทำการพัฒนาการจัดการภายในองค์กรให้รองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากความคาดหวังที่เพิ่มมากขึ้นของลูกค้าหรือผู้บริโภค และจัดให้มีการจัดการรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากความคาดหวังที่เพิ่มมากขึ้นของลูกค้าหรือผู้บริโภคและ สร้างความผูกพันต่อผลิตภัณฑ์และบริการเมื่อการจัดการภายในขององค์กร เพื่อให้ให้เกิดการได้รับการยอมรับและการตอบรับที่ดีจากลูกค้าหรือผู้บริโภค ให้เกิดพึงพอใจ และประทับใจในผลิตภัณฑ์และบริการ ส่งผลให้เกิดการผลิตอย่างต่อเนื่อง และผู้บริหารและคณะบริหารได้มีการวางแผนทางการตลาดเพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง ขณะเดียวกันผู้บริหารต้องพัฒนาความน่าสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคเกิดความประทับใจในผลิตภัณฑ์และบริการ และต้องทำการพัฒนาความรู้ความเข้าใจให้พนักงานมีความสามารถและทักษะที่จะปรับตัวให้เข้ากับการแข่งขัน

การจัดการเชิงกลยุทธ์ ผู้บริหารจะต้องมีการกำหนดภารกิจขององค์กรอย่างชัดเจน เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าประสงค์ที่สามารถจะดำเนินการได้ เพื่อให้สามารถจัดการนวัตกรรมได้ในสภาวะการเปลี่ยนแปลงของการเมือง เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี และต้องกำหนด วิธีการปฏิบัติงานและการดูแลลูกค้าเหมาะสม และจัดการระบบการปฏิบัติงานสามารถควบคุมกระบวนการจัดการนวัตกรรม

สภาวะทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม เทคโนโลยี สภาพแวดล้อม และกฎหมาย แนวทางที่จะสามารถจัดการนวัตกรรมของอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ผู้บริหารและคณะจะต้องติดตามสถานการณ์ทางการเมือง เศรษฐกิจและ สังคม ทั้งภายในและภายนอกประเทศ อย่างใกล้ชิดเพราะปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมีผลอย่างรวดเร็ว เนื่องจากเทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้ผู้บริโภค มีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและต้องการการตอบสนองในเวลาอย่างรวดเร็ว ขณะที่ โครงการจะดำเนินการก่อสร้าง ในที่ใดต้องคำนึงถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมให้มากที่สุดโดยเฉพาะโครงการที่ใกล้กับแหล่งชุมชนและแหล่ง สาธารณูปโภค และควรตรวจสอบกับฝ่ายกฎหมายภาครัฐให้รอบคอบ และพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อ การจัดการนวัตกรรมมี สามารถพยากรณ์ การจัดการนวัตกรรมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้เกินร้อยละ30 จากผลการวิจัย จากตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยพหุคูณของการจัดการนวัตกรรมที่มีผลต่อการจัดการนวัตกรรม ของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Enter Linear Regression Analysis)

ตัวแปร	Coefficients ^a				
	b	SE _b	β	t	Sig
Constant	1.256	.199		6.304	.000
สภาวะทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม เทคโนโลยี	.172	.043	.199	4.049	.000
ปัจจัยองค์ประกอบขององค์กรนวัตกรรม	.105	.041	.130	2.583	.001
ปัจจัยนวัตกรรมกระบวนการ	.134	.043	.158	2.884	.004
ปัจจัยนวัตกรรมการตลาด	.136	.047	.153	2.884	.004
ปัจจัยการจัดการเชิงกลยุทธ์	.158	.035	.206	4.536	.000

ตัวแปรอิสระ 5 ตัว คือ ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการนวัตกรรม ได้แก่ สภาวะทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม เทคโนโลยี สภาพแวดล้อม และกฎหมาย องค์ประกอบขององค์กรนวัตกรรม นวัตกรรมกระบวนการผลรวมนวัตกรรมการตลาด และการจัดการเชิงกลยุทธ์ ที่มีผลต่อการจัดการนวัตกรรม ของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยที่ ปัจจัยการจัดการเชิงกลยุทธ์การจัดการนวัตกรรมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มากที่สุด รองลงมาคือ สภาวะทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม เทคโนโลยี ปัจจัยนวัตกรรมกระบวนการ และปัจจัยนวัตกรรม การตลาด ปัจจัยองค์ประกอบขององค์กรนวัตกรรม ตามลำดับ สามารถอธิบายความผันแปรของความสำเร็จของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ .634 และสามารถอธิบายประสิทธิภาพในการทำนาย (R²) เท่ากับ 0.390 หรือร้อยละ 39.0 โดยมีสมการพยากรณ์

$Y^{\wedge} = .206$ การจัดการเชิงกลยุทธ์ + .199 สภาวะทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม เทคโนโลยี .158 นวัตกรรมกระบวนการ + .153 นวัตกรรมการตลาด +.130 องค์ประกอบขององค์กรนวัตกรรม

จากสมการเป็นการยืนยันผลการวิจัยด้วย ผลการสัมภาษณ์เจาะลึกที่สอดคล้องกับสมการเนื่องจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ชี้ชัดว่า สภาวะทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม เทคโนโลยี สภาพแวดล้อม และกฎหมาย การจัดการเชิงกลยุทธ์ นวัตกรรมกระบวนการผลิต กระบวนการจัดการ การตลาด และ คุณภาพของ พนักงาน รวมถึงการจัดองค์การให้มียังองค์ประกอบของ นวัตกรรม มีผลอย่างยิ่งกับการจัดการนวัตกรรม ของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

การอภิปรายผล

ระดับการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจของอสังหาริมทรัพย์ ในพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.32$) สอดคล้องกับ งานของ ศศิณาถ ปิ่นแหลม สมบูรณ์ ศรีอนุรักษวงศ์ และประภัสสร วิเศษประภา (2562) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์ จากการศึกษาข้อมูลผ่านเทคโนโลยีสื่อออนไลน์ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ขณะที่ ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ

ของการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจของอสังหาริมทรัพย์ ในพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โครงการอสังหาริมทรัพย์ที่สอดคล้องกับการดำรงชีวิตในยุคนิวนอร์มอลโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.25$) สอดคล้องกับอรุณ ไพศาลพาณิชย์กุล (2560) ศึกษาเรื่อง องค์การนวัตกรรม: มโนทัศน์ และตัวแบบเชิงทฤษฎี ด้าน แนวทางการจัดการนวัตกรรมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ที่ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการสามารถพยากรณ์ความสำเร็จของการจัดการนวัตกรรมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ได้ร้อยละ 63.4 สอดคล้องกับงานของเพชรรัตน์ สิงห์สุริย์, กองกนต์ โตชัยวัฒน์, สิทธิชัย นาคสุขสกุล (2561) การศึกษาแนวทางการพัฒนาองค์กรนวัตกรรมในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ที่พบว่า การเลือกใช้นวัตกรรมที่แตกต่างกันของแต่ละบริษัทแสดงให้เห็นถึงความได้เปรียบในการแข่งขันที่บริษัท ผู้ประกอบการได้พยายามพัฒนาส่วนต่าง ๆ ในการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับโครงการและผู้บริโภค พบว่า การพัฒนาองค์กรนวัตกรรมในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จะเกิดขึ้นได้ ก็ต่อเมื่อผู้นำองค์กรมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน และส่งเสริมสภาพแวดล้อมให้เกิดแนวความคิดใหม่ ทั้งนี้บุคคลากร ภายในองค์กรเองก็เป็นส่วนสำคัญที่จะขับเคลื่อนองค์กรให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา สิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวแสดงถึงการจัดการและบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ โดยที่เป้าหมายสุดท้ายคือ ผลลัพธ์ที่ดีขึ้น ผลประกอบการ ที่มากขึ้น และความยั่งยืนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในระยะยาว

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย เพื่อประโยชน์การนำไปปฏิบัติ

ประการแรก รัฐบาลควรมีนโยบายสนับสนุน กองทุนการเงินเพื่อแก้ไขสภาพคล่องของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เนื่องจาก ภายหลัง สภาวะวิกฤตการณ์แพร่ระบาด โรคโคโรนาไวรัส 19 ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ ขาดสภาพคล่อง จากนโยบายปิดประเทศของรัฐบาล ทำให้ผู้ประกอบการจากต่างประเทศที่เป็นลูกค้าหลักของอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ไม่สามารถเดินทางเข้ามาซื้ออสังหาริมทรัพย์ ได้

ประการที่สอง ถ้ารัฐไม่สามารถสนับสนุนเม็ดเงินในการลงทุนให้กับผู้ประกอบการโดยผ่านสินเชื่อซอฟท์โลนได้ รัฐบาลควรกำหนดนโยบาย การคลังด้านภาษี ที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ภาษี นิติบุคคล และภาษีสิ่งอุปกรณ์ การก่อสร้างให้สอดคล้องกับสภาวะทางเศรษฐกิจ ในประเทศและเศรษฐกิจโลก ทั้งสองประการ จะช่วยการเพิ่มขึ้นของลูกค้ายาใหม่ ให้อยู่ในระดับมากที่สุด

ประการที่สาม ผู้ประกอบการจะต้อง คำนึงถึง การรักษา ภาพลักษณ์ขององค์กร ให้มากอย่าให้ลูกค้ามีปัญหาในการประสานการปฏิบัติในทุกขั้นตอนของการดำเนินงาน การรักษาความคงอยู่ของพนักงาน ให้อยู่ร่วมกับองค์กรอย่างมีคุณภาพชีวิต ที่เหมาะสมและการพัฒนาพนักงานให้มีขีดความสามารถการใช้งานนวัตกรรมในการดำเนินงาน

ประการที่สี่ ผู้บริหารต้องพัฒนาตนเองให้มีขีดความสามารถทางการจัดการเชิงกลยุทธ์ เพื่อจะได้กำหนดกลยุทธ์การจัดการให้เหมาะสมกับความผันผวนของ สภาวะ เศรษฐกิจ การเมืองและสังคม ทั้งภายในประเทศและระดับโลก

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรนำแนวทางปัจจัยที่มีผลต่อ การจัดการนวัตกรรมที่ใช้ในการศึกษาใน ครั้งนี้ ได้แก่ การจัดการเชิงกลยุทธ์ สภาวะทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม เทคโนโลยี นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมการตลาด และ องค์ประกอบขององค์กรนวัตกรรม ไปทดลองวิจัย ข้างกับ พื้นที่อื่นและภาคอุตสาหกรรมอื่น

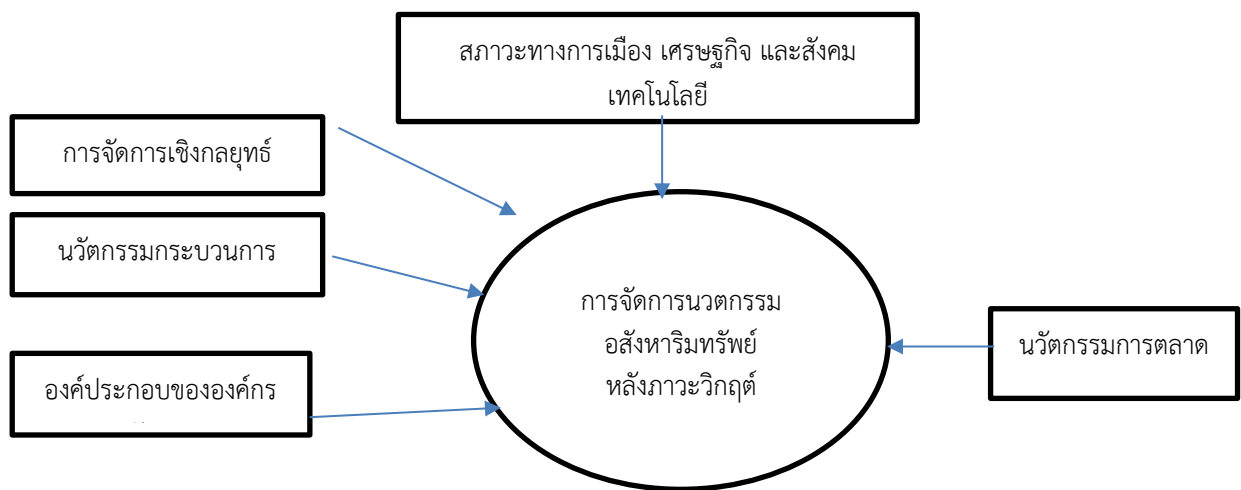
2. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสนทนา (Focus Group) กับ ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ เพื่อศึกษาและค้นหาการพัฒนาแนวทางการจัดการนวัตกรรม

แบบใหม่ ที่ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ควรให้ความสำคัญในการพัฒนาเพิ่มเติม และใช้เป็นเครื่องมือในการยกระดับการจัดการอสังหาริมทรัพย์และผลการดำเนินงานให้กับ ธุรกิจ และ

3. ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยเหตุด้านอื่น ที่เป็นปัจจัยเหตุที่ส่งผลต่อการจัดการ อสังหาริมทรัพย์ เช่น กระบวนการในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

การจัดการนวัตกรรมของธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ ภายหลังจากภาวะวิกฤต การแพร่ระบาดของ โควิด-19 ไวรัส จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทำให้ทราบว่า การจัดการนวัตกรรมอสังหาริมทรัพย์ ภายหลังจากภาวะวิกฤต จาก การแพร่ระบาดของโควิด-19 ไวรัส จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ควรมีแนวทางของการจัดการนวัตกรรม ประกอบด้วย การจัดการเชิงกลยุทธ์ สภาวะทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม เทคโนโลยี นวัตกรรมกระบวนการและ นวัตกรรมการตลาด องค์ประกอบขององค์กรนวัตกรรม สามารถแสดงเป็นแผนภูมิ ดังนี้



ภาพที่ 3 แผนภูมิแสดงองค์ความรู้จากการวิจัย

เอกสารอ้างอิง

ปัญญา เลิศไกร นิลรัตน์ นวกิจไพฑูรย์ ลัญจกร นิลกาญจน์ และกฤตพร แซ่แง สายจันทร์. (2562). การจัดการ นวัตกรรมการพัฒนาองค์กร. *Journal of MCU Nakhondhat*, 6(8), 3745–3757. สืบค้นจาก <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMND/article/view/218069>

นิตริรัตน์ ปรีชาเวช. (2554). นวัตกรรมในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์. *วารสารวิจัยและสาระสถาปัตยกรรม/การผังเมือง*, 8(2), 127

เพชรรัตน์ สิงห์สุริย์, กองกฤษ โตชัยวัฒน์, สิทธิชัย นาคสุขสกุล (2561). การศึกษาแนวทางการพัฒนาองค์กร นวัตกรรมในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ Built Environment Research Associates Conference, BERAC9, 2018 Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University, June 15, 2018)

ภณณิน สุমনะเศรษฐกุล (2565). *อลังหา65 ปีแห่งการฟื้นตัว ราคาขยับ-ลงทุนรอบนอกบูม*. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/business/976136> approached Feb 1st 2022)

สรชัย พิศาลบุตร. (2550). *การสร้างและประมวลผลข้อมูลจากแบบสอบถาม*. กรุงเทพฯ: วิจัยพัฒนา.

- วิชัย วิรัตน์พันธ์. (2565). *อสังหาฯ ตะวันตกโครงการเปิดใหม่เพิ่มสวนมูลค่าลดลง*. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/business/962068> approached Feb 1st 2022)
- ศศิณาด ปิ่นแหลม สมบูรณ์ ศรีอนุรักษ์วงศ์ และประภัสสร วิเศษประภา. (2562). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์ จากการศึกษาข้อมูลผ่านเทคโนโลยีสื่อ ออนไลน์ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร*. สืบค้นจาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/mlw11/sec2/6014963054.pdf>
- ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์. (2557). *กระบวนการจัดการความรู้และนวัตกรรมส่งผลต่อความอยู่รอดขององค์กรธุรกิจ. สุทธิปริทัศน์, 28(85, มกราคม - มีนาคม 2557), 47-58.*
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2565). *แนวโน้มตลาดที่อยู่อาศัยในปี 2565 ยังเป็นปีที่ท้าทาย แม้ตลาดจะมีปัจจัยหนุนเพิ่มขึ้น แต่พื้นฐานตลาดยังมีความเปราะบางสูง*. สืบค้นจาก <https://kasikornresearch.com/th/analysis/kecon/business/Pages/Real-Est-CI3296.aspx> approached Feb 1st 2022
- ธนาคารกรุงศรีอยุธยา. (2565). *Industry Team 2565 แนวโน้มธุรกิจและอุตสาหกรรมไทย ปี 2565-2567*. สืบค้นจาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/summary-outlook/outlook-2022-2024> approached Feb 1st 2022)
- Burns, & Stalker, G. (1994). *The management of innovation*: USA: Oxford University Press.
- Damanpour, F. (1990). Innovation effectiveness, adoption, and organization performance. *Innovation and creativity at work: Psychological and organizational strategies*, John Wiley and Sons, 125-141.
- Drucker, P. F. (1985). *The innovator and entrepreneur*. NY: Harper & Row.

ปัจจัยการบริหารองค์กรที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริมใน
กรุงเทพมหานคร

ภัศราธิ์ เรื่องชัยพัฒนา^{1*} และ ชาญเดช เจริญวิริยะกุล²

^{1,2} มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

FACTORS ORGANIZATION ADMINISTRATION AFFECTING THE POTENTIAL
DEVELOPMENT OF FOOD SUPPLEMENT BUSINESS ENTREPRENEURS
IN BANGKOK

Pattaree Rungchaipatna^{1*} and Chandej Charoenwiryakul²

^{1,2} Suan Sunadha Rajabhat University

*Corresponding author E-mail: s61563827014@ssru.ac.th

วันที่รับบทความ (Received) 8 สิงหาคม 2565

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 21 กันยายน 2566

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 21 กันยายน 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริม และการบริหารองค์การ ในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เปรียบเทียบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) ศึกษาปัจจัยการบริหารองค์กรที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริม ในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 260 คน ใช้สถิติพรรณนา, t- test, F-test และการวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า 1) การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ ด้านทีมงานบริหารตนเอง ด้านความเกี่ยวข้องของพนักงาน ด้านการบริหารคุณภาพโดยรวม ในระดับปานกลาง ด้านเทคโนโลยีแบบประสมประสาน และด้านการเรียนรู้ขององค์กร 2) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริม ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน ส่วน เพศ อายุ และรายได้ไม่แตกต่างกัน และ 3) ปัจจัยการบริหารองค์กร ด้านโครงสร้างขององค์กร ด้านระบบ ด้านรูปแบบการบริหาร ด้านบุคลากร และด้านค่านิยมร่วม ส่งผลต่อการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริม ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลการวิจัยครั้งนี้ผู้ประกอบการธุรกิจในอนาคตที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจอาหารเสริมหรือธุรกิจในช่วงโซ่อุปทานเดียวกันสามารถใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายในการพัฒนาองค์กรให้มีศักยภาพสูงขึ้น เพื่อให้สามารถรองรับการแข่งขันภายในความรวดเร็วของการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน

คำสำคัญ: พัฒนาศักยภาพ ธุรกิจอาหารเสริม ผู้ประกอบการ

Abstract

This research aims to 1) study the potential development of supplement business entrepreneurs and organizational management in Bangkok. 2) Compare the potential development of food supplement business entrepreneurs in Bangkok area classified by personal factors and 3) study the organizational management factors affecting the potential development of supplement business entrepreneurs in Bangkok area. The questionnaire was used as a tool to collect information from 260 Thai food supplement business entrepreneurs used descriptive statistics, t-test, F-test and multiple regression analysis. The results of the research were as follows: 1) The development of potential entrepreneurs in the supplement business in Bangkok was at a high level. When considering each aspect, it was found that it was at a high level, sorted as follows. The self-management team, the relevance of the employees, the overall quality management. At the moderate level, including Integrated technology and organizational learning 2) Respondents with different educational levels had different potential development of supplement business entrepreneurs in Bangkok. Gender, age, and income were not different; and 3) Organizational management factors, organizational structure, system, management style, personnel, and shared values affect the development of food supplement entrepreneurs in Bangkok. By the results of this research, business operators in industries related to the supplementary food business or businesses in the same supply chain can be used as a guideline for formulating policies for organizational development to have a higher potential to support internal competition and the speed of current change.

Keywords: Potential Development, Food Supplement Business, Entrepreneurs

บทนำ

ปัจจุบันผู้บริโภคทั่วโลกเริ่มตื่นตัวและได้หันมาใส่ใจเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพตัวเองมากขึ้น แนวโน้มการผลิตและการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพจึงเพิ่มขึ้นตามมาอย่างเห็นได้ชัด ยิ่งไปกว่านั้นยังมีผู้บริโภคจำนวนไม่น้อยที่ถือแนวคิดที่ว่า นอกจากอาหาร เครื่องดื่ม ซึ่งปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตเท่านั้น ผู้บริโภคยังหันมาให้ความใส่ใจสุขภาพอนามัยของตนเอง โดยเลือกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม เป็นปัจจัยที่เสริมคุณภาพชีวิตต่อไป ดังนั้นแนวโน้มของการพัฒนาอาหารเสริมของโลกปัจจุบัน และอนาคตจึงมีทิศทางไปยังการพัฒนานวัตกรรมอาหารเสริมในกลุ่มสุขภาพ และส่งผลกระทบต่อระบบการทำงานของร่างกาย เช่น การป้องกันโรค เพิ่มภูมิคุ้มกันต้านทาน เชลลอคความเสื่อมของเซลล์ในอวัยวะต่าง ๆ และช่วยให้เรื่องของการระบบการขับถ่าย เป็นต้น (สถาบันสอนอาชีพชื่อช่องทางรวย, 2558)

ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ภาพรวมธุรกิจอาหารเสริมมีอัตราการเติบโตสูงขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่มาจากกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี อย่างไรก็ตามในปัจจุบัน ผู้บริโภคกลุ่มนี้ยังมีศักยภาพในการใช้จ่ายอาหารเสริม จึงทำให้ธุรกิจอาหารเสริมต้องเผชิญกับการแข่งขันในการประกอบธุรกิจมากขึ้น ทั้งนี้ผู้ประกอบการจึงหันมามองหาปัจจัยใหม่ ๆ ในการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจ เพื่อตอบโจทย์กับความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

อีกทั้งการรักษาการเติบโตที่ดีในอนาคต ทั้งนี้ ตลาดอาหารเสริมประกอบไปด้วย อาหารเสริมเพื่อสุขภาพและรักษาโรค อาหารเสริมเพื่อความงาม และตลาดอาหารเสริมเพิ่มสมรรถทางร่างกาย โดยปัจจุบันตลาดอาหารเสริมในประเทศไทยมีมูลค่าราว 1.4 หมื่นล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 21 ของมูลค่าตลาดอาหารเสริมทั้งหมด ทั้งนี้ในช่วงปี พ.ศ. 2558-2562 ตลาดอาหารเสริมมีมีอัตราการเติบโตโดดเด่นซึ่งมีอัตราการเติบโตสะสมสูงถึงร้อยละ 12 ต่อปี โดยมีสินค้าขายดีอยู่ในกลุ่มของผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและผลิตภัณฑ์ลดน้ำหนัก ซึ่งผลิตภัณฑ์จะออกมาในลักษณะทั้งเป็นเม็ดรับประทาน เป็นเครื่องดื่มพร้อมซังรับประทาน และเป็นเครื่องดื่มบรรจุขวด เป็นอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ ซึ่งจะเห็นได้จากมูลค่าทางการตลาดอาหารเสริมทั้งหมดเติบโตได้ดี

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าธุรกิจอาหารเสริมเป็นธุรกิจที่เติบโตอย่างรวดเร็ว เนื่องจากความต้องการตามเทรนด์รักษาสุขภาพของผู้บริโภค ประกอบกับช่องทางการซื้อขายในปัจจุบันสามารถทำได้ง่ายผ่านช่องทางออนไลน์ ส่งผลให้ธุรกิจอาหารเสริมมีการแข่งขันทางการตลาดสูง ส่งผลทำให้ผู้ประกอบการมีการพัฒนาศักยภาพขององค์กรเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารเสริมที่มีมาตรฐาน มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ใน การเพิ่มศักยภาพและความสามารถหลักขององค์กรนั้น ขึ้นอยู่กับทุนมนุษย์เป็นสำคัญ ดังนั้นองค์กรให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กร แม้ว่าในปัจจุบันมีเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย แต่บุคลากรยังคงเป็นทรัพยากรที่ถ่ายทอดความก้าวหน้า เป้าหมายขององค์กร พันธกิจ กลยุทธ์ การให้ความสำคัญกับทุนปัญญา องค์กรที่มีการพัฒนาศักยภาพการทำงานสูงมักจัดองค์กรให้มีความไหลเวียนของงานตามกระบวนการทางธุรกิจ และมีการสร้างเสริมทีมงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (Schermerhorn, Hunt & Osborn, 2001)

การพัฒนาองค์ศักยภาพขององค์กรนั้นมีความจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยภายในหน่วยงาน ที่ผู้บริหารองค์กรต้องให้ความสำคัญกับตัวแปร ไม่ว่าจะเป็น ด้านกลยุทธ์ ที่ต้องมีความจำเป็นการวางแผนกลยุทธ์องค์กร การออกแบบโครงสร้างการบริหารที่มีความเชื่อมโยงกับอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบ มีกระบวนการและลำดับขั้นในการทำงานที่ต้องเป็นระบบ มีรูปแบบการบริหารงาน โดยมีการกระจายอำนาจและการแบ่งอำนาจการบริหารงานภายในองค์กร มีการบริหารจัดการบุคคล มีทักษะความสามารถ ความโดดเด่น ความเชี่ยวชาญในการผลิต และค่านิยมร่วมในองค์กร วัฒนธรรมองค์กรที่สื่อสารแก่พนักงานให้มีความเชื่อมั่นต่อองค์กรอย่างไรบ้าง (Thomas, Peters & Robert, 1980)

จากการพิจารณาถึงสถานการณ์การแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริม ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้น ที่ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริมมีความจำเป็นต้องพัฒนาศักยภาพขององค์กรให้สอดคล้องกับสถานการณ์การแข่งขันในปัจจุบัน โดยอาศัยปัจจัยการบริหารองค์กรในการพัฒนาเพื่อให้เป็นองค์กรที่มีศักยภาพสูงขึ้น จึงมีความสนใจในการศึกษา “ปัจจัยการบริหารองค์กรที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริมในกรุงเทพมหานคร” เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายในการพัฒนาศักยภาพขององค์กรให้ดียิ่งขึ้นในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริม และการบริหารองค์กร
2. เพื่อเปรียบเทียบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริม ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาปัจจัยการบริหารองค์กรที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริม

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับองค์กรที่มีศักยภาพสูง

องค์กรที่มีศักยภาพการทำงานสูง คือ ระบบ การทำงาน และทีมงานที่มีประสิทธิภาพเป็นส่วนเชื่อมโยงที่สำคัญกับแนวคิดการมุ่งสู่องค์กรแห่ง ความเป็นเลิศ การมีระบบการทำงานที่เป็นเลิศ เป็นการออกแบบงานที่จะมอบหมายงานให้กับ บุคคลหรือทีม ในขณะที่การมีทีมงานที่เป็นเลิศจะเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการทำงาน ที่จะนำไปสู่ องค์กรแห่งความเป็นเลิศ ทีมงานที่เป็นเลิศจะรู้จักลูกค้ำของตนเป็นอย่างดี จะรู้ว่า ทำอย่างไรงานของตนจึงจะสามารถพัฒนาขึ้นได้เรื่อย ๆ สามารถประเมินผลงานของตนเองได้และมีเทคนิคที่ใช้ ในการแก้ไขปัญหาได้ นอกจากนี้ทีมงานที่เป็นเลิศ จะมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการ ปกครองตนเอง คือผู้บริหารต้องให้อิสระในการบริหารงานแก่ทีมงานด้วย การมุ่งสู่ทีมงานที่เป็นเลิศ นี้จะสามารถดำเนินการ ได้ผลในทางปฏิบัติ จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนกระบวนการทำงานและ วัฒนธรรมองค์กรกฎเกณฑ์ที่สำคัญของ การมุ่งสู่องค์กรแห่งความเป็นเลิศประกอบไปด้วย (Miller, 1998)

Schermerhorn, Hunt and Osborn (2003) ได้เสนอส่วนประกอบขององค์กรที่มีศักยภาพการทำงานสูง 5 ประการ ดังนี้

1. ความเกี่ยวข้องกันระหว่างพนักงาน (Employee Involvement) หมายถึง การมอบหมายการ ตัดสินใจให้กับพนักงานในทุกระดับ การส่งเสริมให้สมาชิกมีการพบปะกันเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน การร่วมกันหา วิธีการปรับปรุงการดำเนินงานให้เกิดคุณภาพอย่างต่อเนื่อง การประสานกันตั้งแต่ระดับล่างถึงระดับบน

2. ทีมงานบริหารตนเอง (Self -directing Work Teams) หมายถึง การมอบอำนาจให้ตัดสินใจใน การวางแผน (Planning) การทำงาน (Doing) และการประเมินผล (Evaluating) การทำงานของตนเรียกว่า ทีมงานบริหารตนเอง บางครั้งอาจเรียกว่า Self - managing Teams หรือ Self -leading Work Teams หรือ Autonomous Workgroups เหตุผลที่สำคัญในการมีทีมงานบริหารตนเอง ในองค์กรที่มีศักยภาพ การทำงานสูง คือ พนักงานมีความรู้ความชำนาญสูงขึ้น และมีการเพิ่มความต้องการในการบริหารตนเองใน องค์กร เนื่องจากการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น ทีมงานบริหารตนเอง จะมีผลกระทบต่อความพึงพอใจของพนักงาน ความผูกพันและการปฏิบัติงานของพนักงานด้วย

3. เทคโนโลยีแบบประสมประสาน (Integrated Production Technologies) หมายถึง การนำ เทคโนโลยีมาใช้ประสมประสานกับการทำงานในองค์กร การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีร่วมกับทรัพยากรที่มีใน องค์กร การใช้เทคโนโลยีเพื่อความยืดหยุ่นในการผลิต การให้บริการ การออกแบบงาน และระบบข้อมูล การ จัดเก็บข้อมูลโดยมุ่งที่การใช้คอมพิวเตอร์เพื่อช่วยในการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการ การผลิต การควบคุม อุปกรณ์ในกระบวนการผลิต การเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์หรือบริการ และการประสม ประสานกับหน้าที่ธุรกิจ อื่น ๆ

4. การเรียนรู้ขององค์กร (Organizational Learning) หมายถึง การเรียนรู้สถานการณ์การ เปลี่ยนแปลงการปรับตัวให้เข้ากับสภาพการเปลี่ยนแปลงได้อย่างประสบความสำเร็จ การออกแบบองค์กรเพื่อ การเรียนรู้ของพนักงาน การแลกเปลี่ยนข้อมูลสารสนเทศระหว่างหน้าที่ต่าง ๆ การปรับปรุงความสามารถและ ใช้ในสถานการณ์ใหม่ ๆ ความต้องการสำหรับการเรียนรู้เช่นนี้เกิดจากความตระหนักว่า ค่านิยม โครงสร้างสาย บังคับบัญชา ขององค์กรยังไม่เหมาะสมต่อการเผชิญกับสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

5. การบริหารคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management) เป็นกระบวนการบริหารองค์กร ทั้งหมด เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ ซึ่งสามารถตอบสนอง ความ ต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าได้ โดยให้พนักงานมีส่วนร่วม มุ่งเน้นที่คุณภาพ และปรับปรุงกระบวนการให้มีมาตรฐานสูงสุด

สรุป จากแนวคิดองค์กรที่มีศักยภาพการทำงานสูง Schermerhorn, Hunt and Osborn (2003) มองว่าองค์กรที่มีศักยภาพการทำงานสูง เป็นองค์กรที่สามารถนำเอาสิ่งที่ดีที่สุดของพนักงานออกมาได้ โดยให้มีการมอบหมายการตัดสินใจให้กับพนักงานในทุกระดับ การทำงานเป็นทีมงาน มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลสารสนเทศต่อกัน และมีความยืดหยุ่นในการผลิต ทั้งหมดก็เพื่อตอบสนอง ความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้านั่นเอง

แนวคิดปัจจัย 7s ของแมคคินซี (McKinsey)

การวิเคราะห์ปัจจัย 7s ตามหลักการของแมคคินซี (McKinsey) (McKinsey's 7Ss Framework) ถูกคิดค้นโดย Thomas and Robert (1980) ผู้ซึ่งเป็นทนายของบริษัทแมคคินซี ซึ่งเป็นแนวทางวิเคราะห์ปัจจัยภายในหน่วยงาน ซึ่งเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ ในการวิเคราะห์การบริหารองค์กรที่จะช่วยให้การบริหารองค์กรมีศักยภาพการทำงานสูงมากยิ่งขึ้น McKinsey ได้กล่าวว่า ความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรต่าง ๆ หรือการบริหารงานที่ สมฤทธิ์ผลนั้น ขึ้นอยู่กับตัวแปรซึ่งมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกันอย่างน้อยที่สุด 7 ตัว ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. กลยุทธ์ (Strategy) หมายถึง การวางแผนกลยุทธ์ขององค์กรเพื่อตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก มากำหนดกลยุทธ์เพื่อนำกลยุทธ์ไปใช้ โดยมีการประเมินผลและควบคุมตรวจสอบ สอดคล้องกับ อำนาจ วัดจินดา (2553) กล่าวว่า กลยุทธ์ (Strategy) หมายถึง การวางแผนเพื่อตอบสนอง การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม การพิจารณา จุดแข็ง จุดอ่อน ของกิจการ

2. โครงสร้างองค์กร (Structure) หมายถึง การออกแบบโครงสร้างองค์กรให้มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันกับอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบ มีการจัดระบบการบริหารงาน การจัดตำแหน่งงานและแผนกงานให้สอดคล้องกับองค์กร อำนาจ วัดจินดา (2553) ให้ความหมาย โครงสร้าง (Structure) เป็นโครงสร้างขององค์กร ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ รวมถึงขนาดการควบคุม การรวมอำนาจ และการกระจายอำนาจของผู้บริหาร การแบ่งโครงสร้างงานตามหน้าที่ ตามผลิตภัณฑ์ ตามลูกค้า ตามภูมิภาค ได้อย่างเหมาะสม

3. ระบบ (System) หมายถึง กระบวนการและลำดับขั้นในการทำงานที่ต้องเป็นระบบที่สอดคล้องกัน (เข้ากัน) ระบบการทำงานควรสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกับเรื่องอื่น ๆ โดยมีการจัดระบบการบริหารงาน การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ และการมุ่งสู่ความเป็นเลิศ สอดคล้องกับอภิสิทธิ์ ฤกษ์เจริญ (2551) กล่าวว่า ระบบ หมายถึง องค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์ กัน และขึ้นต่อกัน โดยส่วนประกอบต่าง ๆ ร่วมกันทำงานอย่างผสมผสานกัน เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมาย และ อำนาจ วัดจินดา (2553) ให้ความหมายว่า ระบบ (System) หมายถึง การปฏิบัติงานตาม กลยุทธ์เพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ตามที่กำหนดไว้นอกจากการจัดโครงสร้างที่เหมาะสมและมีกลยุทธ์ที่ดีแล้ว การจัดระบบการทำงาน (Working System) ก็มีความสำคัญยิ่ง

4. รูปแบบการบริหารงาน (Style) หมายถึง รูปแบบการบริหารโดยมีการกระจายอำนาจและการแบ่งอำนาจการบริหาร การทบทวนการบริหารงานและผลการดำเนินงานภายในองค์กรของผู้บริหาร องค์กร อีกทั้งความเป็นผู้นำของผู้บริหาร สอดคล้องกับประชา ต้นเสถียร (2550) กล่าวถึง สไตล์การบริหาร (Style) แบบแผนพฤติกรรมในการปฏิบัติงานของผู้บริหารเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่งของสภาพแวดล้อมภายในองค์กร พบว่า ความเป็นผู้นำ ขององค์กร จะมีบทบาทที่สำคัญต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของ องค์กรผู้นำ ที่ประสบความสำเร็จจะต้องวางโครงสร้างองค์กรด้วยการเชื่อมโยงการกระจายอำนาจให้มีความสอดคล้องกันทั้งหมด

5. บุคลากร (Staff) หมายถึง การบริหารจัดการบุคคล โดยการคัดเลือกบุคลากร การจัดคนให้เข้ากับงาน ค่าตอบแทน การสร้างแรงจูงใจ การพัฒนาบุคลากร การส่งเสริมการมีส่วนร่วม การสร้างบรรยากาศใน

การทำงาน การสื่อสาร สอดคล้องกับอำนาจ วัดจินดา (2553) กล่าวว่า การจัดการบุคคลเข้าทำงาน (Staff) หมายถึง การคัดเลือกบุคลากรที่มีความสามารถ การพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง

6. ทักษะความสามารถ (Skill) หมายถึง ศักยภาพขององค์กรขององค์กรในการใช้ทักษะความสามารถความโดดเด่น ความเชี่ยวชาญในการผลิต/ ขาย/ ให้บริการ สอดคล้องกับอำนาจ วัดจินดา (2553) กล่าวว่า หมายถึง ความโดดเด่น ความเชี่ยวชาญในการผลิต การขาย การให้บริการ เป็นการพิจารณาถึงทักษะหรือความเชี่ยวชาญขององค์กรโดยรวม ว่ามีความเชี่ยวชาญหรือมีความชำนาญในด้านใด และประชาสันเสนีย์ (2550) กล่าวว่า คือ ทักษะในการปฏิบัติงานของทรัพยากรบุคคลใน องค์กร

7. ค่านิยมร่วม (Shared Value) หมายถึง ค่านิยมร่วมในองค์กร วัฒนธรรมองค์กร การที่องค์กรสื่อสารค่านิยมให้พนักงานให้มีความเชื่ออย่างไร สอดคล้องกับณชนัน แก้วชัยเจริญกิจ (2550) กล่าวว่า ค่านิยมร่วม หมายถึง การมีค่านิยมและความเชื่อ ที่มีร่วมกันอย่างเป็นระบบที่เกิดขึ้นในองค์กร และใช้เป็นแนวทางในการกำหนดพฤติกรรมของคน ในองค์กรนั้น ๆ โดยเน้นให้บุคลากรรู้จักศึกษาวิเคราะห์ในรายละเอียดของงานที่ทำมุ่งที่ผลงาน มากกว่าวิธีปฏิบัติ การที่ผู้บริหารให้ความสำคัญกับบุคลากรในการตัดสินใจต่าง ๆ มุ่งให้ความสำคัญกับการทำงานเป็นทีม เน้นให้บุคลากรคิดและทำงานในเชิงรุก และส่งเสริมให้บุคลากร มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และเกศรา รักชาติ (2549) อธิบายว่า ค่านิยมร่วม หมายถึง ค่านิยมร่วมกันระหว่างคนในองค์กร ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เป็นค่านิยมและบรรทัดฐานที่ยึดถือร่วมกันโดยสมาชิกของ องค์กรที่ได้กลายเป็นรากฐานของระบบการบริหาร และวิธีการปฏิบัติของบุคลากรและผู้บริหาร ภายในองค์กร หรืออาจเรียกว่า วัฒนธรรมองค์กร รากฐานของวัฒนธรรมองค์กร ก็คือ ความเชื่อ ค่านิยมที่สร้างรากฐานทางปรัชญาเพื่อทิศทางขององค์กร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริม และการบริหารองค์การ ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาปัจจัยการบริหารองค์กรที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริม ในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริมในเขต กรุงเทพมหานคร จำนวน 736 คน (สำนักคณะกรรมการองค์การอาหารและยา, 2562)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ตอบแบบสอบถามได้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริมในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 260 ตัวอย่าง ได้มาโดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาโรยามาเน่ (Yamane, 1970) ที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และทำการสุ่มตัวอย่างการสุ่มตัวอย่างโดยวิธีแบบง่าย (Simple Random Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยพัฒนาและสร้างแบบสอบถามขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยการบริหารองค์กร ได้แก่ 1) ด้านกลยุทธ์ 2) ด้านโครงสร้างขององค์กร 3) ด้านระบบ 4) ด้านรูปแบบการบริหาร 5) ด้านบุคลากร 6) ด้านทักษะความสามารถ 7) ด้านค่านิยมร่วม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริมในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ 1) ด้านความเกี่ยวข้องกันระหว่างพนักงาน 2) ด้านทีมงานบริหารตนเอง 3) ด้านเทคโนโลยีแบบผสมผสาน 4) ด้านการเรียนรู้ขององค์กร 5) ด้านบริหารคุณภาพโดยรวม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ความเชื่อถือได้ของมาตรวัด พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha) เท่ากับ 0.940

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการเก็บข้อมูลในภาคสนาม (Field Data Collection) โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 260 คน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อวิเคราะห์ระดับตัวแปรทุกตัวแปร โดยใช้คะแนนเฉลี่ย แบ่งระดับความต้องการเป็น 5 ระดับ ผู้วิจัยได้กำหนดการแปลความหมายตามระดับความต้องการ การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างกลุ่ม 2 กลุ่ม ใช้ค่าสถิติที (t-test) การเปรียบเทียบข้อมูลตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป ใช้ค่าสถิติเอฟ (F-test) และ การวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธีปกติ (Enter)

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	87	33.46
หญิง	173	66.54
รวม	260	100.00
อายุ		
ไม่เกิน 30 ปี	117	45.00
31 - 40 ปี	96	36.92
41 - 50 ปี	34	13.08
51 ปีขึ้นไป	13	5.00
รวม	260	100.00
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	99	38.08
ปริญญาตรี	115	44.23
สูงกว่าปริญญาตรี	46	17.69
รวม	260	100.00

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่เกิน 100,000 บาท	148	56.92
100,001 – 150,000 บาท	89	34.23
150,001 – 200,000 บาท	14	5.39
200,001 บาทขึ้นไป	9	3.46
รวม	260	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นหญิง จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 66.54 และชาย จำนวน 57คน คิดเป็นร้อยละ 33.46 ตามลำดับส่วนมากอายุไม่เกิน 30 ปี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคืออายุ 31-40 ปี จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 36.96 อายุ 41-50 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 13.08 และอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับจบการศึกษาระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 44.23 รองลงมาคือจบการศึกษาต่ำกว่า จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 38.08 และ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 38.08 ตามลำดับส่วนมากมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 100,000 บาท จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 56.92 รองลงมาคือรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001-150,000 บาท จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 34.23 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 150,001-200,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.39 และ 200,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.46 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ปัจจัยการบริหารองค์กร โดยรวม

ปัจจัยการบริหารองค์กร โดยรวม	ระดับ		
	\bar{X}	SD	ระดับ
1. ด้านกลยุทธ์	3.43	0.44	มาก
2. ด้านโครงสร้าง	3.44	0.49	มาก
3. ด้านระบบ	3.32	0.43	ปานกลาง
4. ด้านรูปแบบการบริหาร	3.50	0.42	มาก
5. ด้านบุคลากร	3.49	0.53	มาก
6. ด้านทักษะความสามารถ	3.38	0.52	ปานกลาง
7. ด้านค่านิยมร่วม	3.39	0.51	ปานกลาง
รวม	3.42	0.42	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยการบริหารองค์กรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ในด้านรูปแบบการบริหาร (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50) ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49) ด้านโครงสร้าง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44) ด้านกลยุทธ์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43) ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านค่านิยมร่วม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39) ด้านทักษะความสามารถ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38) และ ด้านระบบ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริม โดยรวม (n =260)

การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ โดยรวม	ระดับ		
	\bar{X}	SD	ระดับ
1. ด้านความเกี่ยวข้องของพนักงาน	3.50	0.40	มาก
2. ด้านทีมงานบริหารตนเอง	3.53	0.57	มาก
3. ด้านเทคโนโลยีแบบประสมประสาน	3.40	0.52	ปานกลาง
4. ด้านการเรียนรู้ขององค์กร	3.38	0.44	ปานกลาง
5. ด้านการบริหารคุณภาพโดยรวม	3.48	0.51	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.46	0.34	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริมในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านทีมงานบริหารตนเอง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53) ด้านความเกี่ยวข้องของพนักงาน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50) ด้านการบริหารคุณภาพโดยรวม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48) ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านเทคโนโลยีแบบประสมประสาน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40) และด้านการเรียนรู้ขององค์กร (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38) ตามลำดับ

ผลการเปรียบเทียบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริมในกรุงเทพมหานครกับปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 4 การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริม จำแนกตามเพศ

การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ	เพศ	Mean	SD	t	df	Sig.
ด้านความเกี่ยวข้องของพนักงาน	ชาย	4.03	0.39	0.315	175	0.753
	หญิง	4.05	0.40			
ด้านทีมงานบริหารตนเอง	ชาย	4.06	0.53	1.106	189	0.270
	หญิง	3.98	0.59			
ด้านเทคโนโลยีแบบประสมประสาน	ชาย	4.01	0.51	0.548	174	0.585
	หญิง	4.05	0.52			
ด้านการเรียนรู้ขององค์กร	ชาย	4.00	0.46	0.194	165	0.846
	หญิง	4.01	0.44			
ด้านการบริหารคุณภาพโดยรวม	ชาย	4.00	0.51	0.485	174	0.629
	หญิง	4.03	0.51			
ภาพรวม	ชาย	4.02	0.35	0.235	170	0.815
	หญิง	4.03	0.34			

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกัน มีการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5 การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริม จำแนกตามอายุ

การพัฒนาศักยภาพของ ผู้ประกอบการ	ค่าความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านความเกี่ยวข้องของพนักงาน	Between Group	0.746	3	0.249	1.593	0.191
	Within Group	39.971	256	0.156		
	Total	40.718	259			
ด้านทีมงานบริหารตนเอง	Between Group	0.355	3	0.118	0.356	0.785
	Within Group	85.086	256	0.332		
	Total	85.441	259			
ด้านเทคโนโลยีแบบประสม ประสาน	Between Group	0.723	3	0.118	0.905	0.439
	Within Group	68.098	256	0.332		
	Total	68.820	259			
ด้านการเรียนรู้ขององค์กร	Between Group	0.913	3	0.241	1.548	0.203
	Within Group	50.319	256	0.266		
	Total	51.232	259			
ด้านการบริหารคุณภาพโดยรวม	Between Group	2.036	3	0.304	2.561	0.040*
	Within Group	65.296	256	0.197		
	Total	67.332	259			
ภาพรวม	Between Group	0.680	3	0.679	1.934	0.124
	Within Group	30.008	256	0.255		
	Total	30.689	259			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 ผู้ประกอบการที่มีอายุต่างกัน มีการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการบริหารคุณภาพ โดยรวมมีความแตกต่าง

ตารางที่ 6 การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริม จำแนกตามระดับการศึกษา

การพัฒนาศักยภาพของ ผู้ประกอบการ	ค่าความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านความเกี่ยวข้องของพนักงาน	Between Group	0.836	2	0.418	2.695	0.069
	Within Group	39.881	257	0.155		
	Total	40.718	259			
ด้านทีมงานบริหารตนเอง	Between Group	0.913	2	0.456	1.387	0.252
	Within Group	84.528	257	0.329		
	Total	85.441	259			
ด้านเทคโนโลยีแบบประสม ประสาน	Between Group	1.173	2	0.586	2.228	0.110
	Within Group	67.647	257	0.263		
	Total	68.820	259			
ด้านการเรียนรู้ขององค์กร	Between Group	0.603	2	0.301	1.529	0.219
	Within Group	50.630	257	0.197		
	Total	51.232	259			
ด้านการบริหารคุณภาพโดยรวม	Between Group	0.470	2	0.235	0.903	0.407
	Within Group	66.862	257	0.260		
	Total	67.332	259			
ภาพรวม	Between Group	0.708	2	0.354		0.043*
	Within Group	29.981	257	0.117		
	Total	30.689	259			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริม ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเกี่ยวข้องของพนักงาน ด้านทีมงานบริหารตนเอง ด้านเทคโนโลยีแบบประสมประสาน ด้านการเรียนรู้ขององค์กร และด้านการบริหารคุณภาพโดยรวม ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 7 การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การพัฒนาศักยภาพของ ผู้ประกอบการ	ค่าความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านความเกี่ยวข้องของพนักงาน	Between Group	0.331	3	0.110	0.699	0.554
	Within Group	40.387	256	0.158		
	Total	40.718	259			
ด้านทีมงานบริหารตนเอง	Between Group	0.166	3	0.055	0.166	0.919
	Within Group	85.275	256	0.333		
	Total	85.441	259			
ด้านเทคโนโลยีแบบประสม ประสาน	Between Group	1.234	3	0.411	1.558	0.200
	Within Group	67.586	256	0.264		
	Total	68.820	259			
ด้านการเรียนรู้ขององค์กร	Between Group	0.143	3		0.239	0.869
	Within Group	51.089	256	0.048		
	Total	51.232	259	0.200		
ด้านการบริหารคุณภาพโดยรวม	Between Group	0.385	3		0.491	0.689
	Within Group	66.947	256	0.128		
	Total	67.332	259			
ภาพรวม	Between Group	0.149	3	0.050	0.415	0.742
	Within Group	30.540	256	0.119		
	Total	30.689	259			

จากตารางที่ 7 ผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริม ในกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

การวิเคราะห์ปัจจัยการบริหารองค์กรที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริม ในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 8 ปัจจัยการบริหารองค์กรที่ส่งผลต่อการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริม

ปัจจัย	Unstandardized (b)	SE	Standardized (β)	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	1.336	0.106		12.635	0.000
ด้านกลยุทธ์	0.022	0.029	0.034	0.763	0.446
ด้านโครงสร้างขององค์กร	0.245	0.028	0.418	8.869*	0.000
ด้านระบบ	0.093	0.040	0.143	2.300*	0.022
ด้านรูปแบบการบริหาร	0.088	0.031	0.134	2.787*	0.006
ด้านบุคลากร	0.086	0.029	0.137	2.955*	0.003
ด้านทักษะความสามารถ	0.014	0.036	0.026	0.400	0.689
ด้านค่านิยมร่วม	0.146	0.028	0.238	5.138*	0.000
R = 0.872		Adjusted R ² = 0.754			
R ² = 0.760		SE = 0.171			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 8 พบว่า ด้านโครงสร้างขององค์กรด้านระบบด้านระบบ ด้านรูปแบบการบริหาร ด้านบุคลากรด้านบุคลากรและด้านค่านิยมร่วม การพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริม ในกรุงเทพมหานคร โดย ด้านโครงสร้างขององค์กรด้านระบบด้านระบบ ด้านรูปแบบการบริหาร ด้านบุคลากรด้านบุคลากรและด้านค่านิยมร่วม สามารถทำนายการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริม ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 75.40

อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยการบริหารองค์กรที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริมในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้นำประเด็นสำคัญมาอภิปรายผลดังนี้

1. ปัจจัยการบริหารองค์กรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก ในด้านรูปแบบการบริหาร ด้านบุคลากร ด้านโครงสร้าง ด้านกลยุทธ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านค่านิยมร่วม ด้านทักษะความสามารถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 และ ด้านระบบ ตามลำดับ เป็นเช่นนี้เพราะผู้ประกอบการอาหารเสริม ให้ความสำคัญในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงปัจจัยภายในองค์กรไม่ว่า การจัดระบบโครงสร้างที่มี มีการบริหารอย่างเป็นระบบ อีกทั้งผู้บริหารมีทักษะและความสามารถในการบริหาร มีการส่งเสริมและการพัฒนาบุคลากร ให้พนักงานมีความเชื่อมั่นในวัฒนธรรมการบริหารขององค์กร เพื่อให้องค์กรสามารถรองรับการแข่งขันในสภาวะของการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน จึงส่งผลให้พนักงานมีความคิดเห็นต่อปัจจัยองค์กรในระดับมาก ซึ่งผลการศึกษามีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของฐิติธรมิวิทองงาม (2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินเกี่ยวกับความรู้ทางด้านบัญชีเพื่อก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์กรอยู่ในระดับมาก

2. การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริมในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านทีมงานบริหารตนเอง ด้านความเกี่ยวข้องของพนักงาน ด้านการบริหารคุณภาพโดยรวม ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านเทคโนโลยีแบบประสมประสาน และ

ด้านการเรียนรู้ขององค์กร ที่เป็นเช่นนี้เนื่องอุตสาหกรรมอาหารเสริม ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน ดังนั้นผู้ประกอบการมีการส่งเสริมให้พนักงานในองค์กรมีความเชื่อมโยงกันสามารถทำงานร่วมกันเป็นทีม มีการนำเอาเทคโนโลยีมาผสมผสานในการบริหารจัดการ ให้พนักงานมีการเรียนรู้ รู้จักการบริหารทีมงานด้วยตนเอง และมีการบริหารจัดการคุณภาพโดยรวมทั่วทั้งองค์กร เพื่อให้องค์กรมีการพัฒนาศักยภาพในระดับสูงขึ้น พนักงานจึงมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาองค์กรให้มีศักยภาพสูงในระดับมาก ซึ่งผลการศึกษามีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของปิ่นทาร์รี่ ฟองแพร์ (2559) ได้ศึกษาการพัฒนาองค์กรให้มีศักยภาพการทำงานสูง: กรณีศึกษานาการยูโอบี ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาองค์กรให้มีศักยภาพการทำงานสูง อยู่ในระดับมาก

3. ผลการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกัน มี การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริม ในกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน ส่วน เพศ อายุ และรายได้ไม่แตกต่างกัน ที่เป็นเช่นนี้อาจจะเนื่องจากผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีมุมมอง หรือทิศทางในการพัฒนาธุรกิจจากกลุ่มอื่น ๆ เนื่องจากผู้ประกอบการอาจจะมีความรู้ ความเข้าใจในธุรกิจอาหารเสริมที่มีการแข่งขันทางด้านธุรกิจสูง จึงให้ความสำคัญในการพัฒนาศักยภาพของตนเอง เพื่อให้ธุรกิจสามารถขับเคลื่อนไปตามเป้าหมายที่องค์กรกำหนดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งผลการศึกษามีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของงานวิจัยของ งานวิจัยของวิภาร บุญมาเลิศ (2561) ได้ทำการวิจัยของปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาองค์กรให้มีศักยภาพสูง: กรณีศึกษาบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด ผลการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีการพัฒนาองค์กรให้มีศักยภาพสูงที่ต่างกัน

4. ปัจจัยการบริหารองค์กร ได้แก่ ปัจจัยด้านโครงสร้างขององค์กร ด้านระบบ ด้านรูปแบบการบริหาร ด้านบุคลากร และด้านค่านิยมร่วม ตัวแปรนี้ส่งผลต่อพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริม ในเขตกรุงเทพมหานคร หรือ สามารถทำนายพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริม ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 75.40 เป็นเช่นนี้การพัฒนาคุณภาพของผู้ประกอบการอาหารเสริมนี้ต้องอาศัยปัจจัยที่สำคัญในการพัฒนา ว่าจะจะเป็นปัจจัยด้านกลยุทธ์ ด้านรูปแบบการบริหาร ด้านทักษะความสามารถ ร่วมล้วนแต่มีความสำคัญต่อการพัฒนาองค์กรให้มีศักยภาพสูงแต่การจัดโครงสร้าง ด้านระบบการบริหารจัดการและค่านิยมร่วมภายในองค์กรอาจจะไม่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาองค์กรให้มีศักยภาพสูงของบริษัทเบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการศึกษามีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของปิ่นทาร์รี่ ฟองแพร์ (2559) ได้ศึกษาการพัฒนาองค์กรให้มีศักยภาพการทำงานสูง: กรณีศึกษานาการยูโอบี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านค่านิยมร่วม ปัจจัยด้านกลยุทธ์และยุทธศาสตร์ ด้านทักษะ ความสามารถ ด้านระบบ ด้านโครงสร้าง มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาองค์กรให้มีศักยภาพ การทำงานสูงของพนักงานที่ปฏิบัติงานในนาการยูโอบีตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านกลยุทธ์ ผู้บริหารควรมีการกำหนดเป้าหมายขององค์กรอย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น
2. ด้านโครงสร้าง ผู้บริหารควรมีการจัดตำแหน่งงานและแผนงานให้สอดคล้องกับองค์กรในภาพรวมอย่างชัดเจน
3. ด้านระบบ ผู้บริหารควรมีการวิเคราะห์ปัจจัยนำเข้า กระบวนการผลลัพธ์ ผลกระทบอย่างเป็นระบบภายในองค์กรที่ชัดเจน
4. ด้านรูปแบบ ผู้บริหารควรมีการทบทวนการดำเนินและผลดำเนินงานในทุกด้านเป็นระยะอย่างต่อเนื่อง

5. ด้านบุคลากร ผู้บริหารควรจัดให้มีเครื่องมือสื่อสาร และมีการสื่อสาร เชื่อมโยงกันทุกแผนก ภายในองค์กร
6. ด้านทักษะความสามารถ ผู้บริหารควรแสดงศักยภาพในการรักษาตำแหน่งของผู้นำธุรกิจ อุตสาหกรรมเกษตรและอาหารที่ครบวงจรของประเทศไทย
7. ด้านค่านิยมร่วม ผู้บริหารควรมีการให้รางวัลแก่พนักงานที่ปฏิบัติงานตามค่านิยมขององค์กรเพื่อ เป็นขวัญกำลังใจแก่พนักงาน
8. ด้านความเกี่ยวข้องของพนักงาน ผู้บริหารควรเปิดโอกาสให้พนักงานร่วมกันหาวิธีการปรับปรุง การดำเนินงานให้เกิดคุณภาพมากยิ่งขึ้น
9. ด้านทีมงานบริหารตนเอง ผู้บริหารควรส่งเสริมให้พนักงานทำงานร่วมกันเป็นทีมมากยิ่งขึ้น
10. ด้านเทคโนโลยีแบบประสมประสาน ผู้บริหารควรมีการส่งเสริมและจัดสรรงบประมาณในการ นำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้กับทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด
11. ด้านการเรียนรู้ขององค์กร ผู้บริหารควรมีการจัดประชุมแจ้งสถานการณ์การเปลี่ยนแปลง การ แข่งขันในธุรกิจแก่พนักงานเพื่อให้พนักงานเกิดการเรียนรู้ในการพัฒนาตนเอง และปรับตัวภายใต้ยุคของการ เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
12. ด้านการบริหารคุณภาพโดยรวม ผู้บริหารควรมุ่งเน้นรักษาคุณภาพของสินค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิด ความพึงพอใจสูงสุด

เอกสารอ้างอิง

- ณชนัน แก้วชัยเจริญกิจ. (2552). *บทบาทของครูผู้สอนในการจัดกิจกรรมและวิธีการปฏิบัติตามแนวทางของ Active Learning*. สืบค้นจาก <http://www.itie.org>.
- ฐิติธร ผิวทองงาม. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน เกี่ยวกับความรู้ทางด้านบัญชีเพื่อก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีปทุม)
- ประชา ต้นเสถียร. (2550). *รูปแบบของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในอาชีพของผู้บริหารระดับสูงของบริษัท (มหาชน) ในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง)
- ปิ่นทारीย์ ฟองแพ้ว. (2559). *การพัฒนาองค์กรให้มีศักยภาพการทำงานสูง: กรณีศึกษาธนาคารยูโอบี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา)
- วิหาร บุญมาเลิศ. (2561). *ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาองค์กรให้มีศักยภาพสูง: กรณีศึกษาบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกริก)
- สถาบันชี้ช่องทางรวย. (2558). *ธุรกิจสุขภาพ Health Focus ยุคนี้ขายได้*. สืบค้นจาก <https://www.xn72cfaa1dsag3b5bk2.com/>.
- อภิสิทธิ์ กฤษเจริญ. (2551). *การพัฒนาแบบการบริหารโรงเรียนเอกชนคาทอลิกสังกัดสังฆมณฑลในทศวรรษหน้า*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา)
- อำนาจ วัดจินดา. (2553). *McKinney 7-S Framework แนวคิดปัจจัย 7 ประการในการประเมิน องค์กร*. สืบค้นจาก <http://www.gracezone.org>.
- Schermhorn, J. R., Hunt, J. G. & Osborn, R. N. (2003). *Organization behavior*. USA: John Wiley & Son.

Thomas J. Peters, Robert H. & Waterman, Jr. (1980). *Waterman: In Search of Excellence*.
New York: Harper & Row.

ศึกษารูปแบบแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชันที่ตอบสนองความต้องการ
ของประชาชนและผู้สูงอายุกรณีเจ็บป่วย

กิกกมน ไมตรี

นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพิษณุโลก

THE STUDY PLATFORMS AND APPLICATIONS THAT MEET THE NEEDS
OF PEOPLE AND THE ELDERLY IN CASES OF ILLNESS

Kitkamon Maitree

Master's Student of Business Administration, Phitsanulok University

E-mail: kitkamon@hotmail.com

วันที่รับบทความ (Received) 17 เมษายน 2566

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 6 กรกฎาคม 2566

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 18 กรกฎาคม 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องศึกษารูปแบบแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชันที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนและผู้สูงอายุกรณีเจ็บป่วย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบแพลตฟอร์มด้านสุขภาพตอบสนองความต้องการของประชาชนและผู้สูงอายุ กำหนดแนวทางพัฒนาแพลตฟอร์มด้านสุขภาพตอบสนองความต้องการของประชาชนและผู้สูงอายุ ทำการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง แบ่งเป็นกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปี แต่ไม่เกิน 60 ปี จำนวน 300 คน และกลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 100 คน พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อศึกษารูปแบบแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชันที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนและผู้สูงอายุกรณีเจ็บป่วยในด้านส่วนบุคคล คือ ปัจจัยด้านเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อศึกษารูปแบบแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชันที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนและผู้สูงอายุกรณีเจ็บป่วยในด้านพฤติกรรมกรณีเจ็บป่วย คือ อัตราเฉลี่ยการเจ็บป่วยต่อปี, อัตราเฉลี่ยค่าใช้จ่ายในการรับการรักษาต่อปี และสถานที่เข้ารับการรักษา

คำสำคัญ: แพลตฟอร์ม, สุขภาพ, เจ็บป่วย, ผู้สูงอายุ

Abstract

The research Study platforms and applications that meet the needs of people and the elderly in cases of illness have a purpose To study the health platform model to meet the needs of the people and the elderly. To determine guidelines for developing a health platform to meet the needs of the people and the elderly. by collecting a quantitative

questionnaire With a sample of 400 samples, divided into general people aged 20 years but not over 60 years, 300 people and 100 elderly people aged 61 years and over, it was found that the influencing factors studied the platform and application model. The level that responds to the needs of the people and the elderly in case of personal illness is gender, age, occupation, and monthly income. And The factors influencing the study of the platform and the application that respond to the needs of the people and the elderly in sick cases in terms of illness case behavior are the average rate of illness per year, the average cost of treatment per year and place of treatment.

Keywords: Platform, Health, Illness, Elderly

ความสำคัญและที่มาของงานวิจัย

ปัญหาการเจ็บป่วยจากโรคติดต่อเป็นปัญหาด้านสาธารณสุขที่สำคัญทั่วโลก และทวีความรุนแรงมากขึ้น ที่มีบันทึกการเกิดโรคระบาดร้ายแรงที่สุดในประวัติศาสตร์ ซึ่งพบว่าในอดีตมีโรคระบาดที่รุนแรงคร่าชีวิตผู้คนนั้นเกิดขึ้นมาทั้งสิ้น 12 ครั้ง ประกอบด้วย โรคระบาด อันโทนิน Antonine Plague ค.ศ.165 ประมาณยอดผู้เสียชีวิตรวมทั้งหมดประมาณ 5 ล้านคน กาฬโรค The Black Death ค.ศ.1346-1353 ผู้เสียชีวิตทั้งหมดถึง 75-200 ล้านคน อหิวาตกโรค First Cholera Pandemic ค.ศ.1817 มีผู้เสียชีวิตรวมกว่า 1 ล้านคน การแพร่ระบาดของกาฬโรค ครั้งที่ 3 The Third Plague Pandemic ค.ศ.1855 คร่าชีวิตผู้คนไปถึง 15 ล้านคน ไข้หวัดใหญ่สเปน Spanish Flu ค.ศ.1918 มีจำนวนผู้เสียชีวิตรวมทั่วโลกถึง 50 ล้านคน ไข้หวัดใหญ่เอเชีย Asian flu ค.ศ.1957 มีผู้เสียชีวิตทั่วโลกประมาณ 1-4 ล้านคน และล่าสุดไวรัสโควิด 19 มีผู้เสียชีวิตทั่วโลกมากกว่า 6 ล้านคน (History.com Editors, 2022)

รายงานสถิติสุขภาพโลกขององค์การอนามัยโลก (WHO) ให้ข้อมูลด้านความก้าวหน้าด้านการเข้าถึงบริการสุขภาพขั้นพื้นฐานในหลายประเทศของโลก โดยเฉพาะความก้าวหน้าด้านหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า เป็นหัวประเด็นหนึ่งที่แสดงให้เห็นสถานการณ์เข้าถึงบริการสุขภาพที่ดีขึ้นในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา (World Health Statistics, 2022) ปัจจุบันเทคโนโลยีทางการแพทย์มีความเจริญก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น หลายสิ่งหลายอย่าง สามารถนำมาพัฒนา และสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อเอื้อประโยชน์ให้แก่แพทย์และผู้ป่วยได้มากขึ้น ส่งผลให้เกิดกระแสความก้าวหน้าของวงการแพทย์แผนปัจจุบันที่สามารถตอบสนองความต้องการของมนุษย์ในหลายรูปแบบ และได้ช่วยให้ผู้ประสบปัญหาในหลากหลายพื้นที่ สามารถบรรเทาความเจ็บปวดที่มีได้ แต่กระแสการทำหายทฤษฎีการแพทย์ปัจจุบัน มีให้พบเห็นอย่างต่อเนื่อง เช่น การหันกลับมาให้ความสนใจในภูมิปัญญาดั้งเดิมเกี่ยวกับการใช้สมุนไพร การทำโยคะ การฝังเข็ม หรือการใช้สมาธิบำบัด จึงส่งผลให้วงการแพทย์แผนปัจจุบันต้องหันกลับมาทบทวนบทบาทหน้าที่ ตลอดจนองค์ความรู้ที่ได้ก่อตัว และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่ง

จะต้องสามารถตอบสนองความต้องการของมนุษย์ และพัฒนาอย่างถูกต้อง ถูกทิศทางหรือมีแนวคิดของทฤษฎีใหม่ทางการแพทย์เกิดขึ้นมา (สุภิเดช ภูมิฐาน, 2557)

จำนวนผู้ป่วยในประเทศไทยมีแนวโน้มสูงขึ้น จากสถิติในปี พ.ศ. 2555 มีผู้ป่วยประมาณ 12 ล้านคน และในปีล่าสุด พ.ศ.2563 มีผู้ป่วยประมาณ 21 ล้านคน มีผู้ป่วยเพิ่มขึ้นเกือบ 1 เท่าตัว ในระยะเวลา 9 ปี (กระทรวงสาธารณสุข, 2565) ขณะที่อายุเฉลี่ยของประชากรในประเทศไทยมีแนวโน้มอายุสูงขึ้นจาก 2 ปัจจัยคือ ประชากรมีอัตราการเจ็บป่วยสูงขึ้นจากโรคที่มีอัตราการติดง่ายขึ้น แต่วิทยาการแพทย์ในปัจจุบันมีความทันสมัยมากขึ้น สามารถรักษาผู้ป่วยให้หายได้สูงขึ้น ส่งผลให้อายุของประชากรมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างชัดเจน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2565)

ในยุคประเทศไทย 4.0 (Thailand 4.0) ต้องการพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมดูแลสุขภาพ (health care industry center) ของโลก โดยมีการพัฒนาเทคโนโลยีสุขภาพ (Health-Tech) เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงและความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีเกิดขึ้นอย่างมากมาย ทำให้ก้าวเข้าสู่สังคมแห่งการใช้ข้อมูลข่าวสารและการใช้เทคโนโลยี ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการสื่อสารที่ได้รับความนิยมต่อการใช้งาน เช่น การบริการของรัฐที่พึ่งพิงระบบคอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือมากขึ้น ซึ่งปัจจุบันแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชัน เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน มีแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชัน ต่างๆ ที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อช่วยนำเสนอประสบการณ์ให้บริการดูแลสุขภาพ การค้นหาข้อมูลทางสุขภาพ รวมถึงการนำมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาระบบดูแลสุขภาพประชาชนทุกระดับจนสามารถเชื่อมประชาชนเข้ากับระบบบริการสุขภาพ ถือเป็นเพิ่มขึ้นของระดับการเข้าถึงบริการสุขภาพของประชาชน ทั้งมีการวิจัยค้นพบถึงการเป็นสมาชิกชมรมผู้สูงอายุได้รับข้อมูลข่าวสารเพื่อการดูแลสุขภาพตนเองจาก สังคมออนไลน์ เช่น อินเทอร์เน็ต เฟสบุ๊ค ไลน์ ผ่านมือถือ ร้อยละ 92.4

ในต่างประเทศเริ่มมีการพัฒนาแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชัน ที่สามารถตอบสนองต่อปัญหาข้างต้น กล่าวคือ มีการประยุกต์แพลตฟอร์มและแอปพลิเคชัน มาใช้ในการถ่ายทอดความรู้ ช่วยเหลือ และสนับสนุนผู้ดูแล ผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์ หรือโทรศัพท์มือถือ ซึ่งทำให้ผู้ดูแลสามารถเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้อง และสามารถใช้อุปกรณ์ตัดสินใจได้ทันที (Davis, B. et.al, 2014; Dyer, et.al., 2012)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยเป็นผู้มีประสบการณ์พัฒนาแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชัน จึงมองเห็นความสำคัญของการใช้แพลตฟอร์มและแอปพลิเคชัน ในการดูแลสุขภาพให้กับประชาชน และผู้สูงอายุ ในกรณีเจ็บป่วย ทั้งในเรื่องการสื่อสาร การเก็บข้อมูล การดูแลผู้ป่วยติดเตียง การรักษาผู้ป่วยทางไกล และผู้ที่ไม่สามารถเดินทางมาโรงพยาบาลได้ ตลอดจนผู้ป่วยที่เพิ่งออกจากโรงพยาบาล เป็นการพัฒนาขีดความสามารถลดข้อจำกัด และอุปสรรคการให้บริการด้านสุขภาพ ช่วยให้ประชาชนเข้าถึงการรักษาพยาบาลได้ในทุกพื้นที่ และพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่ประชาชนได้อย่างทั่วถึงและขยายศักยภาพการบริการของงานการแพทย์ในประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบแพลตฟอร์มด้านสุขภาพตอบสนองความต้องการของประชาชนและผู้สูงอายุ
2. เพื่อกำหนดแนวทางพัฒนาแพลตฟอร์มด้านสุขภาพตอบสนองความต้องการของประชาชนและผู้สูงอายุ

สมมติฐานของงานวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกันส่งผลต่อรูปแบบแพลตฟอร์มที่ตอบสนองความต้องการแตกต่างกัน
2. พฤติกรรมกรณีเจ็บป่วยแตกต่างกันส่งผลต่อรูปแบบแพลตฟอร์มที่ตอบสนองความต้องการแตกต่างกัน

ขอบเขตของงานวิจัย

การพัฒนาแพลตฟอร์มด้านสุขภาพโดยเฉพาะ เป็นการใช้อ้างอิงตามความต้องการของประชาชนและผู้สูงอายุในประเทศไทย เพื่อนำมากำหนดแนวทางพัฒนาแพลตฟอร์มด้านสุขภาพตอบสนองความต้องการของประชาชนและผู้สูงอายุ โดยประชากรในการศึกษาวิจัย คือ กลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปี ขึ้นไปและกลุ่มผู้สูงอายุในประเทศไทย

ขอบเขตเนื้อหา การศึกษาครั้งนี้มุ่งพัฒนาแพลตฟอร์มด้านสุขภาพด้านสุขภาพตอบสนองความต้องการของประชาชนและผู้สูงอายุ โดยการศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้สูงอายุ ข้อมูลการแบ่งกลุ่มคนตามช่วงอายุ ข้อมูลเกี่ยวกับดิจิทัลแพลตฟอร์ม ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบเว็บไซต์ ข้อมูลเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน และแนวคิดเกี่ยวกับบริการทางการแพทย์ มีแพทย์ที่ชำนาญ การตรวจรักษาของแพทย์

ขอบเขตด้านประชากร วิจัยเชิงปริมาณกลุ่มประชากรในประเทศไทยที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 39,697,069 คน และกลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มีจำนวน 11,686,174 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2565) เป็นการแจกแบบสอบถามผ่านทางออนไลน์ แอปพลิเคชันต่าง ๆ โดยเป็นคำถามรูปแบบแพลตฟอร์ม รูปแบบเว็บไซต์ รูปแบบแอปพลิเคชันรูปแบบการบริการ

กลุ่มตัวอย่าง การศึกษาครั้งนี้ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) โดยใช้สูตรของ Yamane' (1970) จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 400 ตัวอย่าง จากจำนวนนี้ ทำการสุ่มตัวอย่าง โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยคำนึงถึงสัดส่วนองค์ประกอบของประชากร แบ่งเป็น ประชาชนทั่วไปที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปี แต่ไม่เกิน 60 ปี จำนวน 300 คน และผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 100 คน และใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เนื่องจากการวิจัยเป็นการเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในแพลตฟอร์มแบบออนไลน์ ดังนั้นเพื่อให้สอดคล้องกับงานวิจัยและให้บรรลุวัตถุประสงค์ จึงใช้วิธีเก็บข้อมูลแบบออนไลน์

ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการพัฒนาแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชันทางการแพทย์

พิมลอร ดันหัน (2559) การพัฒนาแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือสำหรับผู้สูงอายุ และการพัฒนาแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือสำหรับผู้สูงอายุมีอัตราความสนใจการใช้งานโทรศัพท์มือถือของผู้สูงอายุเพิ่ม

มากขึ้น แต่ยังมีอัตราการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันมาใช้งานน้อยเพราะผู้สูงอายุมีข้อจำกัดในเรื่องการใช้งานอุปกรณ์เทคโนโลยีเพราะการเปลี่ยนทางด้านร่างกายทำให้มีข้อจำกัดมากขึ้น ทั้งปัญหาทางการมองเห็นการได้ยินการควบคุม กล้ามเนื้อ ประกอบกับแอปพลิเคชันที่ให้บริการยังไม่ตรงกับความต้องการใช้งาน และพฤติกรรมเลือกใช้งาน แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุที่จะใช้งานตามกันในกลุ่มเพื่อน ต่างจากคนในกลุ่มอายุอื่นที่เลือกใช้งานแอปพลิเคชันตาม กระแสความนิยมของสังคม แนวทางการออกแบบเว็บไซต์ด้านสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุด้านสุขภาพให้เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ ประกอบด้วย การสมัครสมาชิกเว็บไซต์การเลือกอ่านข้อมูลการเลือกเปลี่ยนหน้าการปรับขนาดตัวอักษร การค้นหาข้อมูล การกลับไปยังหน้าหลักของเว็บ การเลือกดูแผนผังเว็บไซต์และการติดต่อผู้ดูแลเว็บไซต์ โดยควรมีข้อความอย่างย่อที่อธิบายการใช้งานของแต่ละเมนูเพื่อลดความสับสนในการใช้งานของผู้สูงอายุ (ทิพยา จินตโกวิท, 2562) การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันเพื่อวิเคราะห์ความสามารถในการเข้าถึงการบริการการแพทย์ฉุกเฉินสำหรับผู้สูงอายุในประเทศไทย สามารถวิเคราะห์การเข้าถึงการบริการทางการแพทย์ฉุกเฉิน ที่สามารถครอบคลุมประชากรผู้สูงอายุ ณ ตำแหน่งนั้น ๆ ทำให้มีความสามารถในการเข้าถึงการบริการทางการแพทย์ฉุกเฉิน และสามารถครอบคลุมประชากรผู้สูงอายุได้เป็นจำนวนมาก เว็บแอปพลิเคชันสามารถนำประยุกต์ใช้ประโยชน์ในการกำหนดเป็นแนวทางในการบริหารจัดการให้บริการผู้ป่วยฉุกเฉินอื่น ๆ ได้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและลดความสูญเสียที่อาจเกิดได้ในอนาคต (วิจิตร นาคแดง, 2564)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ ประชาชนในประเทศไทย หมายถึง ประชาชนในประเทศไทยที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ทั้งหมด 39,697,069 คน ผู้สูงอายุ หมายถึง ประชาชนในประเทศไทยที่มีอายุตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป ทั้งหมด 11,686,174 คน (ข้อมูล ณ 1 พฤศจิกายน 2565)

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ผู้วิจัยกำหนดหน่วยในการสุ่มตัวอย่าง ประชากรในการศึกษาวิจัย คือ ประชาชนทั่วไปและผู้สูงอายุในประเทศไทย ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 39,697,069 คนและผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป มีจำนวน 11,686,174 คน โดยมีวิธีการคำนวณ ดังนี้ การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) โดยใช้สูตรของ Yamane (1970) จำนวน 400 ตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามโดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมทั้งกรอบแนวคิดการศึกษาวิจัย

รายละเอียดเนื้อหาของแบบสอบถามที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย 7 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน เป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรณีเจ็บป่วยของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เฉลี่ยการเจ็บป่วยต่อปี เฉลี่ยค่าใช้จ่ายในการรับการรักษาต่อปี สวัสดิการด้านสุขภาพ การหาข้อมูลการเจ็บป่วย สถานที่เข้ารับการรักษา โดยเป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับแพลตฟอร์ม

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับเว็บไซต์

ตอนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน

ตอนที่ 6 เป็นคำถามเกี่ยวกับการบริการ

ตอนที่ 7 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติมศึกษารูปแบบแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชันที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนและผู้สูงอายุกรณีเจ็บป่วย เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open Ended Questionnaire) เพื่อนำข้อมูลมาเป็นแนวทางในการพัฒนาต่อไป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในส่วนของคุณลักษณะข้อมูล สามารถจำแนกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากเอกสาร หนังสือ งานวิจัย บทความ สื่อสารสนเทศ ตลอดจนเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยทำการศึกษาเอกสาร (Documentary Research)

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมด้วยวิธีการสำรวจความต้องการของประชาชนในประเทศไทย โดยใช้ การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยแบบสอบถาม (Questionnaires) ที่มีโครงสร้างแน่นอน

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาข้อมูลรูปแบบแพลตฟอร์ม รูปแบบเว็บไซต์ รูปแบบแอปพลิเคชัน และรูปแบบการบริการ

2. ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านทางช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ โดยให้ผู้ตอบกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self Questionnaires)

4. ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของคำตอบในระบบออนไลน์

5. นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์สรุปผลศึกษารูปแบบแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชันที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนและผู้สูงอายุกรณีเจ็บป่วย เพื่อพิจารณาความสอดคล้องและนำเสนอเป็นผลงานต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ SPSS for Windows (Statistical Product and Service Solutions) เพื่อให้เหมาะสม สอดคล้องกับข้อมูลที่รวบรวม การวิเคราะห์ความต้องการของประชาชนในการการพัฒนาแพลตฟอร์มข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติดังนี้

1. ค่าความถี่ร้อยละ (Percentage) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

2. ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) สำหรับหาระดับความต้องการของประชาชน

3. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับวัดการกระจายของข้อมูล

4. ค่า t-test และค่า F-test (One-way ANOVA) สำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร หากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ศีรษะรูปแบบแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชันที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนและผู้สูงอายุกรณีเจ็บป่วย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีการเก็บข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ตอนที่ 2 พฤติกรรมกรณีเจ็บป่วย ตอนที่ 3 แพลตฟอร์ม ตอนที่ 4 เว็บไซต์ ตอนที่ 5 แอปพลิเคชัน ตอนที่ 6 การบริการ ตอนที่ 7 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน แบ่งเป็น ผู้ที่มีอายุไม่เกิน 60 ปี จำนวน 300 คน และ ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 100 คน โดยวิธีการเก็บข้อมูลแบบออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57 มีอายุ 20 – 30 ปี สูงที่สุด จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 รองลงมา อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 อาชีพข้าราชการ / ข้าราชการบำนาญ / รัฐวิสาหกิจ สูงที่สุด จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.7 รองลงมา พนักงานเอกชน / เจ้าของกิจการ จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.2 ระดับการศึกษาปริญญาตรี สูงที่สุด จำนวน 303 คน คิดเป็นร้อยละ 75.7 มีรายได้ต่อเดือนสูงที่สุด มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.4 รองลงมา 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36

เฉลี่ยการเจ็บป่วยต่อปี มากที่สุด 1-3 ครั้งต่อปี จำนวน 324 คน คิดเป็นร้อยละ 81 เฉลี่ยค่าใช้จ่ายในการรับการรักษาต่อปี มากที่สุด ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.1 สวัสดิการด้านสุขภาพ มากที่สุด เบิกจ่ายสิทธิข้าราชการ จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.2 รองลงมา ประกันสังคม จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.4 การหาข้อมูลการเจ็บป่วย มากที่สุด หาข้อมูลในอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์ จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.4 สถานที่เข้ารับการรักษา มากที่สุด โรงพยาบาลรัฐบาล จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29 รองลงมา โรงพยาบาลตามสิทธิ์ จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความเห็นด้วยต่อแพลตฟอร์มที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนและผู้สูงอายุ ในกรณีเจ็บป่วย พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.49 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.21 คือ อยู่ในระดับ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า การให้คุณค่าของชุมชนในแพลตฟอร์ม มากที่สุดคือ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.85 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับสองคือ คือ ใช้งานง่ายและดึงดูดผู้ใช้งานทันที มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.77 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับสามคือ ดิจิทัลแพลตฟอร์มมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.72 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับสี่คือ มีความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.56 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับห้าคือ การป้องกันความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้งาน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.54 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับหกคือ การอำนวยความสะดวกในการแลกเปลี่ยนข้อมูล มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.52 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับเจ็ด คือ การปรับขนาดโดยไม่ทำให้ประสิทธิภาพการใช้งานลดลง มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.31 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับแปด คือ ข้อกำหนดและเงื่อนไขการใช้งานชัดเจน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.26 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง น้อยที่สุด คือ การรับประกันทรัพย์สินทางปัญญา และความเป็นเจ้าของข้อมูล มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.89 อยู่ในระดับเห็นด้วย

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความเห็นด้วยต่อรูปแบบแพลตฟอร์มเว็บไซต์ ที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนและผู้สูงอายุ ในกรณีเจ็บป่วย พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.33 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.21 คือ อยู่ในระดับ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ใช้สามารถคาดเดาการใช้งานหน้าเว็บไซต์ได้ มากที่สุดคือ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.82 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับสองคือ คือ กำหนดเวลาอย่างเพียงพอเพื่อให้ผู้ใช้สามารถอ่านและใช้งานเนื้อหาได้ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.66 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับสามคือ เนื้อหาเห็นหรือได้ยินเนื้อหาได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.55 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับสี่คือ เพิ่มการรองรับเว็บไซต์ที่หลากหลายปัจจุบันและอนาคตได้ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.46 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับห้าคือ สามารถเข้าถึงการใช้งานในหน้าเว็บได้ด้วยการใช้แป้นพิมพ์เพียงอย่างเดียว มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.39 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับหกคือ แยกความแตกต่างของสีพื้นหน้าและพื้นหลัง มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.14 อยู่ในระดับเห็นด้วย อันดับเจ็ด คือ นำเสนอเนื้อหาได้หลายรูปแบบ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.08 อยู่ในระดับเห็นด้วย อันดับแปด คือ ใช้รูปภาพทดแทนข้อความ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.97 อยู่ในระดับเห็นด้วย และ น้อยที่สุด คือ สามารถท่องหน้าเว็บ ค้นหาเนื้อหา และทราบว่าตนเองอยู่ตำแหน่งใดในเว็บไซต์ได้ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.95 อยู่ในระดับเห็นด้วย

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความเห็นด้วยต่อรูปแบบแพลตฟอร์มแอปพลิเคชัน ที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนและผู้สูงอายุ ในกรณีเจ็บป่วย พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.33 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.25 คือ อยู่ในระดับ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ใช้สามารถคาดเดาการใช้งานหน้าแอปพลิเคชันได้มากที่สุดคือ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.82 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับสองคือ คือ สามารถเข้าถึงการใช้งานในหน้าแอปพลิเคชันได้ทุกระบบ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.56 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับสามคือ เนื้อหาเห็นหรือได้ยินเนื้อหาได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.48 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับสี่คือ ใช้รูปภาพทดแทนข้อความ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.44 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับห้าคือ แยกความแตกต่างของสีพื้นหน้าและพื้นหลัง มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.39 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับหกคือ เพิ่มการรองรับแอปพลิเคชันที่หลากหลายปัจจุบันและอนาคตได้ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.24 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับเจ็ด คือ นำเสนอเนื้อหาได้หลายรูปแบบ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.13 อยู่ในระดับเห็นด้วย อันดับแปด คือ กำหนดเวลาอย่างเพียงพอเพื่อให้ผู้ใช้สามารถอ่านและใช้งานเนื้อหาได้ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.06 อยู่ในระดับเห็นด้วย และ น้อยที่สุด คือ สามารถท่องหน้าแอปพลิเคชัน ค้นหาเนื้อหา และทราบว่าตนเองอยู่ตำแหน่งใดในแอปพลิเคชันได้ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.85 อยู่ในระดับเห็นด้วย

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความเห็นด้วยต่อรูปแบบการบริการบนแพลตฟอร์ม ที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนและผู้สูงอายุ ในกรณีเจ็บป่วย พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.61 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.20 คือ อยู่ในระดับ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า การให้บริการอย่างเสมอภาค มากที่สุดคือ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.95 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับสองคือ คือ การยอมรับคุณภาพของบริการ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.86 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับสามคือ ความสามารถของผู้ป่วยในการที่จะเสียค่าใช้จ่ายบริการ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.79 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับสี่คือ การ

ให้บริการอย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.72 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับห้าคือ การเข้าถึงแหล่งบริการ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.67 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับหกคือ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.63 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับเจ็ด คือ การให้บริการที่ตรงเวลา มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.34 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับแปด คือ การให้บริการอย่างก้าวหน้า มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.30 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง และ น้อยที่สุด คือ ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.25 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

สรุปภาพรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57 ด้านอายุมีช่วง 20-30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.3 มีอาชีพ ข้าราชการ/ ข้าราชการบำนาญ/ รัฐวิสาหกิจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.7 ระดับการศึกษาปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.7 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ มากกว่า 20,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.4

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมกรณีเจ็บป่วย

สรุปภาพรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีอัตราเฉลี่ยการเจ็บป่วย 1-3 ครั้งต่อปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81 เฉลี่ยค่าใช้จ่ายในการรับการรักษา ต่ำกว่า 5,000 บาท ต่อปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.1 มีสวัสดิการด้านสุขภาพ เบิกจ่ายสิทธิข้าราชการ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.2 วิธีการหาข้อมูลด้านการเจ็บป่วยโดยการหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.4 และเข้ารับการรักษาพยาบาลที่โรงพยาบาลรัฐบาล มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความเห็นด้วยต่อแพลตฟอร์มที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนและผู้สูงอายุ ในกรณีเจ็บป่วย

สรุปภาพรวม พบว่า ความคิดเห็นต่อแพลตฟอร์มที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนและผู้สูงอายุ ในกรณีเจ็บป่วย พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.49 คือ อยู่ในระดับ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า การให้คุณค่าของชุมชนในแพลตฟอร์ม มากที่สุด อันดับสอง คือ ใช้งานง่ายและดึงดูดผู้ใช้งานทันที อันดับสาม คือ ดิจิทัลแพลตฟอร์มมีความน่าเชื่อถือ อันดับสี่ คือ มีความปลอดภัย อันดับห้า คือ การป้องกันความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้งาน อันดับหก คือ การอำนวยความสะดวกในการแลกเปลี่ยนข้อมูล อันดับเจ็ด คือ การปรับขนาดโดยไม่ทำให้ประสิทธิภาพการใช้งานลดลง อันดับแปด คือ ข้อกำหนดและเงื่อนไขการใช้งานชัดเจน น้อยที่สุด คือ การรับประกันทรัพย์สินทางปัญญา และความเป็นเจ้าของข้อมูล

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความเห็นด้วยต่อรูปแบบแพลตฟอร์มเว็บไซต์ที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนและผู้สูงอายุ ในกรณีเจ็บป่วย

สรุปภาพรวม พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.33 คือ อยู่ในระดับ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ใช้สามารถคาดเดาการใช้งานหน้าเว็บไซต์ได้ มากที่สุด อันดับสองคือ คือ กำหนดเวลาอย่างเพียงพอเพื่อให้ผู้ใช้สามารถอ่านและใช้งานเนื้อหาได้ อันดับสาม คือ เนื้อหาเห็นหรือได้ยินเนื้อหาได้ชัดเจน อันดับสี่คือ เพิ่มการรองรับเว็บไซต์ที่หลากหลายปัจจุบันและอนาคตได้ อันดับห้า คือ สามารถเข้าถึงการใช้งานในหน้าเว็บได้ด้วยการใช้แป้นพิมพ์เพียงอย่างเดียว อันดับหก คือ แยกความแตกต่างของสีพื้นหน้าและพื้นหลัง อันดับเจ็ด คือ นำเสนอเนื้อหาได้หลายรูปแบบ อันดับแปด คือ ใช้รูปภาพทดแทนข้อความ และน้อยที่สุด คือ สามารถท่อนหน้าเว็บ ค้นหาเนื้อหา และทราบว่าตนเองอยู่ตำแหน่งใดในเว็บไซต์ได้

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านรูปแบบแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนและผู้สูงอายุ ในกรณีเจ็บป่วย

สรุปภาพรวม พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.33 คือ อยู่ในระดับ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ใช้สามารถคาดเดาการใช้งานหน้าแอปพลิเคชันได้มากที่สุด อันดับสอง คือ สามารถเข้าถึงการใช้งานในหน้าแอปพลิเคชันได้ทุกระบบ IOS แอนดรอยด์ อันดับสาม คือ เนื้อหาเห็นหรือได้ยินเนื้อหาได้ชัดเจน อันดับสี่คือ ใช้รูปภาพทดแทนข้อความ อันดับห้า คือ แยกความแตกต่างของสีพื้นหน้าและพื้นหลัง อันดับหก คือ เพิ่มการรองรับแอปพลิเคชันที่หลากหลายปัจจุบันและอนาคตได้ อันดับเจ็ด คือ นำเสนอเนื้อหาได้หลายรูปแบบ อันดับแปด คือ กำหนดเวลาอย่างเพียงพอเพื่อให้ผู้ใช้สามารถอ่านและใช้งานเนื้อหาได้ และน้อยที่สุดสามารถท่องหน้าแอปพลิเคชัน ค้นหาเนื้อหา และทราบว่าตนเองอยู่ตำแหน่งใดในแอปพลิเคชันได้

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านรูปแบบการบริการบนแพลตฟอร์มที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนและผู้สูงอายุในกรณีเจ็บป่วย

สรุปภาพรวม พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.61 คือ อยู่ในระดับ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า การให้บริการอย่างเสมอภาค มากที่สุด อันดับสอง คือ การยอมรับคุณภาพของบริการ อันดับสาม คือ ความสามารถของผู้ป่วยในการที่จะเสียค่าใช้จ่ายบริการ อันดับสี่ คือ การให้บริการอย่างเพียงพอ อันดับห้าคือ การเข้าถึงแหล่งบริการ อันดับหก คือ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง อันดับเจ็ด คือ การให้บริการที่ตรงเวลา อันดับแปด คือ การให้บริการอย่างก้าวหน้า และน้อยที่สุดความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ

จากการศึกษาศึกษารูปแบบแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชันที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนและผู้สูงอายุกรณีเจ็บป่วย มีประเด็นสำคัญที่จะนำเสนอผลการวิจัยตามสมมติฐานการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ด้านปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อศึกษารูปแบบแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชันที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนและผู้สูงอายุกรณีเจ็บป่วยในด้านส่วนบุคคล พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการศึกษารูปแบบแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชันที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนและผู้สูงอายุกรณีเจ็บป่วยในด้านส่วนบุคคลไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ ชรัชต์ วิภชปริชากุล (2562) โดยการศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเป่าดังของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีผลทำให้พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเป่าดังโดยรวมไม่ต่างกัน ด้วยในสภาวะปัจจุบัน มีแอปพลิเคชันเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมประชากรในประเทศ ภายหลังจากการเกิดขึ้นของแอปพลิเคชันจำนวนมาก จึงส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ในทุกระดับการศึกษา ตั้งแต่ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี โดยการเรียนรู้นั้นเกิดขึ้นโดยอัตโนมัติจากการเปลี่ยนแปลงทางสภาพสังคมที่มีการปรับตัวเป็นสังคมดิจิทัลมากขึ้น จนแอปพลิเคชันได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน ตั้งแต่ระบบการเงิน ระบบอุปโภค บริโภค การศึกษา ตลอดจนสวัสดิการแห่งรัฐจากภาครัฐ ดังนั้น ไม่ว่าคนในระดับการศึกษาใด ล้วนผ่านการใช้แอปพลิเคชันกันมาไม่มากก็น้อย ระดับการศึกษาจึงไม่มีผลต่อการใช้งานแอปพลิเคชันด้านสุขภาพทั้งผู้ที่อายุน้อยตลอดจนผู้สูงอายุในประเทศไทย

ปัจจัยด้านเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการศึกษารูปแบบแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชันที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนและผู้สูงอายุกรณีเจ็บป่วยในด้านส่วนบุคคลแตกต่าง

กัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรางศิริ นิลสอน (2561) โดยการศึกษาการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอายุ และอาชีพต่างกัน มีผลทำให้การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันต่างกัน และผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มี ระดับการศึกษาต่างกัน มีผลทำให้การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันไม่ต่างกัน ด้วยความต่างของอายุนั้น มีเรื่องของด้านร่างกายเข้ามาเกี่ยวข้อง ทั้ง ความเสื่อมสภาพ ตลอดจนความผิดปกติในร่างกายส่วนต่าง ๆ จึงส่งผลให้แอปพลิเคชัน จำเป็นต้องมีการพัฒนาให้ตอบสนองต่อความต่างของช่วงอายุ อาทิเช่น สำหรับคนที่อายุอยู่ในวัยทำงาน แอปพลิเคชันอาจจะมี ความซับซ้อนได้มาก เน้นความสวยงาม และฟังก์ชันที่หลากหลายเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของช่วงอายุ วัยทำงาน และในผู้สูงอายุ แอปพลิเคชันจะต้องถูกออกแบบให้มีความซับซ้อนน้อยลง เน้นการใช้งานที่เรียบง่าย มีฟังก์ชันไม่มากเกินไป เน้นแต่ฟังก์ชันที่ใช้งาน ตลอดจนตัวอักษรที่ต้องมีขนาดใหญ่ มองเห็นได้อย่าง ชัดเจน เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถมองเห็นได้ง่าย รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ก็เป็นอีกสาเหตุหนึ่งซึ่งผลการ เลือกใช้แอปพลิเคชัน เนื่องมาจากระดับรายได้นั้น ส่งผลถึงความต้องการการบริการที่แตกต่างกัน ผู้ที่มีรายได้ สูงจะมีความต้องการในด้านการบริการที่มากกว่า โดยสามารถชำระค่าบริการที่สูงกว่าได้ ตรงข้ามกับผู้ที่มี รายได้น้อย จะมีความสนใจในด้านความคุ้มค่าในการใช้งานมากกว่า สอดคล้องกับ จุฑารัตน์ เกียรติศรีศรี (2558) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่า อาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ ของ กลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกัน ด้วยแต่ละอาชีพของประชากร รูปแบบการ ทำงานที่แตกต่างกัน รวมไปถึงสวัสดิการด้านสุขภาพที่แตกต่างกันออกไป อัตราการตอบสนองต่อการใช้ออป พลิเคชันด้านสุขภาพจึงมีความต่างกันออกไป บางแห่งมีสวัสดิการรักษาได้เพียงโรงพยาบาลของรัฐเท่านั้น แอป พลิเคชันที่เชื่อมโยงการรักษากับโรงพยาบาลเอกชนก็ไม่สามารถตอบสนองกับคนกลุ่มนี้ได้ อาชีพจึงเป็นอีกหนึ่ง ปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันด้านสุขภาพ

2. ปัจจัยด้านพฤติกรรมกรณีเจ็บป่วย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อศึกษารูปแบบแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชันที่ตอบสนองความต้องการของ ประชาชนและผู้สูงอายุกรณีเจ็บป่วยในด้านพฤติกรรมกรณีเจ็บป่วย พบว่า สวัสดิการด้านสุขภาพ และการหา ข้อมูลการเจ็บป่วย ที่แตกต่างกัน มีผลทำให้การศึกษารูปแบบแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชันที่ตอบสนองความ ต้องการของประชาชนและผู้สูงอายุกรณีเจ็บป่วยในด้านส่วนบุคคลไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ วรรณรัตน์ ชันจินา (2557) ศึกษาพฤติกรรมการใช้แหล่งข้อมูลทางออนไลน์ และพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าทางออนไลน์ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยพฤติกรรม การใช้แหล่งข้อมูลทางออนไลน์ ด้านประเภทของข้อมูลที่ค้นหา วัตถุประสงค์ในการค้นหาข้อมูล และความถี่ใน การสืบค้น (ต่อสัปดาห์) ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ซื้ออาหารคลีนผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร จากการศึกษาในปัจจุบัน แพลตฟอร์มสำหรับการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ มีอยู่ในปริมาณมาก แต่ แพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมเชื่อถือและมีข้อมูลอยู่มากที่สุดคือแพลตฟอร์ม Google ซึ่งมีผู้ใช้งานมากที่สุดใน

โลก ดังนั้นการหาข้อมูลการเจ็บป่วย ไม่ว่าจะอยู่ในแพลตฟอร์มใด ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ยังคงใช้แพลตฟอร์ม Google ในการค้นหาข้อมูล ดังนั้น การหาข้อมูลด้านารเจ็บป่วยจึงไม่ได้ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญกับการเลือกใช้ แอปพลิเคชัน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อศึกษารูปแบบแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชันที่ตอบสนองความต้องการของ ประชาชนและผู้สูงอายุกรณีเจ็บป่วยในด้านพฤติกรรมกรณีเจ็บป่วย พบว่า อัตราเฉลี่ยการเจ็บป่วยต่อปี อัตรา เฉลี่ยค่าใช้จ่ายในการรับการรักษาต่อปี และสถานที่เข้ารับการรักษา ที่แตกต่างกัน มีผลทำให้การศึกษารูปแบบ แพลตฟอร์มและแอปพลิเคชันที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนและผู้สูงอายุกรณีเจ็บป่วยในด้าน ส่วน บุคคลแตกต่างกัน สอดคล้องกับ สุรภี ฤทธิมาก (2560) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันไลน์ ฟู้ด (Line Food Application) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประสมทางการตลาดด้าน ผลิตภัณฑ์และด้านราคามีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันไลน์ฟู้ด (Line Food Application) ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร

จะเห็นได้ว่า ค่าใช้จ่ายมีผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชัน จากการที่สภาวะเศรษฐกิจภายในประเทศมี การชะลอตัวลง ประกอบกับค่าเงินเฟ้อสูงเป็นประวัติการณ์ และประเทศไทยพึ่งผ่านการระบาดครั้งใหญ่ของโรค โควิด 19 ทำให้ประชาชนทั่วทั้งประเทศจำเป็นต้องใช้เงินอย่างคุ้มค่าที่สุด ประกอบกับในปัจจุบันในทุกธุรกิจ เกิดแอปพลิเคชันมากมายเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนในประเทศ ธุรกิจด้านสุขภาพเป็นอีก หนึ่งธุรกิจที่มีการแข่งขันกันในตลาดอย่างรุนแรง ราคาจึงถูกใช้เป็นหนึ่งในเครื่องมือในการดึงดูดผู้คนที่มาใช้ บริการ เฉพาะฉะนั้น ค่าใช้จ่ายในการเข้าใช้แอปพลิเคชัน จะส่งผลต่อไปยังโรงพยาบาลที่เข้ารับการรักษาจึง ส่งผลโดยตรงกับผู้ค้นหาตัวช่วยในการเข้ารับการรักษาพยาบาล หากแอปพลิเคชันสามารถทำการเชื่อมโยงการ ให้บริการด้านการรักษาพยาบาลกับโรงพยาบาลที่มีคุณภาพและราคาถูกกว่าแอปพลิเคชันอื่น จะเป็นตัวดึงดูด ประชาชนทุกช่วงวัยให้มาใช้บริการ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาศึกษารูปแบบแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชันที่ตอบสนองความต้องการของ ประชาชนและผู้สูงอายุกรณีเจ็บป่วย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ด้านส่วนบุคคล ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อศึกษารูปแบบแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชันที่ตอบสนอง ความต้องการของประชาชนและผู้สูงอายุกรณีเจ็บป่วย ผู้ประกอบการจะต้องวางกลยุทธ์ในการให้บริการของ แอปพลิเคชันที่ตอบสนองความหลากหลาย โดยแยกฟังก์ชันการให้บริการออกเป็นอย่างน้อย 2 รูปแบบ รูปแบบ ที่หนึ่ง สำหรับประชาชนที่มีอายุไม่เกิน 60 ปี สามารถใส่ความสวยงามและลูกเล่น ตลอดจนฟังก์ชันที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองต่อความต้องการอย่างไม่มีขีดจำกัดของประชาชน รูปแบบที่สอง สำหรับผู้สูงอายุหรือผู้ที่มีความ บกพร่องทางด้านร่างกาย โดยการออกแบบจะต้องเป็นแบบเรียบง่าย ชัดเจน ตัวอักษรมีขนาดใหญ่ มีคำสั่งใช้ เสียงแทนการพิมพ์ มีระบบฉุกเฉิน สามารถดึงกลุ่มคนเข้ามาใช้บริการแอปพลิเคชันได้อย่างเป็นรูปธรรม

2. ด้านพฤติกรรมกรณีเจ็บป่วย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อศึกษารูปแบบแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชันที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนและผู้สูงอายุกรณีเจ็บป่วย ผู้ประกอบการต้องมีการติดต่อเชื่อมโยงโรงพยาบาลให้ครบทุกรูปแบบ ทั้งโรงพยาบาลของรัฐ โรงพยาบาลเอกชน โรงพยาบาลประจำตำบล สถานีอนามัย ฯลฯ เพื่อตอบสนองต่อสวัสดิการที่ประชากรมี เป็นทางเลือกในการเข้ารับการรักษาพยาบาล และส่งผลต่อค่าใช้จ่ายในการเข้ารับการรักษา และเป็นการสร้างเครือข่ายโรงพยาบาลที่จะสามารถครอบคลุมพื้นที่การให้บริการประชาชนทั้งประเทศ ตลอดจนขีดความสามารถในการรับผู้ป่วยกรณีเกิดโรคระบาด ที่มีประชาชนจำนวนมากเกิดการเจ็บป่วยพร้อมกัน ซึ่งในอดีตโรงพยาบาลไม่สามารถรองรับผู้ป่วยได้เพียงพอ แต่หากแอปพลิเคชันสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการผู้ป่วยให้สอดคล้องกับศักยภาพในการให้บริการรักษาพยาบาลของแต่ละโรงพยาบาล จะส่งผลให้แอปพลิเคชันมีความน่าดึงดูดในการเข้ามาใช้บริการ

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงสาธารณสุข. (2565). *สรุปรายงานการป่วย*. สืบค้นจาก http://bps.moph.go.th/new_bps/healthdata
- จุฑารัตน์ เกียรติศรีศรี. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)
- ชรัชต์ วิภชปรีชากุล (2562), *การศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเป่าตังของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง)
- ทิพยา จินตโกวิท (2562). แนวทางการออกแบบเว็บไซต์ด้านสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ. *วารสารวิชาการครุศาสตร์อุตสาหกรรม พระจอมเกล้าพระนครเหนือ*, 10(1), 217 – 226.
- ปรางศิริ นิลสอน (2561). *การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. สืบค้นจาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/vlt15-2/6114993280.pdf>
- พิมลอร ดันหัน. (2559). แนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือสำหรับผู้สูงอายุ. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ฉบับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*, 10(3), 55-62.
- วรรณรัตน์ ชันจินา. (2557). *พฤติกรรมการใช้แหล่งข้อมูลทางออนไลน์ และพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าทางออนไลน์ ที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้ออาหารคลีนผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าอิสระ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ)
- วิจิตรา นาคแดง. (2654). *การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันเพื่อวิเคราะห์ความสามารถในการเข้าถึงการบริการการแพทย์ฉุกเฉินสำหรับผู้สูงอายุในประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนเรศวร)
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2565). *สถิติประชากรศาสตร์ ประชากรและเคหะ*. สืบค้นจาก <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx>

สุริเดช ภูมิฐาน. (2557). *ความก้าวหน้าทางการแพทย์ที่มีผลต่อสุขภาพ*. สืบค้นจาก

<https://sites.google.com/site/pondpk2557/khwam-kawhna-thangkar-phae-nth-thi-mi-phl-tx-sukhphaph>

สุรณี ฤทธิ์มาก. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันไลน์ฟู้ด (Line Food Application) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง)

Davis, B., Nies, M., Shehab, M. & Shenk, D. (2014). Developing a pilot e-mobile app for dementia caregiver support: Lessons learned. *Online Journal of Nursing Informatics*, 18(1), 1-10

Dyer, E. A., Kansagara, D., McInnes, D. K., Freeman, M., & Woods, S. (2012). *Mobile Applications and Internet-based Approaches for Supporting Non-professional Caregivers: A Systematic Review*. Department of Veterans Affairs (US). Retrieved from <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/23285508/>

History.com Editors. (2022). *Pandemics That Changed History*. Retrieved from <https://www.history.com/topics/middle-ages/pandemics-timeline>

Yamane, T. (1970). *Statistic: An Introductory Analysis*. (2nd ed). New York: Harper & Row.

World Health Organization. (2022). *World Health Statistics 2022*. Retrieved from https://cdn.who.int/media/docs/default-source/gho-documents/world-health-statistic-reports/worldhealthstatistics_2022.pdf?sfvrsn=6fbb4d17_3

ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร
แปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคเจนเนอเรชันวาย

ในเขตจังหวัดปทุมธานี

ภุรินทร์ ยมกนิษฐ์^{1*} และ ปณิศา มีจินดา²

^{1,2} คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

THE RELATIONSHIP BETWEEN MODERN MARKETING STRATEGIES AND
THE PURCHASING BEHAVIOR OF PROCESSED HERBAL PRODUCTS THROUGH
ONLINE SOCIAL NETWORKS OF GENERATION Y CONSUMERS
IN PATHUM THANI PROVINCE

Purinat Yamakanith^{1*} and Panisa Mechinda²

^{1,2} Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

*Corresponding author E-mail: purinat_y@mail.rmutt.ac.th

วันที่รับบทความ (Received) 11 ตุลาคม 2566

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 6 พฤศจิกายน 2566

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 11 พฤศจิกายน 2566

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคเจนเนอเรชันวายในเขตจังหวัดปทุมธานี 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคเจนเนอเรชันวายในเขตจังหวัดปทุมธานี ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบ Purposive Sampling และ Quota Sampling และใช้แบบสอบถามเชิงสำรวจเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน จากแต่ละอำเภอที่กำหนดไว้ด้วยวิธีการสุ่มตามความสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ และสถิติไคสแควร์ ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เนื่องจากมีการซื้อขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงร่างกาย ซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน ค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ อยู่ระหว่าง 501 - 1,000 บาท ส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์คือ เพื่อน/คนรู้จัก และมีระดับความคิดเห็นกลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่โดยรวมกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดปทุมธานี ไม่มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: กลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ พฤติกรรมการซื้อ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูป เครือข่ายสังคมออนไลน์

เจเนอเรชันวาย

Abstract

This study is quantitative research, the objectives were 1) To study the purchasing behavior of processed herbal products through online social networks of Generation Y consumers in Pathum Thani Province; 2) To study the relationship between modern marketing strategies and the purchasing decision behaviour of processed herbal products through online social networks of Generation Y consumers in Pathum Thani Province. Purposive Sampling and quota sampling were used to select samples and a survey questionnaire was used as a tool to collect data from a sample of 400 people from each designated district using a convenience sampling method, statistics used in data analysis included percentages and Chi-square statistics. The results of the research found that the sample group chose to purchase processed herbal products through online social networks because they are available for trading 24 hours a day. Most of them purchased nutritional supplements for body care and purchased processed herbal products through online social networks 1 - 2 times per month. The cost per time of buying processed herbal products through online social networks is between 501 - 1,000 baht and the person who influences the purchase of processed herbal products through online social networks is Friends/acquaintances and their opinions on modern marketing strategies as a whole and the behavior of purchasing processed herbal products through online social networks of consumers in Pathum Thani Province are not significantly related at the .05 level.

Keywords: Modern Marketing Strategies, Buying Behavior, Processed Herbal Products, Social Network, Generation Y

บทนำ

ปัจจุบัน ผู้คนหันมาสนใจใช้สมุนไพรเป็นทางเลือกหนึ่งในการบำบัดรักษาโรค ด้วยสรรพคุณมากมาย รวมทั้งการการันตีว่าปลอดภัยจากสารเคมี จึงทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จากสมุนไพรวางจำหน่ายในท้องตลาดมากขึ้น ตามกระแสของการให้ความสนใจในสุขภาพมากยิ่งขึ้นของคนในสังคม กระแสรักสุขภาพ (Health Conscious) ถือเป็นแนวโน้มที่ได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย ทั้งในกลุ่มของคนรุ่นใหม่ รวมถึงกลุ่มผู้สูงอายุ และยังการระบาดของโควิด-19 ก่อให้เกิดกระแสการตื่นตัวของการระวังป้องกัน รวมถึงการสร้างเสริมสุขภาพให้แข็งแรง ส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ โดยเฉพาะคนยุคใหม่กลุ่มมิลเลนเนียล คือ เจเนอเรชันวาย และเจเนอเรชันแซต มีการหาข้อมูลเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพเชิงลึก ทั้งในเรื่องการบริโภคอาหาร การออกกำลังกาย การควบคุมน้ำหนัก ฯลฯ มากขึ้น (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2563) อีกทั้งกระแสการตื่นตัวทางด้านสุขภาพได้รับความสนใจในประเทศไทย ยืนยันได้จากจำนวนคนออกกำลังกาย หรือเล่นกีฬาของคนไทย พบว่า มี

ประมาณ 12.9 ล้านคน เทียบกับ 12.7 ล้านคน ในการสำรวจครั้งก่อน อันเป็นผลจากรายได้ประชากรที่สูงขึ้น ประชากรมีอายุยืนขึ้น รวมถึงการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพทำได้ง่ายผ่านสื่อออนไลน์รูปแบบใหม่ โดยลูกค้าเป้าหมายกลุ่มรักสุขภาพที่มีความสำคัญ อาทิ คนรุ่นใหม่ในช่วงอายุ 15-40 ปี (กลุ่ม GEN Y และ GEN Z) ซึ่งให้ความสนใจต่อสุขภาพค่อนข้างสูง (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2563) ส่งผลให้คนรุ่นใหม่ให้ความใส่ใจดูแลสุขภาพมากขึ้น ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่เสริมสร้างภูมิคุ้มกันให้กับร่างกาย เช่น สมุนไพรไทย เป็นที่ต้องการของตลาด แต่การได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะใช้ช่องทางการซื้อผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์มากขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งกลุ่มผู้ซื้อและสินค้าที่นิยมซื้อ กล่าวคือ ผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นคนรุ่นใหม่ สอดคล้องกับลักษณะพฤติกรรมของคนใน Generation Y และ Generation Z ที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีที่ก้าวหน้ามากขึ้น เนื่องจากเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้สื่อออนไลน์ในการเข้าถึงข้อมูลของสินค้าและบริการมากที่สุด ดังนั้น นักการตลาดในปัจจุบันจึงให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่ที่มีความสำคัญจากมุมมองความต้องการของผู้บริโภคและสนองความต้องการของผู้บริโภคทั้ง 2 เจเนอเรชันนั้นได้อย่างรวดเร็วด้วยการใช้สื่อออนไลน์ที่หลากหลาย อาทิ Instagram Twitter YouTube TikTok ที่สามารถเข้าถึงและตอบสนองความต้องการได้ทุกรูปแบบ เช่น สินค้าประเภทบริการต่าง ๆ สินค้าด้านความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับ Gen Y และสินค้าประเภทไลฟ์สไตล์ เทคโนโลยี อาหาร รวมถึงสินค้าใด ๆ ที่มาพร้อมแนวคิดสมัยใหม่ และดีไซน์ที่สวยงามหรือเฉพาะตัวสำหรับกลุ่ม Gen Z ซึ่งผลการสำรวจพบว่า ผู้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร/ปริมณฑล มีการซื้อสินค้าออนไลน์สูงสุด ตามด้วยภาคใต้และภาคกลาง (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์, 2564) ซึ่งจังหวัดปทุมธานี เป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่กรมส่งเสริมการเกษตรได้มีการส่งเสริมให้คนในชุมชนรวมกลุ่มเพื่อจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน เพื่อสร้างงาน สร้างอาชีพ และการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งอย่างยั่งยืน ในปัจจุบันได้มีการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรกระจายอยู่ทั่วไปในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 35 วิสาหกิจชุมชน (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร, 2565) เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปที่มีส่วนผสมของวัตถุดิบที่ได้มาจากธรรมชาติให้คนในชุมชนและประชาชนทั่วไปได้ใช้อย่างปลอดภัย โดยหนึ่งในวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปทุมธานีที่เกิดจากการรวมตัวกันของกลุ่มแม่บ้าน เพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการทำการเกษตรในรูปแบบของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และดำเนินการแปรรูปสมุนไพรเป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายเพื่อจำหน่ายและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน จนปัจจุบันได้กลายเป็นศูนย์เรียนรู้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและเกษตรทฤษฎีใหม่ ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง โดยมีนางเพ็ญวดี ขาเปีย เป็นประธานของศูนย์ และได้มีการพัฒนาและผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปที่หลากหลาย ได้แก่ แชมพูสมุนไพร ครีมนวดสมุนไพร สบู่เหลวสมุนไพร โลชั่นสมุนไพร และอื่น ๆ ซึ่งผลิตจากสมุนไพรธรรมชาติ อาทิ มะกรูด ขิง ขมิ้น น้ำมันงา น้ำทับทิม ฯลฯ ภายใต้ชื่อแบรนด์ “Penwadee Herb” จากการลงพื้นที่เพื่อศึกษาถึงผลการดำเนินงาน ณ ศูนย์เรียนรู้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและเกษตรทฤษฎีใหม่ พบว่า มีผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปที่หลากหลาย และมีช่องทางในการจัดจำหน่ายทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ซึ่งลูกค้าที่สนใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่ม Gen X ส่วนลูกค้าในกลุ่ม Gen Y ยังมีน้อยมาก ทั้งที่มีกำลังซื้อสูงและเป็นกลุ่มประชากรวัยทำงานที่มีสัดส่วนสูงที่สุด

จากที่มาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปของศูนย์เรียนรู้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและเกษตรทฤษฎีใหม่ จังหวัดปทุมธานี ส่วนใหญ่จะเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคกลุ่ม Gen X ดังนั้น

จึงควรวางแนวทางหรือวิธีการในการดึงดูดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายกลุ่ม Gen Y ซึ่งเป็นผู้บริโภคที่มีกำลังทรัพย์และให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีในการแสวงหาข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้หันมาสนใจบริโภคผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปมากขึ้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับประเด็นของกลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปหรือไม่ อย่างไร จึงได้ทำวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคเจนเอเรชันวายในเขตจังหวัดปทุมธานี ซึ่งจะช่วยให้ศูนย์เรียนรู้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและเกษตรทฤษฎีใหม่ จังหวัดปทุมธานี ทราบถึงกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญที่จะช่วยให้ทราบความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปของผู้บริโภคเจนเอเรชันวายอย่างแท้จริง ซึ่งจะช่วยให้การผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปสามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคเจนเอเรชันวายได้ตรงกับความต้องการให้มากขึ้นต่อไป

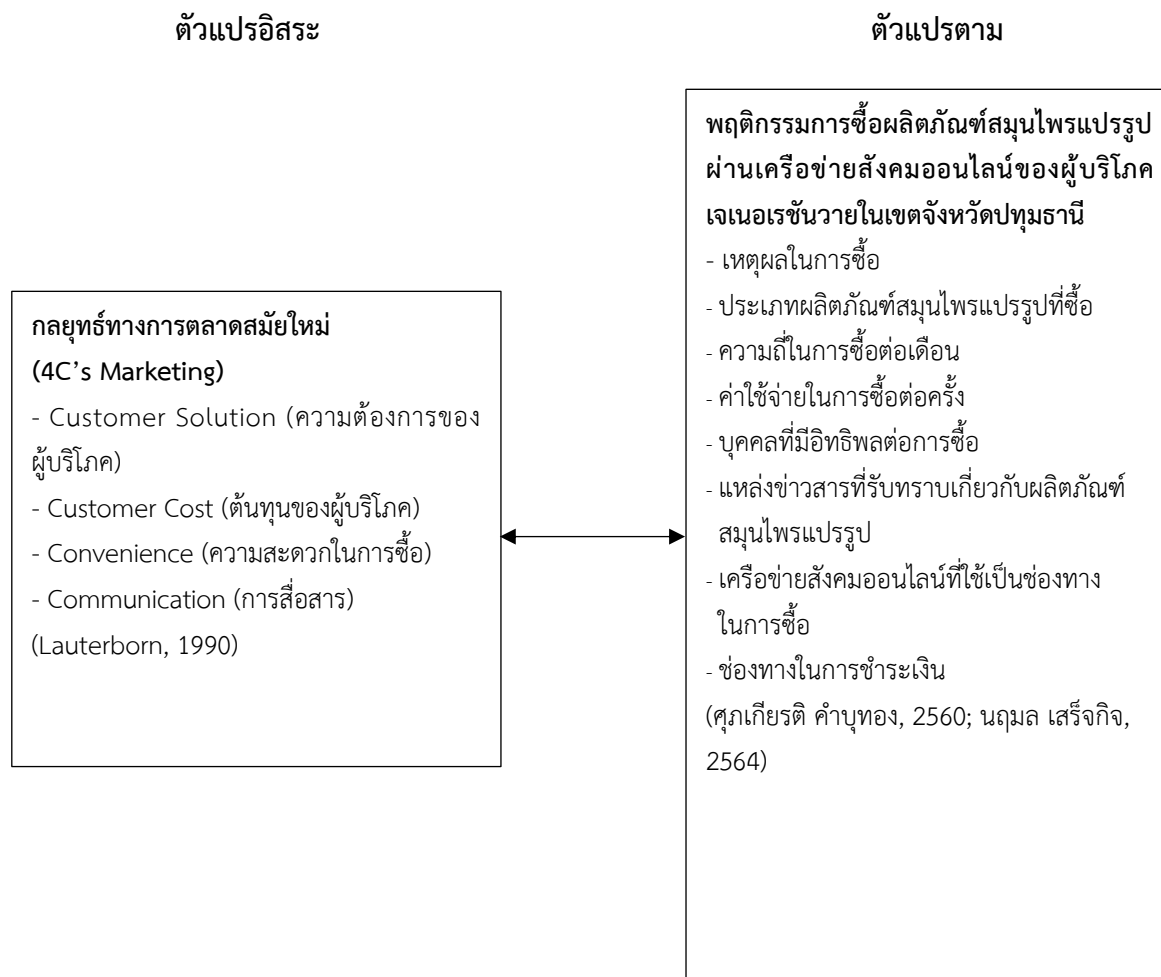
วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคเจนเอเรชันวายในเขตจังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคเจนเอเรชันวายในเขตจังหวัดปทุมธานี

สมมติฐานการวิจัย

กลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ (ด้านความต้องการของผู้บริโภค ด้านต้นทุนของผู้บริโภค ด้านความสะดวก และด้านการสื่อสาร) กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่ (4C's)

กลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่ หรือส่วนประสมทางการตลาด 4C's เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่คิดจากมุมมองของลูกค้า ซึ่งพัฒนาขึ้นมาจาก 4P's เพื่อที่จะนำมาใช้วิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภค นักการตลาดจึงเริ่มหันมาจับกลยุทธ์ใหม่ที่เรียกว่า 4C's (Customer, Cost, Convenience, Communication) ซึ่งจะทำให้ นักการตลาดสามารถเข้าถึงผู้บริโภคในปัจจุบันได้ง่ายขึ้น จากการศึกษาค้นคว้าได้มีนักวิชาการหลายท่าน ได้ให้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่ หรือส่วนประสมทางการตลาด 4C's ไว้ ดังนี้

Kotler and Keller (2012) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดสมัยใหม่ หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่ใช้สำหรับการวางแผนทางกลยุทธ์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของธุรกิจ โดยเป็นเครื่องมือเพื่อตอบสนอง

ความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภค และยังสอดคล้องกับ Ducan (2002) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดสมัยใหม่ มีมุมมองในด้านผู้ประกอบการ หรือเจ้าของกิจการเป็นหลัก โดยมีผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง หรือมองจากมุมมองของผู้บริโภค ซึ่ง 4C's ประกอบด้วย 1. ความต้องการของผู้บริโภค (Customer) เช่น สินค้า หรือบริการที่เป็นที่นิยมในสังคมปัจจุบัน 2. ต้นทุนของผู้บริโภค (Cost) เช่น ในการซื้อสินค้า ต้องมีการเดินทาง และราคาสินค้านั้นได้รวมค่าใช้จ่ายในการเดินทางเข้าไปด้วยแล้ว 3. ความสะดวกของผู้บริโภค (Convenience) ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อสินค้า หรือบริการที่เข้าถึงสะดวก ง่าย รวดเร็วและอยู่ในระยะทางใกล้ต่อผู้บริโภค และ 4. การสื่อสาร (Communication) ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับรายละเอียดของสินค้าและบริการ เช่น คุณสมบัติสินค้า ลักษณะของสินค้า ส่วนการสื่อสารทางด้านอารมณ์ หรือ Emotional Communication ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค และพัฒนาสู่ความสัมพันธ์ระหว่างสินค้าและผู้บริโภคได้ (ปิยะชาติ อิศรภักดี, 2559)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจะทำให้สามารถสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคและความสามารถในการค้นหาทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในสังคมได้ถูกต้อง และสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารการตลาดจะต้องศึกษากลุ่มผู้บริโภคให้ละเอียดถึงสาเหตุของการซื้อ การเปลี่ยนแปลงการซื้อ การตัดสินใจซื้อ ฯลฯ จากการศึกษาค้นคว้า ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ ดังนี้

Belch and Belch (2012) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการและกิจกรรมต่าง ๆ ที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในการค้นหา การเลือกการซื้อ การใช้การประเมินผลการกำจัดผลิตภัณฑ์และบริการหลังการใช้เพื่อสนองความต้องการและความปรารถนาที่อยากได้รับความพอใจจากสินค้าหรือบริการเหล่านั้น เช่นเดียวกับ Kotler and Keller (2012) ได้อธิบายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผลการใช้สอยผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา ซึ่งผู้บริโภคทางการตลาด มีทั้งผู้บริโภคที่เป็นตัวบุคคล หรือผู้บริโภคขั้นสุดท้าย และผู้บริโภคที่เป็นองค์กร หน่วยงาน โดยสามารถแบ่งได้ 4 ประเภท ดังนี้ (วุฒิ สุขเจริญ, 2559, น. 9-11)

- 1) ผู้บริโภคที่เป็นตัวบุคคล (Personal Consumers) ผู้บริโภคที่เป็นตัวบุคคลหรือผู้ใช้สินค้าหรือบริการ ซึ่งผู้บริโภคที่เป็นบุคคลมีบทบาทในการซื้อ ดังนี้
 - 1.1 ผู้ริเริ่ม (Initiator) เป็นบุคคลแรกที่มีความต้องการที่จะซื้อสินค้า หรือเป็นผู้ริเริ่มจะซื้อสินค้าและบริการ
 - 1.2 ผู้มีอิทธิพล (Influencer) เป็นบุคคลผู้ใช้คำพูดหรือแสดงพฤติกรรมโดยตั้งใจ หรือไม่ตั้งใจก็มีผลของอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ
 - 1.3 ผู้ตัดสินใจ (Decider) หรือบุคคลผู้มีส่วนในการตัดสินใจว่าจะซื้อหรือไม่ซื้ออะไร ซื้ออย่างไร ซื้อที่ไหน
 - 1.4 ผู้ซื้อ (Buyer) บุคคลผู้ทำการซื้อสินค้าตามที่ต้องการ และ
 - 1.5 ผู้ใช้ (User) บุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการบริโภค การใช้ผลิตภัณฑ์หรือใช้บริการ
- 2) ผู้บริโภคภาคอุตสาหกรรม (Industrial Consumers) ผู้บริโภคภาคอุตสาหกรรม คือ ผู้ที่ซื้อสินค้าไปเพื่อใช้ในการผลิตสินค้า หรือนำไปเพื่อจำหน่ายต่อ เช่น โรงงานผลิตมันฝรั่งทอด ซื้อหัวมันฝรั่งไปเพื่อแปรรูป จำหน่ายต่อ หรือร้านค้าส่งที่ซื้อสินค้าเพื่อจำหน่ายต่อ
- 3) ผู้บริโภคภาคสถาบัน (Institutional Consumers) ผู้บริโภคสถาบัน คือ ผู้บริโภคที่เป็นหน่วยงานสถาบันซื้อสินค้าหรือบริการไปใช้ในการดำเนินกิจกรรมของสถาบัน เช่น โรงเรียนกวาดวิชา ซื้อหนังสือไปเพื่อประกอบการสอนให้กับนักเรียน บริษัทซื้อเครื่องถ่ายเอกสารเพื่อใช้ในการสำเนาเอกสาร และ
- 4) ผู้บริโภคภาครัฐ (State Consumers) ผู้บริโภคภาครัฐ คือ หน่วยงานของรัฐบาลที่ทำการซื้อสินค้าหรือ

บริการเพื่อนำไปใช้ในการให้บริการในหน่วยงานของตน เช่น หน่วยงานดับเพลิงของจังหวัด ชี้อันดับเพลิงไว้ใช้เพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยไฟไหม้ เป็นต้น

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาเฉพาะผู้บริโภคที่อยู่ในเจเนอเรชันวาย ที่มีประสบการณ์ในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในเขตจังหวัดปทุมธานี จำนวน 368,879 (ข้อมูลสถิติเกี่ยวกับจำนวนประชากร: สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564) และทำการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1967) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ดังนี้

1. ใช้วิธี Purposive Sampling คือ ต้องเป็นผู้บริโภคเจเนอเรชันวายที่อาศัยอยู่ในจังหวัดปทุมธานี รวมทั้งเคยเป็นผู้ซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์มาแล้วเท่านั้น โดยเลือกอำเภอที่มีประชากรมากที่สุด 3 อำเภอ จากทั้งหมด 7 อำเภอ ได้แก่ อำเภอลองหลวง อำเภอลำลูกกา และอำเภอเมืองปทุมธานี

2. ใช้วิธี Quota Sampling โดยกระจายการเก็บตัวอย่างจากร้านค้าหรือสถานประกอบการที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูป ทั้ง 3 อำเภอ อำเภอละ 2 แห่ง รวม 6 แห่ง โดยกระจายให้ครอบคลุมในสัดส่วนที่เท่ากัน จากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน คือ อำเภอลองหลวง จำนวน 2 แห่ง เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 134 คน แห่งละ 67 คน อำเภอลำลูกกา จำนวน 2 แห่ง เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 133 คน แห่งละ 66 คน และ 67 คน ตามลำดับ และอำเภอเมืองปทุมธานี จำนวน 2 แห่ง เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 133 คน แห่งละ 66 คน และ 67 คน ตามลำดับ และใช้วิธีการสุ่มแบบตามความสะดวก

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ 1) แบบสอบถามแบบกระดาษ ใช้สำหรับกลุ่มตัวอย่าง หรือกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ถนัดในการใช้เทคโนโลยีหรือไม่เป็น 2) แบบสอบถามออนไลน์ ด้วยการให้ Google Form ในการสร้างแบบสอบถาม ใช้สำหรับผู้ถนัดในการใช้เทคโนโลยี ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ ตอนที่ 1 คำถามคัดกรองกลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ และตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูป โดยครอบคลุมส่วนกลยุทธ์ทางการตลาด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความต้องการของผู้บริโภค ด้านต้นทุนของผู้บริโภค ด้านความสะดวก และด้านการสื่อสาร มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาเรื่องกลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคเจนเนอเรชันวายในเขตจังหวัดปทุมธานี ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามที่ได้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหาและสำนวนที่ถูกต้องเหมาะสมจากผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด 3 ท่าน โดยใช้หลักเกณฑ์การตัดสินคุณภาพของเครื่องมือ คือ IOC ที่คำนวณได้ต้องมีค่ามากกว่า .50 (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2555) จึงจะถือว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ จากการตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้องได้ค่าดัชนี IOC ของแบบสอบถามอยู่ในช่วงค่า 0.67 – 1.00 และทั้งฉบับเท่ากับ 0.96 แล้วจึงนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แต่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 คน แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือ โดยใช้เกณฑ์ข้อคำถามที่มีค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป ถือว่าข้อคำถามนั้นมีความเชื่อมั่น (วารุเพ็งสวัสดิ์, 2551, น. 213) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ .953 จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคเจนเนอเรชันวายที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 400 คน โดยเลือกเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจากร้านค้าหรือสถานประกอบการที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปใน 3 อำเภอ อำเภอละ 2 แห่งในสัดส่วนที่เท่ากัน เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้ครบตามที่กำหนดไว้ จึงนำแบบสอบถามที่ได้ทำการตรวจสอบแล้ว จำนวน 400 ฉบับ ไปวิเคราะห์และประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ คือ การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ส่วนการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูป สถิติที่ใช้คือ การวิเคราะห์สถิติไคสแควร์ (Chi-Square)

สรุปผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคเจนเนอเรชันวายในเขตจังหวัดปทุมธานี

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ให้เหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ว่าสามารถซื้อขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ร้อยละ 34.5) ประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปที่กลุ่มตัวอย่างซื้อบ่อยที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงร่างกาย (ร้อยละ 26.0) มีความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน (ร้อยละ 61.8) ค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ อยู่ระหว่าง 501 - 1,000 บาท (ร้อยละ 38.0) ส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์คือ เพื่อน/ คนรู้จัก (ร้อยละ 32.5) แหล่งข่าวสารเพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อสมุนไพรแปรรูปคือ เครือข่ายสังคมออนไลน์ (ร้อยละ 38.5) เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้เป็นช่องทางในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปคือ Facebook (ร้อยละ 55.3) และช่องทางในการชำระเงินค่าสินค้าที่กลุ่มตัวอย่างซื้อผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์คือ การชำระเงินปลายทาง (ร้อยละ 48.0)

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูป โดยภาพรวม

กลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมซื้อขายผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูป	\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
ด้านความต้องการของผู้บริโภค	4.16	0.35	มาก	3
ด้านต้นทุนของผู้บริโภค	3.75	0.43	มาก	4
ด้านความสะดวก	4.24	0.40	มากที่สุด	2
ด้านการสื่อสาร	4.48	0.37	มากที่สุด	1
รวม	4.16	0.26	มาก	

จากตารางที่ 1 พบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมซื้อขายผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูป โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.26 คือ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณา อันดับความสำคัญของกลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมซื้อขายผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูป พบว่า ด้านการสื่อสารมีความสำคัญเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.37 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาอันดับที่ 2 คือ ด้านความสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.40 อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับที่ 3 คือ ด้านความต้องการของผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.35 อยู่ในระดับมาก อันดับสุดท้ายคือ ด้านต้นทุนของผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.43 อยู่ในระดับมาก

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่กับพฤติกรรมซื้อขายผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคเจเนอเรชันวายในเขตจังหวัดปทุมธานี

ตารางที่ 2 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดปทุมธานี

กลยุทธ์ทาง	เหตุผลที่เลือกซื้อ	ประเภท	ความถี่ในการซื้อ	ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง	บุคคลที่มีอิทธิพล	แหล่งข้อมูล	เครือข่ายสังคม	ช่องทางในการ
การตลาด	ผลิตภัณฑ์	ผลิตภัณฑ์	ผลิตภัณฑ์	ที่ทานซื้อ	ต่อการซื้อ	ข่าวสารเพื่อใช้	ออนไลน์ที่ใช้	ชำระเงินค่า
สมัยใหม่	สมุนไพรแปรรูป	สมุนไพรแปรรูป	สมุนไพรแปรรูป	ผลิตภัณฑ์	ผลิตภัณฑ์สมุนไพร	ในการตัดสินใจ	เป็นช่องทางใน	สินค้าที่ซื้อผ่าน
	ผ่านเครือข่าย	รูป	ผ่านเครือข่าย	สมุนไพรแปรรูป	แปรรูปผ่าน	ซื้อสมุนไพร	การซื้อผลิตภัณฑ์	เครือข่ายสังคม
	สังคมออนไลน์		สังคมออนไลน์	ผ่านเครือข่าย	เครือข่ายสังคม	แปรรูป	สมุนไพรแปรรูป	ออนไลน์
				สังคมออนไลน์	ออนไลน์			
ระดับความ								
คิดเห็นกลยุทธ์	$\chi^2 = 9.298$	$\chi^2 = 5.219$	$\chi^2 = 7.138$	$\chi^2 = 16.249$	$\chi^2 = 11.253$	$\chi^2 = 6.213$	$\chi^2 = 5.253$	$\chi^2 = 16.125$
ทางการตลาด	df=8	df=10	df=6	df=8	df=10	df=12	df=10	df=8
สมัยใหม่โดยรวม	p=.318	p=.876	p=.308	p=.039	p=.338	p=.905	p=.874	p=.041
ด้านความ								
ต้องการของ	$\chi^2 = 3.079$	$\chi^2 = 6.367$	$\chi^2 = 3.504$	$\chi^2 = 7.329$	$\chi^2 = 8.862$	$\chi^2 = 3.424$	$\chi^2 = 7.560$	$\chi^2 = 7.029$
ผู้บริโภค	df=8	df=10	df=6	df=8	df=10	df=12	df=10	df=8
	p=.929	p=.784	p=.743	p=.502	p=.545	p=.992	p=.672	p=.533
ด้านต้นทุนของ								
ผู้บริโภค	$\chi^2 = 40.832$	$\chi^2 = 22.320$	$\chi^2 = 14.892$	$\chi^2 = 42.359$	$\chi^2 = 11.966$	$\chi^2 = 15.355$	$\chi^2 = 5.181$	$\chi^2 = 15.617$
	df=12	df=15	df=9	df=12	df=15	df=18	df=15	df=12
	p=.000	p=.100	p=.094	p=.000	p=.682	p=.637	p=.990	p=.209
ด้านความสะดวก								
	$\chi^2 = 8.523$	$\chi^2 = 4.269$	$\chi^2 = 10.335$	$\chi^2 = 7.294$	$\chi^2 = 7.276$	$\chi^2 = 12.554$	$\chi^2 = 9.812$	$\chi^2 = 11.579$
	df=8	df=10	df=6	df=8	df=10	df=12	df=10	df=8
	p=.384	p=.934	p=.111	p=.505	p=.699	p=.402	p=.457	p=.171
ด้านการสื่อสาร								
	$\chi^2 = 14.069$	$\chi^2 = 3.650$	$\chi^2 = 7.767$	$\chi^2 = 26.120$	$\chi^2 = 4.713$	$\chi^2 = 13.060$	$\chi^2 = 4.584$	$\chi^2 = 14.732$
	df=8	df=10	df=6	df=8	df=10	df=12	df=10	df=8
	p=.080	p=.962	p=.256	p=.001	p=.910	p=.365	p=.917	p=.065

p-value > .05 (non-significant), p-value < .05 (significant)

จากตารางที่ 2 ตามสมมติฐานการวิจัย กลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กัน ผลการวิเคราะห์ พบว่า ระดับความคิดเห็นกลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดปทุมธานีโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาระดับความคิดเห็นกลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ ด้านความต้องการของผู้บริโภค ด้านต้นทุนของผู้บริโภค ด้านความสะดวก และด้านการสื่อสารกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เกือบทุกข้อ พบว่า ค่า p-value > 0.05 นั้นแสดงว่า กลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ทุกด้านกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ เหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูป ประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปที่ซื้อ ความถี่ในการซื้อ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ แหล่งข้อมูลข่าวสารเพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อ เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้เป็นช่องทางในการซื้อ และช่องทางในการชำระเงินค่าสินค้าที่ซื้อ ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้น คู่ที่ 1 ด้านต้นทุนของผู้บริโภคกับเหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูป (p=.000) คู่ที่ 2 ด้านต้นทุนของผู้บริโภคกับค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อ (p=.000) และคู่ที่ 3 ด้านการสื่อสารกับค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อ (p=.001) พบว่า ค่า

p-value < 0.05 นั้นแสดงว่า กลยุทธ์ทางการตลาดกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ คู่ที่ 1 คู่ที่ 2 และคู่ที่ 3 มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แยกประเด็นในการสรุปและอภิปรายผลตามการค้นพบ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพราะสามารถซื้อขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงร่างกายบ่อยที่สุด มีความถี่ในการซื้อ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน และมีค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ซื้อ อยู่ระหว่าง 501 - 1,000 บาท โดยเพื่อน/คนรู้จักคือ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผ่านช่องทาง Facebook มากที่สุด และใช้การชำระเงินปลายทางเป็นการชำระค่าสินค้า ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นเรื่องที่ง่าย มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย สามารถซื้อได้ตลอดเวลาและบ่อยครั้งตามต้องการ และมีช่องทางในการชำระเงินที่หลากหลายและตรงกับความต้องการของผู้บริโภค สอดคล้องกับงานวิจัยของ แวตตา ประพัทธ์สร (2561, น. 38) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อและใช้เครื่องสำอางของวัยรุ่นผ่านสื่อออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าเพราะสะดวกและสามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีความถี่ในการซื้อ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กันต์ชนก เศีย (2560, น. 66) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของบรรจุภัณฑ์สินค้ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสมุนไพรเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ในตำบลศรีภูมิ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ค่าใช้จ่ายในการซื้อสมุนไพรเพื่อสุขภาพต่อครั้งอยู่ที่ 301 - 400 บาท มีเพื่อน/คนรู้จักเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ และส่วนใหญ่ใช้ Facebook เป็นช่องทางในการซื้อ โดยเลือกการชำระเงินปลายทางเป็นช่องทางในการชำระเงินค่าสินค้า และรับข้อมูลข่าวสารของผลิตภัณฑ์สมุนไพรจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด

2. ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคเจนเนอเรชันวายในเขตจังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวม พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.26 คือ อยู่ในระดับมาก โดยด้านการสื่อสารมีความสำคัญเป็นอันดับแรก และเมื่อพิจารณารายด้าน ด้านความต้องการของผู้บริโภค พบว่า สินค้ามีความปลอดภัยในการอุปโภคบริโภค มีให้เลือกหลากหลายรูปแบบ มีการพัฒนารูปแบบใหม่ ๆ และมีความทันสมัย และด้านต้นทุนของผู้บริโภค พบว่า สินค้ามีส่วนลด หรือของแถมให้ เมื่อสั่งซื้อในปริมาณมาก มีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่จ่ายไป และราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ กุสิสราคล่องกระปี (2564, น. 98) ได้ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาด 4C's ที่มีผลต่อพฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม E-ordering ของกลุ่มร้านค้าปลีก กรณีศึกษา บริษัท ฟิลลิป มอร์ริส เทรดดิ้ง (ไทยแลนด์) พบว่า ลูกค้าต้องการความหลากหลายในการเลือกซื้อสินค้าและสั่งสินค้าร้านเดียวได้ โดยไม่ต้องแยกสั่งซื้อสินค้าหลาย ๆ ร้าน และจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ ส่วนราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเป็นอย่างมาก ดังนั้น ร้านค้า ควรมีการจัดโปรโมชั่น ลดราคา หรือลด แลก แจกแถม เป็นการกระตุ้นให้เกิดการซื้อและตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าได้รวดเร็วยิ่งขึ้น ส่วนด้านความสะดวก พบว่า มีช่องทางในการชำระเงินที่หลากหลาย ขั้นตอนในการติดต่อสั่งซื้อง่าย และสามารถตรวจสอบสถานะของการจัดส่งสินค้าได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภาสิณี หมั่นงาน (2564, น. 111)

ได้ศึกษาเรื่อง พบว่า อินเทอร์เน็ตเป็นตัวกลางในการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคในการสั่งซื้อสินค้า การชำระเงิน รวมถึงขนส่งที่มีการจัดส่งอย่างรวดเร็วทันใจ และในด้านการสื่อสาร พบว่า หลังจากทำการจัดส่งสินค้า มีการแจ้งเลขพัสดุให้ลูกค้าทราบสม่ำเสมอ รวมถึงมีการนำเสนอภาพถ่ายวีดิทัศน์สินค้าของลูกค้าและความคิดเห็นของลูกค้าที่เคยซื้อสินค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ นภัทร์นันท์ เสมอพิทักษ์ (2562, น. 116) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดสม่ำเสมอ เช่น การ Live สดขายสินค้า และมีการแจ้งข้อมูลข่าวสาร ประชาสัมพันธ์โปรโมชั่นต่าง ๆ ผ่านทาง E-mail หรือการส่งข้อความ

3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดปทุมธานีมีความสัมพันธ์กัน ตามสมมติฐานการวิจัย พบว่า ระดับความคิดเห็นกลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดปทุมธานีโดยภาพรวม ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความต้องการของผู้บริโภค ด้านต้นทุนของผู้บริโภค ด้านความสะดวก และด้านการสื่อสารกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เกือบทุกข้อ พบว่า ค่า p-value > 0.05 นั้นแสดงว่า กลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ ด้านความต้องการของผู้บริโภค ด้านต้นทุนของผู้บริโภค ด้านความสะดวก และด้านการสื่อสารกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ เหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูป ประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูป ความถี่ในการซื้อ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ แหล่งข้อมูลข่าวสารเพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อ เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้เป็นช่องทางในการซื้อ และช่องทางในการชำระเงินค่าสินค้าที่ซื้อ ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ผู้บริโภคเจเนอเรชันวายในปัจจุบันให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้น จึงค้นหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปที่มีอยู่หลากหลาย และสามารถสนองความต้องการผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เข้าถึงได้ง่าย ทุกที่ ทุกเวลา และส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อได้ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชิณนุพงศ์ สุกก่า (2560, น. 73-74) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อออนไลน์ของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม พบว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์หรือด้านความต้องการของผู้บริโภค ปัจจัยด้านราคาหรือด้านต้นทุนของผู้บริโภค ปัจจัยทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายหรือด้านความสะดวก และปัจจัยการตลาดส่งเสริมการตลาดหรือด้านการสื่อสาร ไม่มีผลต่อประเภทของสินค้าที่ซื้อ และความถี่ในการซื้อสินค้า และช่องทางออนไลน์ที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อลิศศยานันท์ เจริญพูล (2561, น. 100-103) ที่ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านระบบโมบายคอมเมอร์ซ พบว่า ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าต่อครั้ง จำนวนครั้งที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าต่อเดือน และช่องทางในการชำระค่าสินค้านั้น ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้าน Customer Solution, ด้าน Customer Cost, ด้าน Convenience และด้าน Communication ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของ จันท์รุจิ มาตโอสถ (2560, น. 122) ได้ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคผ่านสื่อเว็บไซต์ LAZADA Thailand พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้าด้าน

การสื่อสาร ไม่มีอิทธิพลต่อช่องทางในการชำระเงินที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคผ่านสื่อเว็บไซต์ LAZADA Thailand อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ส่วนผลการทดสอบคู่ที่ 1 ด้านต้นทุนของผู้บริโภคกับเหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูป คู่ที่ 2 ด้านต้นทุนของผู้บริโภคกับค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง และคู่ที่ 3 ด้านการสื่อสารกับค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อ พบว่า ค่า $p\text{-value} < 0.05$ นั้นแสดงว่า กลยุทธ์ทางการตลาดกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ คู่ที่ 1 คู่ที่ 2 และคู่ที่ 3 มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริโภคเจเนอเรชันวายส่วนใหญ่มีเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้ในการซื้อที่หลากหลายประเภท จึงทำให้มีเหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูป และมีความเห็นเกี่ยวกับต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่จะได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน เช่น เหตุผลที่เลือกซื้อเพราะช่วยประหยัดเวลา หรือมีความสะดวกสบายแตกต่างกัน หรือมีค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์ รวมถึงช่องทางการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่สนองความต้องการผู้บริโภคจึงแตกต่างกันด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิคานาด รัศศิศิลป์ (2561, น. 59-60) ได้ศึกษาเรื่อง ลักษณะประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองผู้บริโภค (4Cs) ที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อบ้านมือสอง ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า สาเหตุในการซื้อบ้านมือสองที่แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านต้นทุน ผู้บริโภคแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะมาภรณ์ ช่วยชูหนู (2559, น. 42) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์ พบว่า ปัจจัยด้านราคาหรือด้านต้นทุนของผู้บริโภค และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดหรือด้านการสื่อสาร ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์ โดยมีการใช้จ่ายและการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าในการซื้อสินค้าออนไลน์ที่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคเจเนอเรชันวายในเขตจังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยขอเสนอแนะทางในการพัฒนาปรับปรุง ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูป พบว่า ผู้บริโภคเจเนอเรชันวายให้เหตุผลว่าสามารถซื้อได้ตลอดเวลา และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารบำรุงร่างกายบ่อยที่สุด ดังนั้นจึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ในการจัดหาผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับสุขภาพที่สามารถตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเจเนอเรชันวายได้ อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมให้ผลประกอบการเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น

2. ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคเจเนอเรชันวายในเขตจังหวัดปทุมธานีโดยภาพรวม พบว่าอยู่ในระดับมาก โดยด้านการสื่อสารมีความสำคัญเป็นอันดับแรก ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ ควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารและการเลือกใช้ช่องทางในการสื่อสารในการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปแก่ผู้บริโภคเจเนอเรชันวาย เพื่อใช้ประกอบการพิจารณาตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการได้ง่ายยิ่งขึ้น

3. ผลการวิจัย พบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ ด้านต้นทุนของผู้บริโภค และด้านการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการซื้อ และค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปต่อครั้งผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ ควรคำนึงถึงศักยภาพของร้านค้าออนไลน์ในการตอบสนองเหตุผลในการตัดสินใจซื้อที่หลากหลายของผู้บริโภคเจเนอเรชันวาย รวมถึงการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปที่ตอบสนองความสามารถในการจับจ่ายใช้สอยที่แตกต่างกันของผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปได้

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาโดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดอื่น ๆ ที่สามารถวิเคราะห์ศักยภาพของตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปที่ขายผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ กลยุทธ์การตลาด 7 P's กลยุทธ์การตลาดสีเขียว กลยุทธ์การตลาด 5A เป็นต้น เพื่อช่วยให้สินค้าและบริการเป็นที่น่าสนใจในสายตาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างแท้จริง และยังเป็นเครื่องมือสำหรับการแข่งขันกันในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์และตลาดคู่แข่งชั้นผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูป

2. การศึกษาถึงการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication: IMC) เพื่อใช้เป็นกลยุทธ์ในการสื่อสารการตลาดได้อย่างเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปที่ขายผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

3. การศึกษาปัญหาและอุปสรรคของกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ในประเทศไทย ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ในประเทศไทยทราบถึงจุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาสในการพัฒนาต่อยอด เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- กรุงเทพธุรกิจ. (2563). จับตา 4 เทรนด์ ‘สุขภาพ’ มาแรงปี 2020 เทรนด์ไหนใกล้ตัวคุณ? สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/895393>.
- กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร. (2565). รายงานสรุปประเภทกิจการวิสาหกิจชุมชน/เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน จำแนกตามพื้นที่. สืบค้นจาก https://smce.doae.go.th/smce1/report/select_report_smce.php?report_id=17.
- กันต์ชนก เชียง. (2560). ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของบรรจุภัณฑ์สินค้ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสมุนไพรเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ในตำบลศรีภูมิ จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- กุลิสรา คล่องกระปี่. (2564). ส่วนประสมการตลาด 4C's ที่มีผลต่อพฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม E-ordering ของกลุ่มร้านค้าปลีก กรณีศึกษา บริษัท ฟิลลิป มอร์ริส เทรดิง (ไทยแลนด์). (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง)

- จันทร์จุี มาศโอสถ. (2560). ส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคผ่านสื่อเว็บไซต์ LAZADA Thailand. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ)
- ชิษณุพงศ์ สุกก่า. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อออนไลน์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร)
- นภัสรนันท์ เสมอพิทักษ์. (2562). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ)
- นฤมล เสรีกิจ. (2564). ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกายที่มีส่วนผสมของสมุนไพรไทยของผู้บริโภคเจนเนอเรชันวาย จังหวัดชลบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา)
- นิตานาด รักศิลป์. (2561). ลักษณะประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองผู้บริโภค (4Cs) ที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อบ้านมือสอง ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์)
- ประภาสินี หมั่นงาน. (2564). กลยุทธ์ทางการตลาด 4C's ที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนของคนเจนเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ)
- ปิยะมาภรณ์ ช่วยชูหนู. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)
- ปิยะชาติ อิศรภักดี. (2559). Branding 4.0. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- วาโร เพ็งสวัสดิ์. (2551). วิธีวิทยาการวิจัย. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาสน.
- วุฒิ สุขเจริญ. (2559). พฤติกรรมผู้บริโภค. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : จี.พี.ไซเบอร์พริ้นท์.
- แววตา ประพัทธ์ศร. (2561). การศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อและใช้เครื่องสำอางของวัยรุ่นผ่านสื่อออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร. (รายงานวิจัยกองส่งเสริมงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, กระทรวงสาธารณสุข)
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2555). สถิติประยุกต์สำหรับการวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุภเกียรติ คำบุทอง. (2560). พฤติกรรมการเลือกซื้อและปัจจัยทางการตลาดต่อการใช้สมุนไพรไทยแปรรูปเพื่อบำรุงข้อและกระดูก. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)
- ศุภชัยวิชัยกสิกรไทย. (2563). กระแสรักสุขภาพจากโควิดสร้างโอกาสธุรกิจ SME. สืบค้นจาก <https://www.kasikornbank.com/SiteCollectionDocuments/business/sme/knowledge/>
- สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์. (2564). พาณิชย์เผย โควิดดันยอดซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มขึ้น 0.45 เท่า. สืบค้นจาก https://www.price.moc.go.th/price/fileuploader/file_admin_sum/news_survey-042564.pdf.

- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). จำนวนประชากรจากการทะเบียน จำแนกตามกลุ่มอายุ ภาคและจังหวัด พ.ศ. 2555 – 2564. สืบค้นจาก http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx.article/KSMEAnalysis/Healthtrend_SME/Healthtrend_SME.pdf.
- อติศศยานันท์ เจริญกุล. (2561). กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านระบบโมบายคอมพิวเตอร์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต)
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2012). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective*. (9th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Ducan, T. R. (2002). *IMC using advertising and promotion to build brand*. London: McGrawHill.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Upper Saddle River. New Jersey: Prentice Hall.
- Lauterborn, R. F. (1990). *New Marketing Litany; Four P's passe; C-words take over*. New York: Crain Communications.
- Yamane, T. (1967). *Statistics, An Introductory Analysis* (2nd Ed.). New York: Harper and Row.

A STUDY ON GEN Y CONSUMERS' ONLINE PURCHASE INTENTION OF ORGANIC FOOD IN HO CHI MINH, VIETNAM

Prasit Wacharachaisophonsiri

PhD Candidate, Doctor of Philosophy in Technology Education and Management, Graduate School of Business and Advanced Technology Management, Assumption University of Thailand

E-mail address: prasitwachara@gmail.com

Received 26 September 2022

Revised 26 October 2022

Accepted 2 January 2023

Abstract

This research aims to examine factors influencing Gen Y consumers' online purchase intention of organic food in Ho Chi Minh, Vietnam. The conceptual framework contains key variables including reasons against organic food purchase, health consciousness, reasons for organic food purchase, attitudes, social influence, perceived risk, and online purchase intention. This study applied quantitative approach to distribute the questionnaire to 500 respondents. The sampling techniques are judgmental sampling, convenience sampling and snowball sampling. Confirmatory factor analysis (CFA) and structural equation modeling (SEM) were applied to analyze the data. The findings were that attitudes are significantly influenced by reasons against and reasons for organic food purchase, and health consciousness but not by social influence. Furthermore, Online purchase intention is significantly influenced by reasons against and reasons for organic food purchase, and attitudes but not by perceived risk. The study sheds light on the Vietnamese consumers' attitudes toward online shopping which can be useful for academic practitioners, online food retailers and marketers.

Keywords: Organic Food, Gen Y, Online Purchase Intention, Attitudes, Perceived Risk

Introduction

In 1970s, organic certification began to develop (Compagnoni, 2009). The organic food certification process is a standards-based process in which organic growers are assessed for compliance with specific standards, for example including their land use, growing techniques and processes, and avoidance of many (though not all) commercially produced chemicals and products. Organic food sales in Asia comprised about 10% of the world's total organics market in 2019 (Wunsch, 2021). Vietnam's organic food market is small but growing, with an estimated market size of US\$130 million in 2019 (Nguyen, 2021). Generation Y as persons who were born between 1981 and 1996 are the large group of online shoppers in Vietnam (Smith, 2021).

The problem of this research is that it is unclear how Vietnamese consumers choose to buy organic foods online, and what factors influence that choice. However, various research focused predominantly on psychological factors related to the use of online shopping channels, rather than organic food consumption per se (Vo & Laukkanen, 2021). This research focuses less on the usability of the technology, and more on the factors that may influence consumers toward – or against – buying organic food online.

Significance of the Study

In Vietnam, both organic food and online shopping are recent and growing consumer trends have received little academic attention compared to the rest of the world. Consumer adoption of both organic food and online shopping are relatively new trends in Vietnam and there has not been much research into how Vietnamese online shoppers respond when faced with a credence good such as organic food. Therefore, this study is potentially useful in the managerial and business importance. The findings will offer practical guidance and insight to organic food retailers in Vietnam, giving them information about how they can effectively market their products to consumers.

Objectives of the Study

This research aims to examine the causal relationships of reasons against organic food purchase, health consciousness, social influence, and reasons for organic food purchase on attitudes that the research is to examine the causal relationships of reasons against organic, attitudes, reasons for organic food purchase, perceived risk effect on online purchase intention for Gen Y consumers in Ho Chi Minh, Vietnam.

Literature Review

1. Reasons Against Organic Food Purchase

Reasons against are subjective factors that are negative; these are often described as disadvantages or “cons” (Westaby, 2005). This research conveys in the context of organic food

purchase that reasons against organic food consumption imply usage barriers, which occur when a new product forces consumers to change their current usage purchases. It can be extended that existing habits and the risk barrier arise due to consumers' perceptions of underlying threats or dangers from adopting a new product or innovation (Tandon et al., 2020). Tandon et al. (2020) found a significant influence of reasons against organic food consumption on attitudes and purchase intention. Consequently, the following hypotheses are proposed:

H1: Reasons against organic food purchase have a significant influence on attitudes toward organic food.

H2: Reasons against organic food purchase have a significant influence on online organic food purchase intention.

2. Reasons for Organic Food Purchase

The basic definition of reasons for a given behaviour is that they are the reasons that support the adoption of the behaviour, sometimes called advantages or “pros” (Westaby, 2005). Tandon et al. (2020) included context-specific reasons for buying organic food by adding common attitudes (animal welfare concern and environmental concern). In the case of general green consumption, the effect of reasons for green consumption on attitudes was positive and significant (Wang et al., 2021). Similar to the findings of Talwar et al. (2021), the effect of reasons for organic food purchase was a significant influence on purchase intentions. Reasons for organic food consumption are the dominant influence on attitude towards organic food and affects consumer's purchase intention (Tandon et al., 2021). Based on the above assumptions, the following hypotheses are developed:

H3: Reasons for organic food purchase have a significant influence on attitudes toward organic food.

H4: Reasons for organic food purchase have a significant influence on online organic food purchase intention.

3. Health Consciousness

Health consciousness is a widely acknowledged belief or value that can influence consumer views and tendencies toward organic food consumption and other food choice decisions (Van Huy et al., 2019). Health consciousness disposes consumers to engage in behaviors that improve or maintain their health (Shin & Mattila, 2019). Despite the findings of Tandon et al. (2020), health consciousness has a positive effect on attitude toward organic food consumption, rather than having a negative effect. Broadly speaking, all other studies found that health consciousness had a positive effect on the attitude toward organic food. Therefore, Hypothesis 5 is stated:

H5: Health consciousness has a significant influence on attitudes toward organic food.

4. Attitudes

In a consumer perspective, the definition of attitude can be refined to “consumers

favorable or unfavorable predilection toward a particular behavior” (Tandon et al., 2020). Several studies on organic, functional and other green foods tested a relationship between attitudes toward the behavior and the behavioral intention (including purchase intention for organic or other foods). A few studies have also investigated the relationship in the context of online purchase intentions without focusing on organic food purchase or other green behavior (Bhatti et al., 2018; Hsu & Le, 2020). Thus, it is anticipated that attitudes and behavioral intentions will have a positive relationship – therefore, consumers with positive attitudes toward consumption of organics are expected to be more likely to form purchase intentions for them. This relationship is formalized in Hypothesis 6:

H6: Attitudes toward organic food have a significant influence on online organic food purchase intention.

5. Social Influence

Social influence is the result of what individuals view as the opinions of others and their actual actions, which influence their decision processes (Hansmann et al., 2020). Ketabi et al. (2014) framed the social influence considering friends which has a significant effect on attitude toward organic food. Such social influences may have an effect on individual decisions because they establish behavioral and injunctive norms for the group, although whether individuals follow those norms is highly dependent on context and situation (Hansmann et al., 2020). Consequently, a hypothesis is set:

H7: Social influence has a significant influence on attitudes toward organic food.

6. Perceived Risk

Perceived risk is a construct of perceived situation with two major components; the probability of a loss and the subjective feeling of unfavorable consequences (Li & Huang, 2009). Theoretically, perceived risk can be expected to have a negative effect on the purchase intention (Mitchell, 1999). However, perceived risk is multidimensional in this research, encapsulating both the risk of organic food and the risk of online shopping. In addition, the relationship between perceived risk and online organic food purchase intention was recognized (Wei et al., 2018). Therefore, the final hypothesis of the research is indicated:

H8: Perceived risk has a significant influence on online organic food purchase intention.

7. Purchase Intention

The purchase intention is a form of behavioral intention, which can be defined as an indication of how much effort they are planning to exert in order to perform a behavior (Ajzen, 1991). Consumers’ subjective probability of associating themselves with an action, specifically an action such as purchasing organic food (Tandon et al., 2020). The purchase intention is a special case of the behavioral intention, where the intention formation relates specifically to one context of consumption behavior – selecting products or services that the individual intends to purchase (Chang & Wildt, 1994).

Research Framework

As of Figure 1, the conceptual framework incorporates components from the three previous studies (Wei et al., 2018; Tandon et al., 2021; Ketabi et al., 2014). Dependent variables are reasons against organic food purchase, health consciousness, reasons for organic food consumption, attitudes and social influence. Independent variables are perceived risk and online purchase intention.

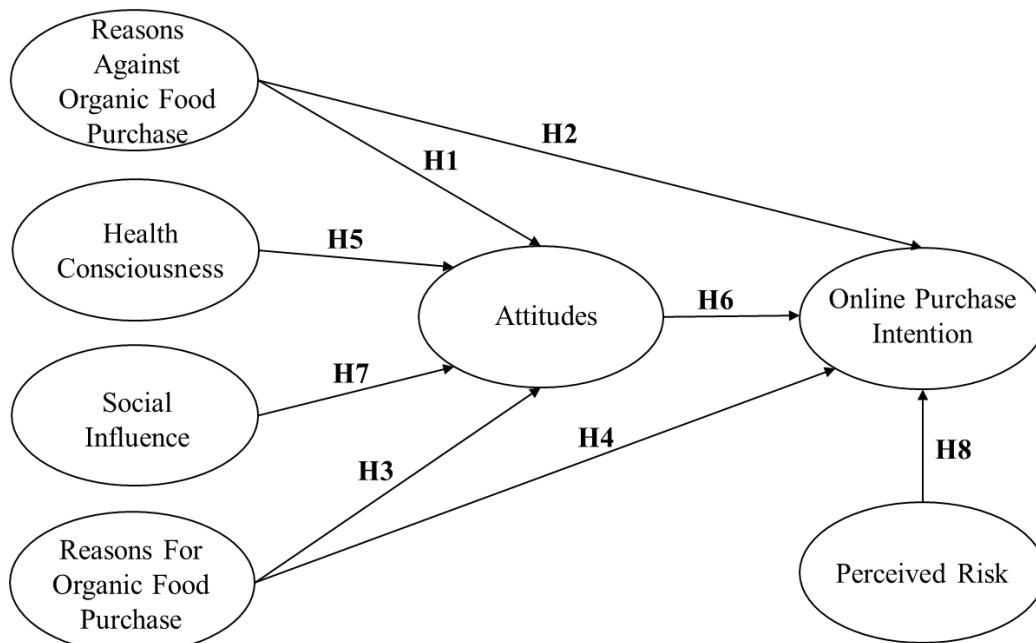


Figure 1 Conceptual Framework

Research Methodology

Before the data collection, item-objective congruence (IOC) index by three experts and Cronbach's alpha reliability test with the pilot group of 50 respondents were approved. After the data collection to test KMO more than 75 for confirmatory factor analysis (CFA) and structural equation modeling (SEM) were applied to analyze the data. The questionnaire is composed with three parts which are screening question (3), measuring items of five-point Likert scale (29), and demographic profile (4).

1. Population and Sample Size

The target population of the research is Gen Y residents of Ho Chi Minh City, Vietnam, who were born between 1981 and 1996. According to (Soper, 2020), this calculator indicated that given the model structure and the anticipated effect size of 0.2, the recommended minimum sample size was 425 members. The online questionnaire was distributed to approximately 1,000 respondents. Consequently, 500 responses were received and passed the data screening.

2. Sampling Technique

This study applied are judgmental sampling, convenience sampling and snowball

sampling. For judgmental sampling, Gen Y residents of Ho Chi Minh City, Vietnam, who were born between 1981 and 1996 were selected. The convenience sampling was employed to distribute online survey to 500 Gen Y consumers during April to July 2022. Snowball sampling method was to encourage respondents to share survey link to their friends and family.

Results and Discussion

1. Demographic Information

The data were derived from 500 Gen Y residents of Ho Chi Minh City, Vietnam, who were born between 1981 and 1996. The demographic results are demonstrated as shown in Table 1.

Table 1 Demographic Results

Demographic and General Data (n=500)		Frequency	Percentage
Gender	Male	278	55.6%
	Female	222	44.4%
Occupation	Students	12	2.4%
	Self-employed	104	20.8%
	Housework	53	10.6%
	Retired	44	8.8%
	Government agency	115	23.0%
	Employees	152	30.4%
	Others	20	4.0%
Frequency of online shopping	Everyday	75	15.0%
	1-2 times a week	248	49.6%
	Once a month	146	29.2%
	Once in 3 months or less	31	6.2%
How do you find out about organic food?	TV	81	16.2%
	Books/ Magazine	42	8.4%
	Friends/ Family	115	23.0%
	Online	223	44.6%
	Others	39	7.8%

Source: Created by the author.

The Gen Y consumers sampling for Male and Female are not difference that their occupation to employees 30.4% to have frequency of online shopping 1-2 times a week 49.6% and find out about organic food to Online 44.6% and friends or family 23.0%.

2. Confirmatory Factor Analysis (CFA)

The measurement model was tested using confirmatory factor analysis (CFA). This included tests of convergent validity using composite reliability (CR) of ≥ 0.7 , average variance extracted (AVE) of ≥ 0.5 , and factor loading of all loading items were greater than 0.50 (Fornell & Larcker 1981). Furthermore, internal consistency reliability was measured using Cronbach's alpha (CA) at a score ≥ 0.7 (Nunnally & Bernstein, 1994).

Table 2 Confirmatory Factor Analysis Result, Composite Reliability (CR) and Average Variance Extracted (AVE)

Variables	Source of Questionnaire (Measurement Indicator)	No. of Item	CA ≥ 0.7	Factors Loading ≥ 0.5	CR ≥ 0.7	AVE ≥ 0.5
Reasons Against (RA)	Tandon et al. (2020)	5	0.850	0.783-1.023	0.782	0.695
Health Consciousness (HC)	Tandon et al. (2020)	4	0.869	0.495-0.709	0.715	0.613
Reasons For (RF)	Tandon et al. (2020)	6	0.814	0.591-0.675	0.733	0.624
Attitude (ATT)	Nguyen et al. (2019)	4	0.847	0.538-0.604	0.762	0.625
Social Influence (SI)	Nguyen et al. (2019)	3	0.878	0.470-0.547	0.713	0.578
Online Perceived Risk (PR)	Wei et al. (2018)	3	0.886	0.542-0.607	0.720	0.635
Purchase Intention (PI)	Wei et al. (2018)	4	0.863	0.721-0.807	0.801	0.655

Source: Created by the author

In Table 2, indicated that the discriminant validity was evaluated by computing the square root of each AVE (Fornell and Larcker, 1981). The result of this study showed the value of discriminant validity is larger than all inter-construct/factor correlations, hence, the discriminant validity is supportive. Besides, multicollinearity's problem can be ensured through correlation coefficient. The factor correlations in Table 3 did not surpass 0.80. Accordingly, the problem of multicollinearity is not issued (Studenmund, 1992)

Table 3 Discriminant Validity

	RA	HC	RF	ATT	FRI	PR	PI
RA	0.845						
HC	0.725	0.760					
RF	0.751	0.701	0.780				
ATT	0.770	0.677	0.743	0.750			
FRI	0.743	0.695	0.760	0.625	0.790		
PR	0.752	0.682	0.750	0.660	0.720	0.781	
PI	0.745	0.729	0.740	0.656	0.640	0.756	0.792

Note: The diagonally listed value is the AVE square roots of the variables

Source: Created by the author.

3. Structural Equation Model (SEM)

In both measurement model and structural model, the goodness of fit for the was measured by CMIN/DF, GFI, AGFI, NFI, CFI, TLI, and RMSEA. The model showed acceptable fit with no adjustment required. Consequently, convergence validity and discriminant validity were also verified in the measurement model as shown in Table 4

Table 4 Goodness of Fit for Measurement and Structural Model

Index	Acceptable Values	Statistical Values	Statistical Values
		Of Measurement Model	Of Structural Model
CMIN/DF	≤ 5.0 (Wheaton et al., 1977)	3.505	3.70
GFI	≥ 0.85 (Kline, 2011)	0.905	0.901
AGFI	≥ 0.85 (Kline, 2011)	0.915	0.902
NFI	≥ 0.85 (Kline, 2011)	0.920	0.921
CFI	≥ 0.85 (Kline, 2011)	0.920	0.905
TLI	≥ 0.85 (Kline, 2011)	0.922	0.920
RMSEA	≥ 0.08 (Pedroso et al., 2016)	0.059	0.051
Model Summary		Acceptable Model Fit	Acceptable Model Fit

Source: Constructed by the author

4. Hypothesis Testing Result

In Table 5, the hypotheses were accepted based on the direction of the relationship and the significance of the relationship at the accepted value of $p < 0.01$ (Hair et al., 2016).

Table 5 Hypothesis Result of the Structural Equation Model

Hypothesis	(β)	p-value (t)	Result
H1: RA→ATT	0.156	<.001	Supported
H2: RA→PI	0.315	<.001	Supported
H3: RF→ATT	0.182	<.001	Supported
H4: RF→PI	0.278	<.001	Supported
H5: HC→ATT	0.201	<.001	Supported
H6: ATT→PI	0.196	<.001	Supported
H7: SI→ATT	0.081	.06	Not supported
H8: PR→PI	-0.095	.08	Not supported

The hypotheses testing results from Table 5 can be detailed below:

H1 confirms that reasons against organic food purchase have a significant influence on attitudes toward organic food with the standardized coefficient value of 0.156.

H2 approves the significant relationship between reasons against organic food purchase and online organic food purchase intention, accounting for the standardized coefficient value of 0.315.

H3 found that reasons for organic food purchase have a significant influence on attitudes toward organic food, accounting for the standardized coefficient value of 0.182.

For **H4**, reasons for organic food purchase significantly influence online organic food purchase intention in this study with the standardized coefficient value of 0.278.

H5 approves the significant relationship between health consciousness and attitudes toward organic food as the standardized coefficient value of 0.201.

H6 supports that attitudes toward organic food have a significant influence on online organic food purchase intention with the standardized coefficient value of 0.196.

H7 fails to approve that social influence has a significant influence on attitudes toward organic food with a standardized coefficient value of 0.081.

In **H8**, perceived risk has no significant influence on online organic food purchase intention as the results found no support with the standardized coefficient value of -0.095.

Conclusions, Recommendations, Limitations and Future Research

1. Conclusions

The findings were that attitudes are significantly influenced by reasons against organic food consumption, reasons for organic food consumption and health consciousness but not by social influence. Furthermore, Online purchase intention is significantly influenced by reasons against organic food consumption, reasons for organic food consumption and attitudes but not by perceived risk. The results were aligned with previous studies that the reasons

against and the reasons for organic food consumption led to either favourable or unfavourable attitudes and purchase intention. (Westaby, 2005). As health consciousness relates to health improvement, it predicts a positive attitude toward organic food products (Shin & Mattila, 2019).

On the other hand, social influence (especially through friends) has no significant influence on attitude toward organic food. Testa et al. (2019) did not show that subjective norms had a significant effect on attitudes toward organic food purchases. Furthermore, perceived risk has no significant influence on online organic food purchase intention which contradicts previous research (Li & Huang, 2009; Mitchell, 1999; Wei et al., 2018). However, the study of Ismail and Mohd Mokhtar (2016) supported this insignificant relationship between perceived risk on purchase intentions.

2. Discussions

The attitudes are influenced from reasons against organic food purchases, health consciousness, and reasons for organic food purchases that there are not reflect social influence for Gen Y consumers in Ho Chi Minh, Vietnam. (RA→ATT, RF→ATT, HC→ATT, and SI → ATT).

Online purchase is influenced from reasons against organic, attitudes, and reasons for organic food purchase, that there are not reflect perceived risk for Gen Y consumers in Ho Chi Minh, Vietnam. (RA→PI, RF→PI, ATT→PI, and PR→PI).

3.. Recommendations

Based on the results of this study, the first recommendation is to emphasize reasons for organic food consumption and health consciousness to enhance favourable attitudes toward organic food consumption. These motivational factors can be communicated through public relations and marketing communication to endorse the benefits of organic food which tends to arouse consumers' online purchase intention. Secondly, though reasons against organic food consumption significantly impact attitudes and purchase intention, it is a negative factor as people resist acting. This could be assumed by the limited choices of organic food or it is considered a high price which can be solved by promotion and advertising campaigns.

Even though social influence has no significant impact on attitude, marketers can extend from groups of friends to influencers and celebrities to deploy attitudinal tests among Gen Y consumers. Also, perceived risk is expected to have a negative effect on the purchase intention but it is insignificant. It can be because there are low risks for organic food products in terms of health risks and only small transactions should be made for online shopping of such products.

4. Limitations and Future Research

This study was limited to several factors due to the need to ensure the research was methodologically manageable and to avoid requiring too much time from participants. Accordingly, a qualitative study should be further conducted to compare the results. Another

limitation is that as the questionnaire was distributed only in Vietnamese, it is likely that some residents of Ho Chi Minh City may be excluded due to inadequate language knowledge. Finally, the study is cross-sectional which means that the findings may be outdated quickly as it has been conducted during the COVID-19 pandemic.

References

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. Retrieved from [https://doi.org/10.1016/07495978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/07495978(91)90020-T)
- Bhatti, A., Saad, S., & Gbadebo, S. M. (2018). Convenience risk, product risk, and perceived risk influence on online shopping: Moderating effect of attitude. *International Journal of Business Management*, 3(2), 1-11.
- Chang, T. Z., & Wildt, A. R. (1994). Price, product information, and purchase intention: An empirical study. *Journal of the Academy of Marketing Science: Official Publication of the Academy of Marketing Science*, 22(1), 16-27. Retrieved from <https://doi.org/10.1177/0092070394221002>
- Compagnoni, A. (2009). *Organic food labels: History and latest trends*. In J. Albert (Ed.), *Innovations in Food Labelling*. Retrieved from <https://doi.org/10.1533/9781845697594.75>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. Retrieved from <https://doi.org/10.2307/3151312>
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2016). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. (2nd ed). CA: Sage Publications.
- Hansmann, R., Baur, I., & Binder, C. R. (2020). Increasing organic food consumption: An integrating model of drivers and barriers. *Journal of Cleaner Production*, 275(10), 1-62. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123058>
- Hsu, Y., & Le, H. (2020). Factors Influencing on Consumers' Online Shopping Behaviors in Vietnam and Taiwan. *International Journal of Business and Social Science*, 11(10), 154- 165. Retrieved from <https://doi.org/10.30845/ijbss.v11n10p16>
- Ismail, S., & Mohd Mokhtar, S. S. (2016). Linking attitude to actual purchase of herbal product in Malaysia: The moderating role of perceived risk. *Journal of Asian Business Strategy*, 6(2), 22-30.
- Ketabi, S. N., Ranjbarian, B., & Ansari, A. (2014). Analysis of the Effective Factors on Online Purchase Intention through Theory of Planned Behavior. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 4(4), 374-382. Retrieved from <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v4-i4/808>

- Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modelling* (3rd ed.) New York: The Guilford Press.
- Li, Y. H., & Huang, J. W. (2009). Applying Theory of Perceived Risk and Technology Acceptance Model in the Online Shopping Channel. *World Academy of Science, Engineering and Technology*, 53(5), 919-925.
- Mitchell, V. (1999). Consumer perceived risk: conceptualizations and models. *European Journal of Marketing*, 33(1/2), 163-195. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/03090569910249229>
- Nguyen, M. N. (2021). E-commerce in Vietnam - statistics & facts. *Statista*. Retrieved from <https://www.statista.com/topics/5321/e-commerce-in-vietnam/>
- Nguyen, H. V., Nguyen, N., Nguyen, B. K., Lobo, A., & Vu, P. A. (2019). Organic food purchases in an emerging market: The influence of consumers' personal factors and green marketing practices of food stores. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(6), 1-17. Retrieved from <https://doi.org/10.3390/ijerph16061037>
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). The Assessment of Reliability. *Psychometric Theory*, 3, 248-292.
- Pedroso, R., Zanetello, L., Guimaraes, L., Pettenon, M., Goncalves, V., Scherer, J., Kessler, F., & Pechansky, F. (2016). Confirmatory factor analysis (CFA) of the crack use relapse scale (CURS). *Archives of Clinical Psychiatry*, 43(3), 37-40.
- Shin, J., & Mattila, A. S. (2019). When organic food choices shape subsequent food choices: The interplay of gender and health consciousness. *International Journal of Hospitality Management*, 76(3), 94-101. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.04.008>
- Smith, R. (2021). *Generation X: history and characteristics*. Retrieved from <https://www.familysearch.org/en/blog/generation-x-characteristics-history>
- Soper, D. S. (2022). A-priori Sample Size Calculator for Structural Equation Models. Retrieved from www.danielsoper.com/statcalc/default.aspx
- Studenmund, A. H. (1992). *Using Econometrics: A Practical Guide*. Harper Collins.
- Talwar, S., Kaur, P., Yadav, R., Sharma, R., & Dhir, A. (2021). Food waste and out-of-homedining: antecedents and consequents of the decision to take away leftovers after dining at restaurants. *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1), 1-26. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1953512>
- Tandon, A., Dhir, A., Kaur, P., Kushwah, S., & Salo, J. (2020). Behavioral reasoning perspectives on organic food purchase. *Appetite*, 154(6), 104786. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.appet.2020.104786>
- Tandon, A., Jabeen, F., Talwar, S., Sakashita, M., & Dhir, A. (2021). Facilitators and inhibitors of organic food buying behavior. *Food Quality and Preference*, 88(8), 104077.

- Testa, F., Sarti, S., & Frey, M. (2019). Are green consumers really green? Exploring the factors behind the actual consumption of organic food products. *Business Strategy and the Environment*, 28(2), 327-338. Retrieved from <https://doi.org/10.1002/bse.2234>
- Van Huy, L., Chi, M. T. T., Lobo, A., Nguyen, N., & Long, P. H. (2019). Effective segmentation of organic food consumers in Vietnam using food-related lifestyles. *Sustainability (Switzerland)*, 11(5), 1-16. Retrieved from <https://doi.org/10.3390/su11051237>
- Vo, K. C., & Laukkanen, T. (2021). Psychological factors predicting organic food consumption in social commerce. *Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences* (pp. 4260-4269). Retrieved from <https://doi.org/10.24251/hicss.2021.517>
- Wang, J., Shen, M., & Chu, M. (2021). Why is green consumption easier said than done? Exploring the green consumption attitude-intention gap in China with behavioral reasoning theory. *Cleaner and Responsible Consumption*, 2(2), 1-10. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.clrc.2021.100015>
- Wei, Y., Wang, C., Zhu, S., Xue, H., & Chen, F. (2018). Online purchase intention of fruits: Antecedents in an integrated model based on technology acceptance model and perceived risk theory. *Frontiers in Psychology*, 9, 1-11. Retrieved from <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.01521>
- Westaby, J. D. (2005). Behavioral reasoning theory: Identifying new linkages underlying intentions and behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 98(2), 97-120. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2005.07.003>
- Wheaton, B., Muthen, B., Alwin, D. F., & Summers, G. (1977). Assessing Reliability and Stability in Panel Models. *Sociological Methodology*, 8, 84-136. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.2307/270754>
- Wunsch, N. G. (2021, 17 February). Worldwide sales of organic food from 1999 to 2019. *Statista*. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/273090/worldwide-sales-of-organic-foods-since-1999/>

PREDICTING PURCHASE INTENTION AND ONLINE BEHAVIOR OF GRADUATE STUDENTS IN CHENGDU, SICHUAN PROVINCE, CHINA

Yiwo Chen

School of Management, Xihua University, China

E-mail 604341876@qq.com

Received 4 October 2022

Revised 23 January 2023

Accepted 29 January 2023

Abstract

This paper investigates the online purchase intention and behaviors of graduates in Chengdu, Sichuan Province, China. The conceptual framework determines the relationship between seven variables; perceived value, perceived risk, trust, satisfaction, service quality, purchase intention, and behavior. The researcher applied the quantitative method of distributing the questionnaire to 500 graduate students (Master's Degree and Doctor's Degree) from Sichuan University, Xihua University, and Ginkgo Hotel Management College. The methods used are judgmental, stratified, and convenience sampling. Before the data collection, the item-objective congruence (IOC) was approved at 0.6 or over. The Cronbach's Alpha reliability test was accepted at 0.7 or above. The statistical analysis mainly includes Confirmatory Factor Analysis (CFA) and Structural Equation Model (SEM). The results revealed the significant effect of perceived value, perceived risk, trust, and satisfaction on purchase intention. Furthermore, purchase intention significantly relates to behavior. Nevertheless, the relationship between service quality and purchase intention is insignificant. The findings help marketers to analyze customer needs and make more accurate strategic decisions based on customer behavior outlook.

Keywords: Online Shopping, Purchase Intention, Perceived Value, Satisfaction, Behavior

Introduction

The changes in consumers' lifestyles and shopping styles have provided substantial business opportunities for merchants' online marketing activities. The most important feature of online mail orders is that the consumer's initiative is in the hands of the buyer. Therefore, it fundamentally changes how retailers sell to customers on the Internet. That is, it becomes personalized consumption dominated by consumers. Since 2015, the number of people in international online purchases has been rising, exceeding 1.7 billion in 2018, reaching 1.92 billion in 2019, and 2.08 billion in 2020. It is expected to maintain a significant upward trend (Holger et al., 2016).

Since the new type of bottle-related virus outbreak, the replacement rate of online purchases for in-store consumption has increased. The market participants' willingness to adapt to the market changes and promote the integrated development of online and offline has increased, objectively promoting the pace of transformation and upgrading of China's consumer goods market and the optimization of supply structure (Lee & Rao, 2007). It can be seen that the accelerated pace of life, the expansion of the demand market, and sufficient security have all enabled online purchases to develop rapidly and become an indispensable part of people's daily life (Nguyen et al., 2016). Therefore, it is necessary to study the online purchase behavior of graduates who are 21 years old and over since these group are more significant spenders in online shopping. In theoretical gap, this research can contribute to the future studies of customer behavior towards online purchase. Therefore, the purpose of this study is to determine the relationship between seven variables; perceived value, perceived risk, trust, satisfaction, service quality, purchase intention, and behavior.

Literature Review

1. Perceived Value

The definition of perceived value is the user's use of the product, which is evaluated by comparing the difference between the benefits and losses that can be gained from the product (Lovelock, 2000). What causes people's emotional response is the perceived value of the perceived cognitive response, which is one of the predictors of behavioral purchase intention. (Cronin et al., 2000). Sheth et al. (1991) believe that perceived value includes five aspects: functionality, sociality, emotion, cognition, and current conditions. Accordingly, this research developed a hypothesis:

H1: Perceived value has a significant impact on online purchase intention.

2. Perceived Risk

Perceived risk refers to a loss that can be estimated. (Lee & Rao, 2007). Perceived risk refers to the cost of loss that consumers are expected to incur in their judgment. (Peter & Ryan, 1976). Perceived risk embodied on the Internet refers to consumers' trust in an online purchase and the possible adverse effects of online purchases (Kim et al., 2008). The most critical factor that users are willing to buy is their perceived risk (Dowling, 1986). Online purchase is riskier than offline purchase, although both can be used by users (Howard & Sheth, 1969). Based on the prior literature, this research proposed a hypothesis:

H2: Perceived risk has a significant impact on online purchase intention.

3. Trust

Trust refers to having a partner who is willing to trust and can be relied on (Moorman et al., 1992). Trust refers to one person's confidence in another person's good character (Morgan & Hunt, 1994). Trust refers to the seller's complete trust in the seller's reputation and qualification (Garbarino & Johnson, 1999). One of the factors that motivate consumers to

shop online is consumers' increased trust in the website (Pavlou, 2003). Trust is the integrated wish that one person depends on another for competence, dependability, and kindness (Ganesan, 1994). Thus, this research constructed a hypothesis:

H3: Trust has a significant impact on online purchase intention.

4. Satisfaction

Satisfaction is defined as the way consumers evaluate products based on their feelings or experiences (Kim et al., 2016). Customer satisfaction refers to the consumer's evaluation after using the product or consuming the service (Chang et al., 2011). Satisfaction refers to users' evaluation based on their consumption experience (Kotler, 1991). The main reason why consumers choose to buy again is that they are satisfied (Grace & O'Cass, 2005). Satisfaction is how the user feels after using the product for a while, minus the expected value before using it (Oliver, 1999). Hence, the hypothesis was suggested:

H4: Satisfaction has a significant impact on online purchase intention.

5. Service Quality

Service quality refers to the comprehensive evaluation of users after they experience the service (Eshghi et al., 2008). The goal of service quality refers to the evaluation of product or service quality by users and the recognition by merchants (Chelladurai & Chang, 2000). Quality of service in 1975 was defined as the gap between users' expectations of library services and their actual feelings (Oldman & Wills, 1977). Consumers judge whether the service they experience meets their expectations and rate it accordingly (Parasuraman et al., 1991). Barber et al. (2010) agreed that there was a significant difference between satisfaction and service quality. Base on the previous studies, the fifth hypothesis was developed:

H5: Service quality has a significant impact on online purchase intention.

6. Purchase Intention

Visentin et al. (2019) believed that consumer purchase intention refers to a conscious purchase plan made by customers based on their judgments about goods or services. The definition of purchase intention is the probability of a customer buying a specific product or service within a period in the future (Martins et al., 2018). Monroe (2003) believed that the definition of purchase intention is people purchasing related products or services to realize a particular desire. One factor that affects buyers' purchase intention is the degree of affordability (Chetioui et al., 2020). Supply issues are one of the factors that affect consumers' willingness to buy (Barber et al., 2010). Thereby, hypothesis was proposed:

H6: Purchase intention has a significant impact on online shopping behavior.

7. Behavior

Behavior refers to the action employed in tasks to achieve results (Dumont et al., 2017). Cooperative competition behavior refers to the contradiction between two or more individuals or organizations. They have cooperative and competitive activities (Bengtsson & Kock, 2014). Pakapatpornpob et al. (2017) suggested that purchase intention and action are

significantly influenced by online review as a reliable source of recommendation. Some studies indicated that purchase intention is sometimes irrelevant to actual behavior (Carrington et al., 2010). Behavior can be predicted by purchase intention, which has been shown in many studies (Paschal & Thomas, 2016).

Research Framework

This research focuses on the factors impacting purchase intention towards actual behavior amongst graduate students in Chengdu, Sichuan, China. Independent variables are perceived value, perceived risk, trust, satisfaction, service quality and purchase intention whereas dependent variable is actual behavior. The conceptual framework is developed from previous literature as demonstrated as Figure 1.

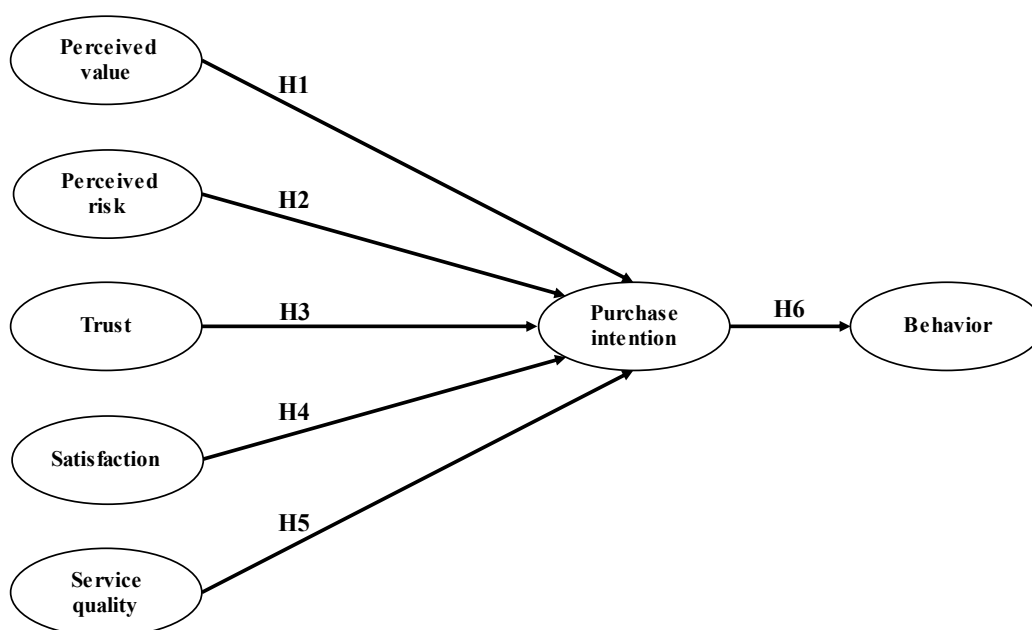


Figure 1 Conceptual Framework

- H1: Perceived value has a significant impact on online purchase intention.
- H2: Perceived risk has a significant impact on online purchase intention.
- H3: Trust has a significant impact on online purchase intention.
- H4: Satisfaction has a significant impact on online purchase intention.
- H5: Service quality has a significant impact on online purchase intention.
- H6: Purchase intention has a significant impact on online shopping behavior.

Research Methodology

The researchers distributed questionnaires online to the graduated students of three representative target universities: Sichuan University, Xihua University, and Ginkgo Hotel Management College. The research survey is divided into three parts: screening questions, five-point Likert scale measurement, and demographic information. Before the data collection of this study, three experts were invited to conduct an Item-Objective Congruence (IOC) survey on the questionnaire. The results showed that the IOC values of all questions were greater than or equal to 0.67, which means that all questions passed. Then, this study randomly invited 30 eligible participants to take the Cronbach's alpha (CA) test. All test scores were greater than 0.6, indicating the reliability of the study. The statistical analysis mainly includes Confirmatory Factor Analysis (CFA) and Structural Equation Model (SEM), using SPSS AMOS statistical software.

1. Population and Sample Size

The target population was from Sichuan University, Xihua University, and Ginkgo Hotel Management School graduates with the online purchase experience. The sample size calculation for structural equation modeling is applied to calculate the appropriate sample size. According to Soper (2022), the minimum sample size was recommended at 425. In order to obtain better statistical results, this study is expected to collect 500 samples.

2. Sampling Techniques

The researcher uses judgmental sampling to select three representative universities in Chengdu, Sichuan Province, Sichuan University, Xihua University, and Ginkgo Hotel Management College. Stratified random sampling was applied to calculate proportionate samples in subgroups. The researchers applied convenience sampling to distribute online questionnaires to the target group via social media and emails. Approximately seven months of data were collected from January 2022 to July 2022. The data has been screened to ensure that the respondents are the target group for the study.

Results and Discussion

1. Demographic Information

The 500 target respondents are graduate students in Chengdu, Sichuan Province, China. Most respondents were males of 56%, whereas females were 44%. There are 295 people 21-30 years old, accounting for 59% of the total number of respondents, 155 people between the ages of 30-40 years old, accounting for 31%, and over 40 years old are 50 people, representing 10%. Besides, 95% of respondents are living in Chengdu.

2. Confirmatory Factor Analysis (CFA)

Confirmatory factor analysis (CFA) was performed in this study. According to Hair et al. (2006), the factor loadings of each item should be greater than 0.5, and the p-value should be less than 0.05. Fornell and Larcker (1981) indicated that Composite Reliability (CR) should not be less than or equal to the cut-off point of 0.7, and Average Variance Extracted (AVE) should

also not be less than or equal to the cut-off point of 0.4. Thus, CFA approved the convergent validity and discriminant validity of this study. Additionally, goodness of fits results of measurement model was acceptable fit, including CMIN/DF = 1.487, GFI = 0.937, AGFI = 0.922, NFI = 0.922, CFI = 0.973, TLI = 0.968 and RMSEA = 0.031.

Table 1 Confirmatory Factor Analysis Result, Composite Reliability (CR) and Average Variance Extracted (AVE)

Variables	Source of Questionnaire (Measurement Indicator)	No. of Item	Cronbach's Alpha	Factors Loading	CR	AVE
Perceived Value (PV)	Beck and Gable (2001)	4	0.808	0.673-0.785	0.808	0.514
Perceived Risk (PR)	Chelladurai and Chang (2000)	4	0.831	0.676-0.809	0.832	0.555
Trust (T)	Chelladurai and Chang (2000)	4	0.781	0.628-0.720	0.783	0.475
Satisfaction (S)	Kim et al. (2016)	4	0.783	0.672-0.696	0.783	0.474
Service Quality (SQ)	Chelladurai and Chang (2000)	4	0.826	0.710-0.765	0.827	0.545
Purchase Intention (PI)	Beck and Gable (2001)	4	0.788	0.675-0.719	0.789	0.483
Behavior (B)	Kim et al. (2016)	3	0.881	0.818-0.867	0.881	0.712

Source: Created by the author.

Fornell and Larcker (1981) indicated that that validity can be calculated using the square root of each AVE. In this study, discriminant validity was supportive because the value of discriminant validity was greater than all construct/factor correlations. Convergent and discriminant validity were demonstrated. According to Studenmund (1992), there were no multicollinearity problems since the factor correlations in Table 2 did not surpass 0.80.

Table 2 Discriminant Validity

	PV	PI	PR	T	S	SQ	B
PV	0.717						
PI	0.228	0.695					
PR	0.186	0.502	0.745				
T	0.229	0.607	0.637	0.689			
S	0.234	0.528	0.553	0.609	0.689		
SQ	0.090	0.168	0.362	0.267	0.435	0.738	
B	0.289	0.538	0.437	0.554	0.649	0.363	0.844

Note: The diagonally listed value is the AVE square roots of the variables.

3. Structural Equation Model (SEM)

Hair et al. (2006) mentioned that structural equation modeling (SEM) could verify relationships between variables in the structural model. Goodness-of-fit metrics for the structural equation model (SEM) were measured as shown in Table 3. Therefore, after adjusting the model in this study, the relevant index results showed a good fit, including CMIN/DF = 2.940, GFI = 0.867, AGFI = 0.840, NFI = 0.837, CFI = 0.885, TLI = 0.872 and RMSEA = 0.062.

Table 3: Goodness of Fit for Measurement and Structural Model

Index	Acceptable Values	Statistical Values Before Adjustment	Statistical Values After Adjustment
CMIN/DF	< 3.00 (Hair et al., 2006)	957.989/318 = 3.013	926.076/315 = 2.940
GFI	≥ 0.85 (Sica & Ghisi, 2007)	0.862	0.867
AGFI	≥ 0.80 (Sica & Ghisi, 2007)	0.836	0.840
NFI	≥ 0.80 (Wu & Wang, 2006)	0.831	0.837
CFI	≥ 0.80 (Bentler, 1990)	0.880	0.885
TLI	≥ 0.80 (Sharma et al., 2005)	0.868	0.872
RMSEA	< 0.08 (Pedroso et al., 2016)	0.064	0.062
Model summary		Unacceptable Model Fit	Acceptable Model Fit

Remark: CMIN/DF = The ratio of the chi-square value to degree of freedom, GFI = Goodness-of-fit index, AGFI = Adjusted goodness-of-fit index, NFI = Normed fit index, CFI = Comparative fit index, TLI = Tucker-Lewis index, and RMSEA = Root mean square error of approximation.

Source: Created by the author.

4. Hypothesis Testing Result

The research model calculates the significance of each variable based on its standardized coefficient value and t-value. The results in Table 4 show that the significance is $p < 0.05$.

Table 4: Hypothesis Results of the Structural Equation Model

Hypothesis	(β)	t-value	Result
H1: PV→PI	0.150	2.778*	Supported
H2: PR→PI	0.224	4.033*	Supported
H3: T→PI	0.480	6.955*	Supported
H4: S→PI	0.451	6.563*	Supported
H5: SQ→PI	0.002	0.035	Not Supported
H6: PI→B	0.644	8.261*	Supported

Note: *** $p < 0.001$

Source: Created by the author.

The results in Table 4 show that all relationships are significantly supported at $p < 0.05$. According to the assumption of H1, the standard coefficient value of the result is 0.150, indicating that the perceived value has a significant impact on purchase intention. According to H2, the standard coefficient value of the result is 0.224, indicating that perceived risk significantly impacts purchase intention. For H3, the standard coefficient value of the result is 0.480, indicating that trust has a significant impact on behavior. H4 shows that the standard coefficient value of the result is 0.451, supporting the relationship between satisfaction and purchase intention. In H5, the standard coefficient value of the result is 0.002, indicating that service quality has no significant impact on purchase intention. Lastly, H6 presents that the standard coefficient value of the result is 0.644, signifying that the purchase intention significantly impacts behavior.

Conclusions, Recommendations, Limitations and Future Research

1. Conclusions

The results revealed the significant effect of perceived value, perceived risk, trust, and satisfaction on purchase intention. Furthermore, purchase intention significantly relates to behavior. Nevertheless, the relationship between service quality and purchase intention is insignificant. Firstly, the relationship between perceived value and purchase intention is supported as consistent with previous studies that the perceived value of the perceived cognitive response is the predictor of behavioral purchase intention (Cronin et al., 2000;

Lovelock, 2000;). Secondly, perceived risk and purchase intention is supported. Thus, perceived risks of users to protect the privacy and security has a critical impact on their intent behavior through online shopping (Kim et al., 2008; Lee, & Rao, 2007; Peter & Ryan, 1976).

Thirdly, this study pointed out that trust will positively influence that purchase intention. One of the factors that motivate consumers to shop online is consumers' increased trust in the website (Garbarino & Johnson, 1999; Morgan & Hunt, 1994; Pavlou, 2003). Fourthly, the outcomes reveal that satisfaction significantly relates the purchase intention of students' online behavior as supported by previous scholars (Chang et al., 2011; Grace, & O'Cass, 2005; Kim et al., 2016). Next, purchasing intention predicts behavior. Visentin et al. (2019) posited that consumer purchase intention can lead to actual purchase behavior based on their judgments about goods or services. Lastly, service quality and purchasing intention is not significantly related which contradict with previous studies (Chelladurai, & Chang, 2000; Eshghi et al., 2008).

2. Recommendations

Recommendations determine to help investors and managers of online shopping platforms gain better experience and enlightenment in attracting consumers and increasing transactions and sales. Most buyers assess the value of their online shopping. Therefore, marketers should focus on showing the value of their products to customers and continuously increasing their potential customers through promotion, advertising, or referral campaign. This study points out that it impacts purchase intention towards online shopping behavior. Therefore, a merchant should truthfully inform consumers of products and prevent them from misusing them. The system needs to ensure a high level of security for data privacy, transaction, and payment details. Additionally, online shopping platforms should focus on biding trust by ensuring product and service quality. Most e-commerce set up customer service to provide solutions and refund policies to ensure trust among their clients. Satisfaction can be measured through the survey. Even though service quality has no significant relationship with purchase intention, a business should continuously improve the quality of its services to satisfy customers. Purchase intention also predicts behavior. Therefore, a business should always enhance online customers with various tactics to increase sales revenue and maximize profit via online channels.

3. Limitations and Future Research

There are several limitations. Firstly, the population and sample are college students in Chengdu, Sichuan Province, China. The results cannot represent other regions, countries, and industries. Secondly, further researchers can aim to identify other factors that may affect online shopping behavior, such as social value, physical environment, attitude, enjoyment, perceived usefulness, etc. Thirdly, qualitative method could be used to provide better insights. Lastly, future research can be extended to how online shopping behavior can affect merchant performance, innovate new products, and improve services. In turn, it can provide better

development space for merchants and sort out more rational consumer consumption attitudes.

References

- Barber, N., Taylor, D. C., & Deale, C. S. (2010). Wine Tourism, Environmental Concerns, and Purchase Intention. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(2), 146-165. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/10548400903579746>
- Beck, C. T., & Gable, R. K. (2001). Ensuring content validity: An illustration of the process. *Journal of Nursing Measurement*, 9, 201-215.
- Bengtsson, M., & Kock, S. (2014). *Coopetition – quo vadis? Past accomplishments and future challenges*. *Industrial Marketing Management*, 43(2), 180-188.
- Bentler, P. M. (1990). Comparative fit indexes in structural models. *Psychological Bulletin*, 107(2), 238-246. Retrieved from <https://doi.org/10.1037/0033-2909.107.2.238>
- Carrington, M., Neville, B., & Whitwell, G. (2010). *Why ethical consumers don't walk their talk: towards a framework for understanding the gap between the ethical purchase intentions and actual buying behavior of ethically-minded consumers*. *Journal of Business Ethics*, 97(1), 139-158.
- Chang, Y., Kim, M., Kim, Y., & Park, M. (2011). Determinants of User Satisfaction and Continuance Intention of Smartphone: Focus on Interactivity Perspective. Information Technology Research Centre. In *The 8th ITS Asia-Pacific Regional Conference, Taipei 2011: Convergence in the Digital Age 82140*, International Telecommunications Society (ITS). (pp.1-23). Taipei: Taiwan.
- Chelladurai, P., & Chang, K. (2000). *Targets and standards of quality in sport services*. *Sport Management Review*, 3(1), 1-22.
- Chetioui, Y., Benlafqih, H., & Lebdaoui, H. (2020). *How fashion influencers contribute to consumers' purchase intention*. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 24(3), 361-380.
- Cronin, J. J., Jr., Brady, M. K., & Hult, G. T. M. (2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of Retailing*, 76(2), 193-218. Retrieved from [https://doi.org/10.1016/s0022-4359\(00\)00028-2](https://doi.org/10.1016/s0022-4359(00)00028-2).
- Dowling, G. R. (1986). *Perceived risk: the concept and its measurement*. *Psychology and Marketing*, 3(3), 193-210.
- Dumont, J., Shen, J., & Deng, X. (2017). *Effects of green HRM practices on employee workplace green behavior: the role of psychological green climate and employee green values*. *Human Resource Management*, 56(4), 613-627.

- Eshghi, A., Roy, S. K., & Ganguli, S. (2008). *Service quality and customer satisfaction: an empirical investigation in Indian mobile telecommunications services. Marketing Management Journal, 18(2), 119-144.*
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). *Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. Journal of Marketing Research, 18(1), 39-50.*
- Ganesan, S. (1994). *Determinants of long-term orientation in buyer-seller relationships. Journal of Marketing, 58(2), 1-19.*
- Garbarino, E., & Johnson, M. S. (1999). *The different roles of satisfaction, trust, and commitment in customer relationships. Journal of Marketing, 63(2), 70-87.*
- Grace, D., & O’Cass, A. (2005). *An examination of the antecedents of re-patronage intentions across different retail store formats. Journal of Retailing and Consumer Services, 12(4), 227-243.*
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., & Tatham, R. (2006). *Multivariate Data Analysis. (6th ed.).* New York: Pearson Education.
- Holger, L. K., Stuart, E. A., Hill, J. L., & Green, D. P. (2016). *Assessing methods for generalizing experimental impact estimates to target samples. Journal of Research on Educational Effectiveness, 9(1), 103-127.*
- Howard, J. A., & Sheth, J. N. (1969). *The Theory of Buyer Behavior.* New York: John Wiley and Sons.
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: the role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision Support Systems, 44(2), 544-564.*
- Kim, M., Wong, S. F., Chang, Y., & Park, J. (2016). *Determinants of consumer loyalty in the Korean smartphone market: moderating effects of usage characteristics. Telematics and Informatics, 33(4), 936-949.*
- Kotler, P. (1991). *Marketing Management-Analysis, Planning, Implementation & Control (7th ed.)* NY: Prentice-Hall.
- Lee, J., & Rao, H. R. (2007). Perceived risks, counter-beliefs, and intentions to use anti/counterterrorism websites: an exploratory study of government-citizens online interactions in a turbulent environment. *Decision Support Systems, 43(4), 1431-1449.*
- Lovelock, C. (2000). *Functional integration in services.* In Handbook of Services Marketing Management. CA: Sage.
- Martins, J., Costa, C., Oliveira, T., Gonçalves, R., & Branco, F. (2018). How smartphone advertising influences consumers’ purchase intention. *Journal of Business Research, 94(8), 378-387.*
- Monroe, K. B. (2003). *Pricing: Making Profitable Decisions (3rd ed.).* McGraw-Hill.

- Moorman, C., Zaltman, G., & Deshpande, R. (1992). Relationships between providers and users of market research: the dynamics of trust within and between organizations. *Journal of Marketing Research*, 29(8), 314-328.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20-38.
- Nguyen, T., Lobo, A., & Greenland, S. (2016). Pro-environmental purchase behaviour: the role of consumers' biospheric values. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 33, 98-108.
- Oldman, C., & Wills, G. (1977). *The Beneficial Library*. MCB Book.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, 63(4), 33-44.
- Pakapatpornpob, N., Vongurai, R., & Inthawadee, S. (2017). An influence of E-Wom and a moderating role of brand attitude on IT product purchase intention in Bangkok, Thailand. *AU-GSB E-JOURNAL*, 10(1), 56-66.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1991). SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Paschal, S., & Thomas, L. W. (2016). *The intention-behaviour gap*. *Social and Personality Psychology Compass*, 10(9), 503-518.
- Pavlou, P. (2003). *Consumer acceptance of electronic commerce: integrating trust and risk with the technology acceptance model*. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 69-103.
- Pedroso, R., Zanetello, L., Guimaraes, L., Pettenon, M., Goncalves, V., Scherer, J., Kessler, F., & Pechansky, F. (2016). Confirmatory factor analysis (CFA) of the crack use relapse scale (CURS). *Archives of Clinical Psychiatry*, 43(3), 37-40.
- Peter, J. P., & Ryan, M. J. (1976). *An investigation of perceived risk at the brand level*. *Journal of Marketing Research*, 13(2), 184-188.
- Sharma, G. P., Verma, R. C., & Pathare, P. (2005). *Mathematical modeling of infrared radiation thin layer drying of onion slices*. *Journal of Food Engineering*, 71(3), 282-286.
- Sheth, J. N., Newman, B. I., & Gross, B. I. (1991). *Consumption Values and Market Choice*. Theory and Applications. SouthWestern: Cincinnati.
- Sica, C., & Ghisi, M. (2007). The Italian versions of the Beck Anxiety Inventory and the Beck Depression Inventory-II: Psychometric properties and discriminant power. In M.A. Lange (Ed.), *Leading - Edge Psychological Tests and Testing Research* (pp. 27-50). Nova.
- Soper, D. S. (2022, May 24). *A-priori Sample Size Calculator for Structural Equation Models*. Danielsoper. Retrieved from www.danielsoper.com/statcalc/default.aspx
- Studenmund, A. H. (1992). *Using Econometrics: A Practical Guide*. Harper Collins.

- Visentin, M., Pizzi, G., & Pichierri, M. (2019). Fake news, real problems for brands: the impact of content truthfulness and source credibility on consumer's behavioral intentions toward the advertised brands. *Journal of Interactive Marketing, 45*, 99-112.
- Wu, J. H., & Wang, Y. M. (2006). Measuring KMS success: A respecification of the DeLone and McLean's model. *Information and Management, 43*(6), 728-739. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.im.2006.05.002>

INFLUENCING FACTORS OF SWITCHING INTENTION AND INTENTION TO USE PERSONAL CLOUD STORAGE SERVICES AMONG GRADUATES IN HANGZHOU, CHINA

Pan Li

PhD Candidate of Technology Education and Management, Graduate School of Business and Advanced Technology Management, Assumption University, Thailand.

Email: panl179411503@gmail.com*

Received 30 September 2022

Revised 10 February 2023

Accepted 11 February 2023

Abstract

In China, cloud service leaders such as Alibaba and Tencent provide enterprise-level cloud storage services. At the same time, only a small number of suppliers concentrate on personal cloud storage services (PCSS), and China's most popular PCSS is Baidu Cloud. Therefore, this study investigates the factors influencing switching intentions and intention to use personal cloud storage services, including perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk, attitude, switching cost, intention to use, and switching intention. The data were collected from 517 graduate students using judgmental, stratified random, convenience, and snowball sampling. The item-objective congruence (IOC) and Cronbach's Alpha of the pilot test were approved before the data collection. **In addition**, this study applied confirmatory factor analysis (CFA) and structural equation modelling (SEM). The results show that perceived ease of use significantly impacts perceived usefulness. Perceived usefulness, perceived ease of use, and attitude significantly affect intention to use. The perceived risk significantly affected the switching intention. Finally, switching cost and perceived usefulness significantly affect the switching intention.

Keywords: Personal Cloud Storage Service, Switching Intention, Intention to Use, Graduates, China

Introduction

There is a wide variety of personal cloud storage services worldwide, including Dropbox, Google Drive, and OneDrive, which users highly regard. However, owing to national information security concerns on the part of the Chinese government, these services are not permitted to enter the Chinese market (Shen, 2020). China still has outstanding cloud service providers, such as Alibaba and Tencent, despite the absence of competition from foreign cloud service providers (Wu et al., 2017). Alibaba Cloud (Aliyun) is the largest supplier of cloud

services and computing in China and one of the top three on the global market, with over 1 million users (Zhang & Ravishankar, 2019).

Unlike their cloud storage services, Alibaba's cloud services are based on cloud computing or enterprise cloud storage services (ECSS). Baidu Cloud is the market leader for personal cloud storage services in China, with over 80% of the PCSS market. Baidu Cloud provides each registered user with 2 Terabytes of free cloud storage space. However, upload and download speeds will drastically decrease while using the service. Baidu Cloud users must pay and sign up for monthly or yearly subscriptions to get better service. As a result, Baidu Cloud has received mixed reviews on the Chinese market, although users do not have a choice of alternative PCSS.

Literature Review

1. Perceived Ease of Use

In the study on PCSS, perceived ease of use is defined as the extent to which users believe a PCSS is simple to store, modify, and share personal files, as well as the adaptability to multiple systems (Windows, Android, Apple). In the TAM framework, perceived ease of use directly influences people's usage intention and indirectly influences intention by impacting perceived usefulness (Cheng et al., 2019). Wang and Yang (2017) studied the perceived ease of use of PCSS users in the Chinese market and discovered that perceived ease of use has a positive impact on adoptive intention. Hence, this research develops following hypotheses:

H1: Perceived ease of use has a significant influence on perceived usefulness of PCSS.

H2: Perceived ease of use has a significant influence on intention to Use of PCSS.

2. Perceived Usefulness

The perceived usefulness of an IT product is often defined by the user's perception of the product's functionality and the consistency of the product's performance (Alharbi et al., 2020). In the study of Personal Cloud Storage Services (PCSS), *perceived usefulness* is defined as the extent to which the service assists users in boosting their learning or work efficiency (Joo & Sang, 2013). Park and Kim (2014) surveyed 1099 undergraduates at a university in South Korea about their use of PCSS and found that perceived usefulness positively influenced users' usage intention. Wang (2017) indicated that perceived usefulness significantly impacts the switching intention of PCSS users. Hence, this research proposes hypotheses:

H3: Perceived usefulness has a significant influence on intention to use of PCSS.

H4: Perceived usefulness has a significant influence on switching intention of PCSS.

3. Perceived Risk

Perceived risks include privacy and security risks. The perceived privacy and security risks of PCSS will influence users' adoption and switching decisions (Cheng et al., 2019; Takabi et al., 2010). The privacy risk relates to the possibility that PCSS users are concerned about how their personal information and files may be accessed, edited, or deleted without

authorization by cloud providers (Baidu Cloud). Therefore, this research emphasizes a hypothesis:

H5: Perceived risk has a significant influence on switching intention of PCSS.

4. Attitude

There are a few examples of applying attitude to the TAM framework in PCSS research. The causal relationship between attitude and behavioral intention has been well demonstrated and utilized in the study of PCSS (Park & Kim, 2014). Aldiabat et al. (2018) evaluated PCSS usage among 571 students, academics, and staff at the University of Sulaimani. They indicated that users' attitudes toward a particular PCSS positively influenced their intention to use a PCSS. Based on the previous studies, a following hypothesis is assumed:

H6: Attitude has a significant influence on intention to use of PCSS.

5. Switching Cost

According to Wu et al. (2017), most Chinese PCSS users prefer free PCSS and will not pay for cloud services. Therefore, it is not necessary to consider sunk costs since users' investment in the original PCSS is almost negligible. Therefore, the switching cost in this study refers to the continuing cost and learning cost that PCSS users suffer while migrating to an alternative. The greater the switching cost, the lower their intention to switch to a substitute PCSS. Base on the assumptions, the researcher hypothesizes as follow:

H7: Switching cost has a significant influence on switching intention of PCSS.

6. Intention to Use

If a technological product makes a user's work more superficial, the user's intention to use it grows immediately (Mathieson & Keil, 1998; Benjangjaru & Vongurai, 2018). Intention to use PCSS refers to the strong desire of PCSS users to use a certain PCSS, which also indicates the effort users are willing to undertake to adapt to the PCSS (Park & Kim, 2014). Usage intention also reflects the motivational factors of PCSS users for a specific PCSS, which influence the user's usage behavior. The higher a user's intention to use a PCSS, the greater the likelihood of using it (Aldiabat et al., 2018).

7. Switching Intention

Switching behavior happens when customers desire a better product service experience and leave their existing supplier (Ping, 1994). Switching intention refers to customers moving to another substitute when he or she is dissatisfied with the current product or service (Kotler, 2000). As technology advances, users are more likely to abandon the initial IT product in favor of a more utterly functioning substitute (Hsieh et al., 2012). In this research, switching intention refers to PCSS users' desire to abandon Baidu Cloud and choose to use a substitute PCSS.

Research Framework

In Figure 1, the conceptual framework was developed based on four previous theoretical frameworks (Arapaci, 2016; Ogbanufe et al., 2019; Wu et al., 2017; Xu et al., 2017). Dependent variables are perceived ease of use (PEOU), perceived usefulness (PU), perceived risk (PR), attitude (ATT), and switching cost (SC). Independent variables are intention to use (INT), and switching intention (SI).

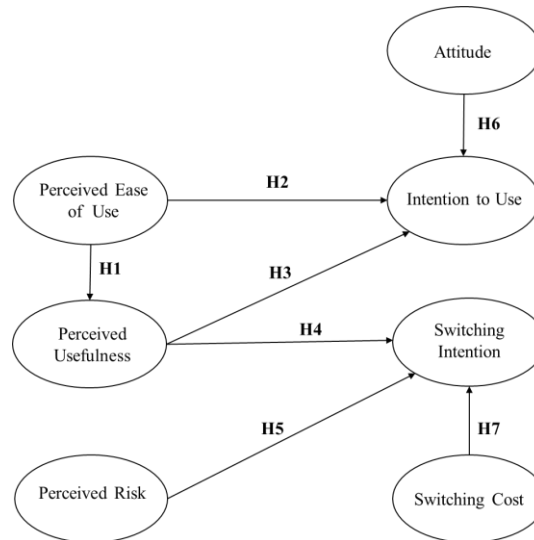


Figure 1 Conceptual Framework

Research Methodology

This quantitative study distributed online surveys to the target group. The questionnaire consisted of three parts; screening questions, demographic questions, and a five-point Likert scale. The results of index of item-objective congruence (IOC) by three experts showed that all items were approved at a score of 0.6 or above. Afterwards, the results Cronbach's Alpha coefficient values indicated the reliability at a score more than 0.7 (Nunnally & Bernstein, 1994). For the data analysis, the researchers used Confirmatory Factor Analysis (CFA) and the structural equation model (SEM).

1. Population and Sample Size

The population of this study is graduate students (Master's and Doctoral's) at Zhejiang University, Zhejiang University of Technology, and Zhejiang Gongshang University. The researcher inputs the following data into the calculator: anticipated effect size of 0.2, desired statistical power level of 0.8, seven latent variables, thirty observable variables, and a probability level of 0.05 (Soper, 2022). The results indicated that the smallest acceptable sample size was 425, but the minimal sample size chosen by the researchers was 500, and the actual sample size was 517.

2. Sampling Techniques

The sampling techniques used are judgmental, stratified random, convenience and

snowball sampling. Firstly, judgmental sampling is to select graduates at Zhejiang University, Zhejiang Gongshang University, and Zhejiang University of Technology. Secondly, the stratified random sampling is to proportionally distribute the sample size in three subgroups. Thirdly, convenience sampling is used to distribute online questionnaire. Accordingly, the questionnaire was distributed between February and June 2022 to over 1,000 students, and 517 responses were returned. Lastly, snowball sampling is applied to encourage students to share the survey link among their friends.

Results and Discussion

1. Demographic Information

According to the demographic profile of 517 respondents, 51.6% (269 participants) are male, while 48.4% (248 participants) are female. 72.6% (374 participants) of them studying for a master's degree, while 27.4% (143 participants) study a master's degree. 8.1% of students majored in economics (42 participants), 11.6% in engineering (60 participants), 16.4% in management (85 participants), 7.9% in law (41 participants), 6.8% in education (35 participants), 5.6% in literature (29 participants), 11.2% in history (58 participants), 6.0% in science (31 participants), 5.0% in agriculture (26 participants), 4.4% in medicine (23 participants), 10.0 % in philosophy (52 participants), 4.1 % in art (21 participants), and 2.7 percent in other fields (14 participants).

2. Confirmatory Factor Analysis (CFA)

Confirmatory Factor Analysis (CFA) is a technique for evaluating the applicability of a model to Structural Equation Modeling (SEM) measurements by assessing a variety of factor structures (Lei & Wu, 2007). As of Table 1, Cronbach's Alpha coefficient values are valid at a score of more than 0.7 (Nunnally & Bernstein, 1994). Additionally, the composite Reliability (CR) of all model constructs must be more significant than 0.70 to assure the internal consistency of this study (Hair et al., 2006). According to Fornell and Larcker (1981), the evaluation of convergent validity should include two criteria: first, all factor loadings should be statistically significant ($P < 0.05$), and the value should be greater than 0.7; and second, the average variance extraction (AVE) value of all factors in the model should be greater than 0.5.

Table 1 Confirmatory Factor Analysis Result, Composite Reliability (CR) and Average Variance Extracted (AVE)

Latent Variables	Source of Questionnaire	No. of Items	Cronbach's Alpha	Factors Loading	CR	AVE
Perceived Ease of Use (PEOU)	Ogbanufe et al. (2019)	5	0.901	0.7559-0.8342	0.901	0.647
Perceived Usefulness (PU)	Ogbanufe et al. (2019)	4	0.858	0.7284-0.8064	0.859	0.603
Perceived Risk (PR)	Xu et al. (2017)	4	0.922	0.8377-0.8847	0.922	0.748
Attitude (ATT)	Arpaci (2016)	5	0.858	0.7163-0.8574	0.873	0.580
Switching Cost (SC)	Xu et al. (2017)	4	0.858	0.7275-0.8918	0.862	0.612
Intention to use (INT)	Arpaci (2016)	4	0.860	0.7370-0.8262	0.857	0.599
Switching Intention (SI)	Xu et al. (2017)	4	0.885	0.7530-0.8867	0.886	0.661

Source: Created by the author.

As shown in Table 1, the researcher calculated the square root AVE of each factor and concluded that this value was more significant than the correlation values of all factors. Therefore, the discriminant validity was guaranteed. According to Studenmund (1992), this study has no multicollinearity problems because the factor correlations in Table 2 did not surpass 0.80.

Table 2: Discriminant Validity

	PR	SC	SI	PU	PEOU	ATT	INT
PR	0.865						
SC	-0.083	0.782					
SI	0.302	-0.570	0.813				
PU	-0.140	-0.135	-0.316	0.777			
PEOU	0.020	-0.087	0.044	0.375	0.804		
ATT	0.032	0.029	-0.034	0.044	-0.040	0.762	
INT	-0.002	-0.088	0.029	0.485	0.579	0.399	0.774

Note: The diagonally listed value is the AVE square roots of the variables.

3. Structural Equation Model (SEM)

SEM was applied to test model fit, hypotheses, and relationships between variables of the conceptual framework. This research used the goodness-of-fit index to evaluate the measurement model and structural model. The results presented a good fit, as shown in Table 3.

Table 3 Goodness of Fit for Measurement and Structural Model

Index	Acceptable Values	Statistical Values of Measurement Model	Statistical Values of Structural Model
CMIN/DF	< 5.00 (Awang, 2012)	846.5252/384 or 2.2045	942.4382/398 or 2.3679
GFI	≥ 0.85 (Sica & Ghisi, 2007)	0.8995	0.889
AGFI	≥ 0.80 (Sica & Ghisi, 2007)	0.8783	0.870
NFI	≥ 0.80 (Wu & Wang, 2006)	0.9154	0.906
CFI	≥ 0.80 (Bentler, 1990)	0.9517	0.943
TLI	≥ 0.80 (Sharma et al., 2005)	0.9453	0.938
RMSEA	< 0.08 (Pedroso et al., 2016)	0.0483	0.052
Model summary		Acceptable Model Fit	Acceptable Model Fit

Remark: CMIN/DF = The ratio of the chi-square value to degree of freedom, GFI = Goodness-of-fit index, AGFI = Adjusted goodness-of-fit index, NFI = Normed fit index, CFI = Comparative fit index, TLI = Tucker-Lewis index, and RMSEA = Root mean square error of approximation

4. Hypothesis Testing Result

According to Table 4, the hypothesis results were assessed by SEM, representing standardized path coefficient (β) and t-value with the significant value criterion of $p < 0.05$ to confirm a structural pathway. Consequently, all seven hypotheses were supported.

Table 4: Hypothesis Results of the Structural Equation Model

Hypothesis	(β)	t-value	Result
H1: PEOU→PU	0.6454	11.5552*	Supported
H2: PEOU→INT	0.4764	9.4797*	Supported
H3: PU→INT	0.3396	7.2321*	Supported
H4: PU→SI	-0.3590	-9.1314*	Supported
H5: PR→SI	0.5426	13.1258*	Supported
H6: ATT→INT	0.4921	14.1772*	Supported
H7: SC→SI	-0.4845	-11.4026*	Supported

Note: * $p < 0.05$

Source: Created by the author.

As summarized in Table 7, all research hypotheses are supported. Perceived ease of use has a significant positive impact on perceived usefulness (H1, $\beta = 0.4104$, CR = 8.0469, $p < 0.001$). Perceived usefulness (PU), perceived ease of use (PEOU) and attitude (ATT) positively and significantly affect intention to use (INT) of PCSS users (H3, $\beta = 0.2984$, CR = 7.6841, $p < 0.001$; H2, $\beta = 0.5757$, CR = 13.4748, $p < 0.001$; H6, $\beta = 0.4624$, CR = 11.8585, $p < 0.001$). Perceived risk (PR) positively and significantly affected the switching intention (SI) of PCSS users (H5, $\beta = 0.1997$, CR = 5.9681, $p < 0.001$). Finally, switching cost (SC) and perceived usefulness (PU) negatively and significantly affect the switching intention (SI) of PCSS users (H7, $\beta = -0.3560$, CR = -9.4292, $p < 0.001$; H4, $\beta = -0.7125$, CR = -15.0208, $p < 0.001$).

Conclusions, Recommendations, Limitations and Future Research

1. Conclusions

According to the TAM framework, PEOU should positively impact both perceived usefulness (PU) and intention to use (INT), and the results of this study conform to the TAM framework. The findings indicate that if Baidu Cloud users believe that Baidu Cloud is easy to view, edit, and share their files, they accept that Baidu Cloud can improve their study or work efficiency (Cheng et al., 2019; Xu et al., 2017).

In this study, perceived usefulness negatively impacts PCSS users' switching intention but positively impacts PCSS users' intention to use. If Baidu Cloud users believe it can effectively increase their work and school efficiency. The researcher tested the first hypothesis and discovered that perceived risk (PR) positively influenced PCSS users' switching intentions (Cheng et al., 2019). That is to say if the Baidu Cloud users believe their personal information or files will be unauthorizedly used by Baidu Cloud.

Moreover, TAM often includes attitude, influencing people's intention to use the technology product. According to Aldiabat et al. (2018), users' attitudes positively impact their intentions to use; if users have a favorable view of the PCSS, they are more likely to continue

using that PCSS. Finally, the relationship between switching cost and intention to use is consistent with prior research in which switching cost was also a mooring factor (Cheng et al., 2019). In other words, when Baidu Cloud users switch to using a substitute (new PCSS or traditional hard drive), they need to pay a very high cost.

2. Recommendations

In recent years, cloud service has become a prevalent study topic. However, most academics concentrate on enterprise-level cloud computing and cloud storage services, whereas personal cloud storage services are the subject of relatively few studies. In addition, due to China's strict information security management regulations, there is little competitive competition in China's cloud storage service (PCSS) market, and Baidu Cloud has almost become the only prominent PCSS. In this research, perceived usefulness (PU) is considered not only as a critical variable under the technology acceptance model (TAM) but also as a push factor under the framework of the push-pull mooring (PPM). In order to examine switching intention and intention to use PCSS simultaneously, the researcher combines these two theoretical frameworks and develops a new conceptual framework.

PCSS's privacy and security risks significantly influence cloud users' intentions. Therefore, the risk control of PCSS is essential for cloud service providers. Cloud service providers should invest more in building security mechanisms to avoid hacking and information leakage to entice consumers to use their services. The Chinese government proposed strict regulations on pornography and unlawful publications. It was revealed that many Chinese Baidu Cloud customers had their data deleted without their knowledge, causing many users to abandon Baidu Cloud in favor of traditional hard drives. Some Chinese PCSS users have abandoned PCSS due to the forced deletion of user data and files kept on the Baidu Cloud. Therefore, cloud users should comply with national regulations and use personal cloud storage services legitimately rather than storing and distributing pornographic and unlawful materials via cloud storage services.

There are only a few personal cloud storage services in the Chinese market, making it difficult for PCSS users to switch products; if PCSS users abandon Baidu Cloud, they are more likely to choose conventional hard drives rather than substitute PCSS. Since most non-local PCSS (OneDrive, Dropbox, and Google Drive) cannot enter the Chinese market, there is limited market competition. However, China still has many great cloud service providers, like Alibaba, Tencent, etc. These industry-leading cloud service providers should join the PCSS market so that Chinese PCSS consumers have more options. The development of China's PCSS industry may be aided by healthy market competition, and cloud service providers will endeavor to optimize their services to satisfy the demands of their customers. In addition, the government may encourage some smaller companies to enter the PCSS industry so that the Chinese market for cloud services can flourish.

Most PCSS users who participated in this study rated Baidu Cloud with a high score,

particularly in terms of perceived usefulness and ease of use, indicating that Baidu Cloud is an excellent PCSS. However, as most Chinese cloud services are free or one-time payments, many users believe that Baidu Cloud's paid membership is too expensive, and Baidu Cloud needs to rethink its pricing strategy. For example, for users who are willing to buy out, provide services similar to the one-time purchase of storage space; for users who are willing to pay for a membership, retain the current pricing strategy; for users who want to use the cloud service for free, Baidu Cloud can companion with other products and generate revenue through the mandatory viewing of advertisements. Baidu cloud may increase the upload and download speeds of free users; do not let users think that they cannot use Baidu cloud if they do not pay the membership.

3. Limitations and Future Research

There are two main limitations to the research. Firstly, this study's target population is postgraduate students, so it cannot represent all PCSS users. For students in China, personal cloud storage services (PCSS) are often restricted to storing and sharing learning materials. Consequently, the study's findings may change drastically if the population is changed from students to corporate workers. In the future, researchers may use the same framework to investigate other PCSS users to improve the research findings. Secondly, as this research focuses on a PCSS (Baidu Cloud) in the Chinese market, it isn't easy to apply the findings to other countries. Most of the population PCSS, including OneDrive, Dropbox, and Google Drive, cannot enter the Chinese market because of the government's information security regulations. In the future, researchers might utilize this research model to survey PCSS users in other countries, and the findings could vary considerably from those discovered in the current study.

References

- Aldiabat, K., Rashid, A. S. K., Talafha, H., & Karajeh, A. (2018). The extent of smartphone users to adopt the use of cloud storage. *Journal of Computer Science*, 14(12), 1588-1598.
- Alharbi, Y., Rabbi, F., & Alqahtani, R. (2020). Understanding university student's intention to use quality cloud storage services. *International Journal for Quality Research*, 14(1), 313-324.
- Arpaci, I. (2016). Understanding and predicting students' intention to use mobile cloud storage services. *Computers in Human Behavior*, 58, 150-157. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.067>
- Awang, Z. (2012). *Structural equation modelling using AMOS graphic*. Kota Baru: Penerbit Universiti Teknologi MARA.
- Benjangjaru, B., & Vongurai, R. (2018). Behavioural intention of Bangkokians to adopt mobile payment services by type of users. *AU-GSB E-JOURNAL*, 11(1), 34-46.
- Bentler, P. M. (1990). Comparative fit indexes in structural models. *Psychological Bulletin*, 107(2), 238-246. Retrieved from <https://doi.org/10.1037/0033-2909.107.2.238>

- Cheng, S., Lee, S.-J., & Choi, B. (2019). An empirical investigation of users' voluntary switching intention for mobile personal cloud storage services based on the push-pull-mooring framework. *Computers in Human Behavior*, 92, 198-215. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.10.035>
- Didyasarini, H., Vongurai, R., & Inthawadee, S. (2017). The factors impact attitude toward using and customer satisfaction with elderly health care mobile application services: a case study of people in Bangkok metropolitan, Thailand. *AU-GSB E-JOURNAL*, 10(1), 167-176.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., & Tatham, R. (2006). *Multivariate Data Analysis*. (6th ed.). Harlow, England: Pearson Education.
- Hsieh, J. K., Hsieh, Y. C., Chiu, H. C., & Feng, Y. C. (2012). Post-adoption switching behavior for online service substitutes: A perspective of the push-pull-mooring framework. *Computers in Human Behavior*, 28(5), 1912-1920.
- Joo, J., & Sang, Y. (2013). Exploring Koreans' smartphone usage: an integrated model of the technology acceptance model and uses and gratifications theory. *Computers in Human Behavior*, 29, 2512-2518.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. New Jersey: McGraw Hill.
- Lei, P.-W., & Wu, Q. (2007). Introduction to structural equation modelling: Issues and practical considerations. *Educational Measurement: Issues and Practice*, 26(3), 33-43. Retrieved from <https://doi.org/10.1111/j.1745-3992.2007.00099.x>
- Mathieson, K., & Keil, M. (1998). Beyond the interface: Ease of use and task/ technology fit. *Information & Management*, 34(4), 221-230.
- Ogbanufe, O., Dinulescu, C. C., Liu, X., & Kucuk, C. Y. (2019). It's in the cloud: Theorizing context specific factors influencing the perception of mobile cloud storage. *The DATA BASE for Advances in Information Systems*, 50(3), 116-137.
- Park, E., & Kim, K. J. (2014). An integrated adoption model of mobile cloud services: Exploration of key determinants and extension of technology acceptance model. *Telematics and Informatics*, 31(3), 376-385.
- Pedroso, R., Zanetello, L., Guimaraes, L., Pettenon, M., Goncalves, V., Scherer, J., Kessler, F., & Pechansky, F. (2016). Confirmatory factor analysis (CFA) of the crack use relapse scale (CURS). *Archives of Clinical Psychiatry*, 43(3), 37-40.
- Ping, R. A. (1994). Does satisfaction moderate the association between alternative attractiveness and exit intention in a marketing channel?. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22, 364-371.
- Sharma, G. P., Verma, R. C., & Pathare, P. (2005). Mathematical modelling of infrared radiation thin layer drying of onion slices. *Journal of Food Engineering*, 71(3), 282-286.

- Shen, Y. (2020). Baidu net disk overseas edition. *Computer and Network*, 32-33.
- Sica, C., & Ghisi, M. (2007). The Italian versions of the Beck Anxiety Inventory and the Beck Depression Inventory-II: Psychometric properties and discriminant power. In M.A. Lange (Ed.), *Leading - Edge Psychological Tests and Testing Research* (pp. 27-50). Nova.
- Soper, D. S. (2022, May 24). A-priori Sample Size Calculator for Structural Equation Models. *Danielsoper*. Retrieved from www.danielsoper.com/statcalc/default.aspx
- Studenmund, A. H. (1992). *Using Econometrics: A Practical Guide*. Harper Collins.
- Takabi, H., Joshi, J. B. D., & Ahn, G. J. (2010). Security and privacy challenges in cloud computing environments. *IEEE Security and Privacy Magazine*, 8(6), 24-31.
- Wang, J. (2017). Critical Factors for Personal Cloud Storage Adoption in China. *Journal of Data and Information Science*, 1(2), 60-74. Retrieved from <https://doi.org/10.20309/jdis.201614>
- Wang, W., & Yang, H. (2017). An empirical study of influential factors of personal cloud storage using intention. *Journal of Information Resources Management*, 4, 86-96.
- Wu, J.-H., & Wang, Y.-M. (2006). Measuring KMS success: A respecification of the DeLone and McLean's model. *Information & Management*, 43(6), 728-739. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.im.2006.05.002>
- Wu, K., Vassileva, J., & Zhao, Y. (2017). Understanding users' intention to switch personal cloud storage services: Evidence from the Chinese market. *Computers in Human Behavior*, 68, 300-314. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.039>
- Xu, F., Tian, M., Xu, G., Reyes Ayala, B., & Shen, W. (2017). Understanding Chinese users' switching behaviour of cloud storage services. *The Electronic Library*, 35(2), 214-232. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/el-04-2016-0080>
- Zhang, G., & Ravishankar, M. N. (2019). Exploring vendor capabilities in the cloud environment: A case study of Alibaba Cloud Computing. *Information and Management*, 56(3), 343-355. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.im.2018.07.008>

INFLUENCING FACTORS OF DATA REUSE INTENTION OF SOCIAL SCIENCE RESEARCHERS: A STRUCTURAL EQUATION MODELING APPROACH

Xiang Chen^{1*} and Poonphon Suesawaluk²

¹PhD Candidate of Technology Education and Management, Graduate School of Business and Advanced Technology Management, Assumption University of Thailand, and Xihua University

²Full-Time Lecturer, Graduate School of Business and Advanced Technology Management, Assumption University of Thailand.

*Corresponding author E-mail: 674555251@qq.com

Received 15 October 2022

Revised 15 February 2023

Accepted 4 March 2023

Abstract

This research aims to explore the influencing factors of data reuse intention of 500 social science researchers in Sichuan, China. Based on the theory of planned behavior (TPB), technology acceptance model (TAM), and extended technology acceptance model (ETAM), this study constructs a research model based on information quality, service quality, subjective norms, data repositories, perceived effort, and intention to reuse data. This quantitative study employs sample techniques, using purposive, quota and convenience sampling. Confirmatory Factor Analysis (CFA), and Structural Equation Model (SEM) were used to analyze the data and examine the research hypotheses. Results show that all hypotheses were approved, except the relationship between perceived ease of use and perceived usefulness. In conclusion, all significant factors should be intervened in the early stage of data sharing and reuse to facilitate the smooth development of data sharing and reuse in the later stage.

Keywords: Data Reuse, Intention to Reuse, Data Repository, Structural Equation Modeling, Social Science

Introduction

Data reuse is an integral part of the sustainable development of open data. Data reuse refers to researchers' secondary use of data sets beyond their original intent (Geissbuhler et al., 2013). Data reuse's intention will help form a circular ecology in which data reuse and sharing promote each other. It is helpful to enhance the recognition and continuous participation of scientific researchers in the concept of open data (Pronk, 2019). Many scholars use behavioral theory to verify that researchers' data reuse attitude, perception factors, subjective norm, and data repository will affect their intention and behavior of data reuse, such as the theory of planned behavior (TPB), technology acceptance model (TAM), and extended technology acceptance model (ETAM) (Yoon & Kim, 2017; Joo & Kim, 2017)

There are disciplinary differences in the influencing factors of data reuse behavior. The Digital Curation Center surveyed researchers in the arts and humanities, social sciences, physical sciences, and other attitudes about data sharing and reuse and found that differences between disciplines are reflected at the level of technology and behavior (Fairley, 2009). There may also be disciplinary differences influencing researchers' intention to reuse data. Sichuan Province is a central province of social science research in China. It has produced and gathered much data on policies and regulations, education and culture, public security, finance, economic statistics, commercial circulation, and legal services. Therefore, this study selects researchers in the field of social sciences in Sichuan Province, China, as the survey object to explore the influencing factors of the intention to reuse data in this field.

Literature Review

1. Service quality (SQ).

SQ is one factor that determines a product's success (Wang & Lin, 2012). SQ affects users' PEOU and PU (Rui-Hsin & Lin, 2018). Leon (2018) emphasized that SQ positively affected the PU and PEOU of virtual communities. When social science researchers conduct data reuse, they involve data search, download, understanding, and application processes. If we can provide fast response service and good response effect in these processes, then researchers' confusion in reusing data will be solved. They will find the data easier to use and may use it in their research. Consequently, the following hypotheses are constructed:

H1a: Service quality has a significant effect on perceived usefulness.

H1b: Service quality has a significant effect on perceived ease of use.

2. Information quality (IQ).

PEOU and PU are affected by individuals' criteria for judging the quality of relevant information (Wang & Lin, 2012). Faniel et al. (2016) focused on factors such as data relevance, completeness, availability, reliability, quality of information sources, and ranking of the journals in which the data were located play an essential role in sociologists' satisfaction with data reuse. IQ is related to the quality of scientific research results. The higher the quality of information, the more valuable it will be to researchers, and the more they will appreciate the value of reusing data. Accordingly, the below hypotheses are proposed:

H2a: Information quality has a significant effect on perceived usefulness.

H2b: Information quality has a significant effect on perceived ease of use.

3. Perceived ease of use (PEOU).

Lederer et al. (2000) pointed out that if a system was easy to access and use, easy to understand the service content and easy to read, had a navigation page, easy to jump to the link of relevant information, short response time, could be quickly retrieved, it indicated that the usability of the system or electronic services had been improved. Xie et al. (2017) focused on how PEOU in e-government services would positively affect PU. Leon (2018)

discussed that among all the factors affecting the perceived usefulness of mobile service applications, PEOU had the most significant effect. Accordingly, the following hypothesis is proposed:

H3: Perceived ease of use has a significant effect on perceived usefulness.

4. Perceived usefulness (PU).

The determinant of a researcher's data reuse is primarily based on the expected benefit and whether the reused data is relevant to his research (Yoon & Kim, 2020). Data users realize that utilizing existing data can improve the efficiency of their research, such as an increase in the number of data publications and a reduction in data collection time. A social science researcher will be willing to use existing data to research if it benefits from reusing data or increases work efficiency to solve the research problem (Kim & Zhang, 2015). Therefore, a hypothesis is set:

H4: Perceived usefulness has a significant effect on attitudes toward data reuse.

5. Perceived effort (PE).

Joo and Kim (2017) found that although many researchers believed data sharing and data reuse were important, they believed that preparing data for sharing would take much work due to their lack of expertise. When data users spend less time and effort acquiring and processing data, their attitude toward reusing data increases (Kim & Zhang, 2015). If researchers perceive that reusing data requires much effort, it will negatively affect attitudes and intention to reuse data (Yoon & Kim, 2020). Thus, the following hypothesis is developed:

H5: Perceived effort has a significant effect on attitudes toward data reuse.

H6: Perceived effort of has a significant effect on intention to reuse data.

6. Subjective norms (SN).

The SN of data reuse is an important indicator that affects the attitude toward data reuse (Yoon & Kim, 2017). Rui-Hsin and Lin (2018) emphasized that SN positively impacted people's intention to use information systems. Calisir et al., (2009) found that SN significantly impacted individuals' behavioral intentions. The SN of data reuse also contributes to the dissemination and utilization of data, promotes academic exchanges, and promotes researchers' emotional cognition of data reuse (Curty & Qin, 2014; Lim & Duang-Ek-Anong, 2021). Accordingly, the following hypotheses are proposed:

H7: Subjective norms have a significant effect on attitudes toward data reuse.

H8: Subjective norms have a significant effect on intention to reuse data.

7. Attitude toward data reuse (ADR).

Combining planned behavior theory, it is believed that positive or negative attitudes toward data reuse will directly affect the intention to reuse data (Joo & Kim, 2017). Researchers' attitudes toward data reuse positively affect their intention to reuse data (Yoon & Kim, 2017). If social science researchers have a positive attitude toward reusing data, they will have a solid incentive to reuse data. Hence, the following hypothesis is proposed:

H9: Attitude toward data reuse has a significant effect on intention to reuse data.

8. Data repositories (DR)

A survey of researchers in STEM (science, technology, engineering, and mathematics) disciplines by Kim and Zhang (2015) showed that the perceived availability of data knowledge bases had a more significant impact on researchers' data-sharing behaviors. Joo et al. (2017) found that the availability of data repositories played a crucial role in promoting the data reuse behavior of health scientists. Joo and Kim (2017) argued that the availability of data repositories was essential for resource utilization. Accordingly, the following hypothesis is proposed. H9. Positive attitude toward data reuse significantly affects a social science researcher's intention to reuse other researchers' data. Subsequently, the last hypothesis is finalized:

H10: Data repository has a significant effect on intention to reuse data.

Research Framework

The research model in this paper is shown in Figure 1. Among them, PEOU was adapted (Wang & Lin, 2012). PU was adapted from (Joo et al., 2017). SN was adapted from (Yoon & Kim, 2017). PE was adapted from (Joo & Kim, 2017). SQ was adapted from (Zhou, 2011). IQ was adapted from (Rotchanakitumnuai & Speece, 2009). DR was adapted from (Kim & Nah, 2018). ADR was adapted from (So & Bolloju, 2005). IRD was adapted from (Kim & Yoon, 2017).

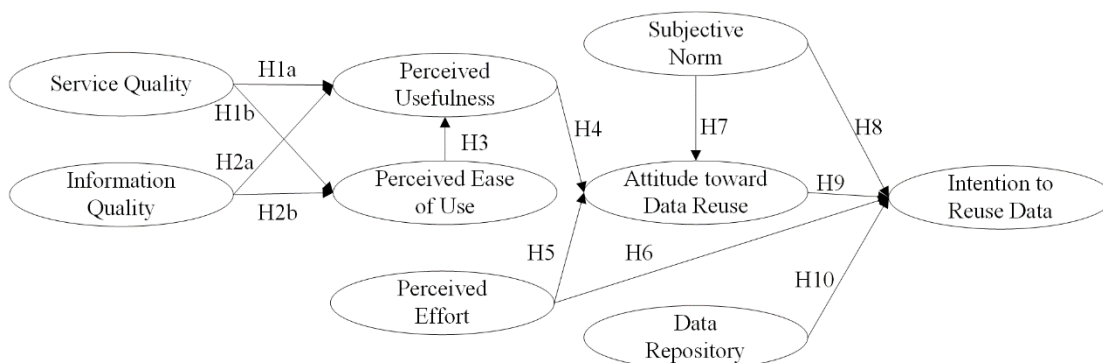


Figure 1. The Conceptual Framework

Research Methodology

The questionnaire consists of screening questions, measurement items of each latent variable, and respondents' information. The introductory part explains the core concepts of the questionnaire to ensure that the respondents have a consistent understanding of the content involved in the research question. The design of the measurement items in the questionnaire was derived or adapted from the existing literature. Questionnaire items were measured using a 5-point Likert scale ranging from 1 (strongly disagree) to 5 (strongly agree).

The index of Item–Objective Congruence (IOC) of six PhD and pilot test of 50 participants were used to verify content validity and construct reliability. Confirmatory Factor Analysis (CFA), and Structural Equation Model (SEM) were used to analyze the data and examine the research hypotheses.

1. Population and Sample Size

The target population are researchers in the field of social sciences who are Master's degree or above and have experienced in conducting research in Sichuan Province, China, except Chengdu. Through the statistics of the questionnaires, a total of 539 questionnaires were collected. Through careful review of each questionnaire, 39 invalid questionnaires with too short filling time were excluded, and the number of valid questionnaires for this survey was 500.

2. Sampling Techniques

This quantitative study employs sample techniques, using purposive, quota and convenience sampling. For purposive sampling, it is found by the development of Philosophy and Social Sciences in Sichuan (2019) (Lv & Peng, 2019, pp. 28-32) that 56 of the top 138 Sichuan Philosophy and Social Sciences research institutions are scattered in other parts of Sichuan Province except for Chengdu. Statistics show that institutions with higher rankings have more social science researchers. In terms of the number of social science research projects, scientific research results, social science platforms, and scientific researchers, these 56 institutions are relatively small, and the distribution is seriously uneven, so the top 20 institutions are selected as the sampling units in the region. Quota sampling were used to generalize 25 participants per each institution. The convenience sampling was to distribute online questionnaire to the target group.

Results and Discussion

1. Demographic Results

The demographic results are explicated in Table 1, including gender, age, time engaged in scientific research and academic position.

Table 1 Demographics of respondents

Demographic Profile (N=500)		Frequency	Percentage
Gender	Male	223	44.6%
	Female	277	55.4%
Age	Under 24	21	4.2%
	25-35	163	32.6%
	36-45	190	38.0%
	46-55	107	21.4%
	56+	19	3.8%
Time engaged in scientific research	Less than 5	140	28.0%
	6-10	139	27.8%
	11-15	100	20.0%
	16-20	66	13.2%
	20+	55	11.0%
Academic Position	Assistant	77	15.4%
	Lecturer/Instructor	197	39.4%
	Associate professor	159	31.8%
	Full professor	50	10.0%
	Others	17	3.4%

2. Confirmatory Factor Analysis (CFA)

The test of the measurement model is mainly based on the reliability and validity of the scale. The reliability of the measurement model was tested by the composite reliability and internal consistency coefficient (Cronbach's Alpha) of the latent variables. It is generally believed that the CR and Cronbach's α of the variable reaching 0.7 is sufficient to indicate that the measurement model has good reliability. From Table 2, the CR are all greater than or equal to 0.826, and Cronbach's α are all greater than or equal to 0.827, indicating that the measurement model has good reliability. Furthermore, Average Variance Extracted (AVE) is greater than 0.5, indicating that the scale has ideal convergent validity. As a results, the AVE is all greater than 0.54, indicating that the measurement model has ideal convergent validity.

Table 2 Confirmatory Factor Analysis Result, Composite Reliability (CR) and Average Variance Extracted (AVE)

Latent Variables	Cronbach's Alpha	CR	AVE
Perceived Ease of Use (PEOU)	0.874	0.875	0.54
Perceived Usefulness (PU)	0.886	0.887	0.663
Subjective Norm (SN)	0.834	0.835	0.627
Perceived Effort (PE)	0.839	0.841	0.639
Service Quality (SQ)	0.895	0.895	0.681
Information Quality (IQ)	0.92	0.921	0.66
Data Repository (DR)	0.889	0.89	0.729
Attitude toward Data Reuse (ADR)	0.862	0.862	0.676
Intention to Reuse Data (IRD)	0.826	0.827	0.614

Source: Created by the author.

Discriminant validity was assessed by correlation coefficients between latent variables. Table 3 shows that the AVE square root of the latent variable is much larger than the correlation coefficient between it and other latent variables, indicating the measurement model has good discriminant validity.

Table 3 Correlation coefficient between latent variables and AVE square root

	PEOU	PU	SN	PE	SQ	IQ	DR	ADR	IRD
PEOU	0.735								
PU	0.202	0.814							
SN	0.223	0.321	0.792						
PE	-0.146	-0.356	-0.274	0.799					
SQ	0.227	0.421	0.212	-0.303	0.825				
IQ	0.268	0.369	0.246	-0.222	0.378	0.812			
DR	0.057	0.286	0.146	-0.208	0.207	0.331	0.854		
ADR	0.185	0.434	0.297	-0.304	0.276	0.362	0.316	0.822	
IRD	0.181	0.346	0.331	-0.311	0.278	0.363	0.421	0.360	0.784

Note: The diagonally listed value is the AVE square roots of the variable

3. Structural Equation Model (SEM)

In Table 4, the statistical indicator values from the SEM represent good fit after the adjustment. The indices and its value used for goodness of fit are CMIN/DF = 1.848, GFI = 0.900, AGFI = 0.884, NFI=0.904, CFI = 0.953, TLI = 0.949, RMSEA = 0.041. All the index values were within the acceptable standard, which confirmed the model's fitness.

Table 4 Goodness of Fit for Measurement and Structural Model

Index	Acceptable Criterion	Statistical Values (Before Adjustment)	Statistical Values (After Adjustment)
CMIN/DF	< 3.00 (Hair et al., 2006)	1148.820/548 or 2.096	1005.471/544 or 1.848
GFI	≥ 0.90 (Hair et al., 2006)	0.878	0.900
AGFI	≥ 0.85 (Schermelel- Engel & Moosbrugger, 2003)	0.859	0.884
NFI	≥ 0.90 (Hair et al., 2006)	0.890	0.904
CFI	≥ 0.90 (Hair et al., 2006)	0.939	0.953
TLI	≥ 0.90 (Hair et al., 2006)	0.934	0.949
RMSEA	<0.05 (Hu & Bentler, 1999)	0.047	0.041

Model Summary	Unacceptable Model Fit	Acceptable Model Fit
------------------	---------------------------	-------------------------

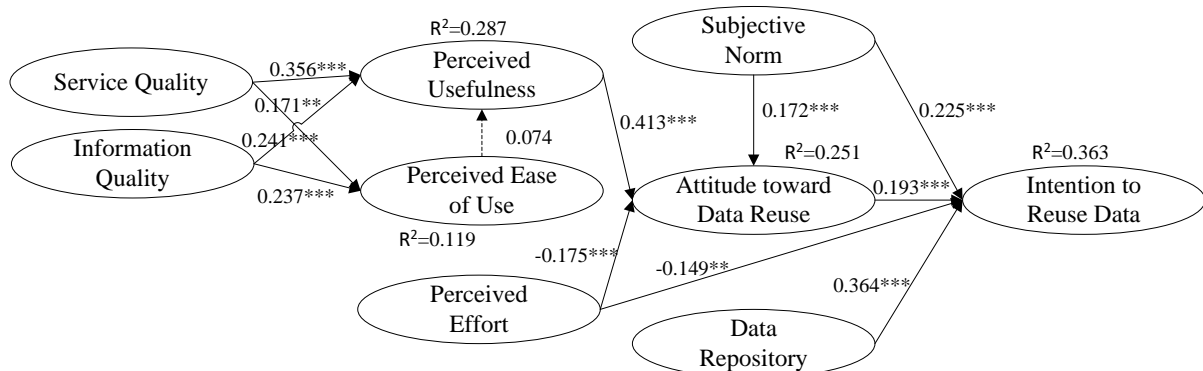
Note: CMIN/DF = The ratio of the chi-square value to degree of freedom, GFI = Goodness-of-fit index, AGFI = Adjusted goodness-of-fit index, NFI = Normed fit index, CFI = Comparative fit index, TLI = Tucker-Lewis index and RMSEA = Root mean square error of approximation

4. Hypothesis Testing Result

The analysis results of a structural model present factors affecting social science researchers' intention to reuse data. The results in Figure 2 showed that SQ had a significant effect on PU ($\beta = 0.356$, $p < 0.001$) and PEOU ($\beta = 0.171$, $p < 0.01$) for data reuse. IQ had a significant effect on PU ($\beta = 0.241$, $p < 0.001$) and PEOU ($\beta = 0.237$, $p < 0.001$) for data reuse. PU had a significant effect on ADR ($\beta=0.413$, $p<0.001$). SN had a significant effect on ADR ($\beta=0.172$, $p<0.001$). PE had a significant effect on ADR ($\beta = - 0.175$, $p<0.001$) and IRD ($\beta = - 0.149$, $p<0.01$). ADR had a significant effect on IRD ($\beta=0.193$, $p<0.001$). SN had a significant effect on IRD ($\beta=0.225$, $p<0.001$). DR had a significant effect on IRD ($\beta=0.364$, $p<0.001$). Among the influencing factors of data reuse intention, DR has the greatest explanatory power on intention. The effect of PEOU for data reuse on PU was not significant ($\beta=0.074$, $p>0.05$).

Table 5 Hypotheses Testing Result of the Structural Model

Hypothesis	Dependent variable ← independent variable	C.R.	Beta(p)	Result
H1	PU←PEOU	1.550	0.074	Not Supported
H2a	PU←SQ	6.717	0.356***	Supported
H2b	PEOU←SQ	3.135	0.171**	Supported
H3a	PU←IQ	4.697	0.241***	Supported
H3b	PEOU←IQ	4.321	0.237***	Supported
H4	ADR←PU	8.254	0.413***	Supported
H5	ADR←PE	-3.389	-0.175***	Supported
H6	IRD←PE	-2.845	-0.149**	Supported
H7	ADR←SN	3.321	0.172***	Supported
H8	IRD←ADR	3.944	0.193***	Supported
H9	IRD←SN	4.307	0.225***	Supported
H10	IRD←DR	7.316	0.364***	Supported



Note: ***= $p < 0.001$, **= $p < 0.01$

Figure 2 SEM Results

Conclusions, Recommendations, Limitations and Future Research

1. Conclusions

This study integrates the quality theory into the research of data reuse intention, explains the connotation of perceived usefulness and ease of use of data reuse, and believes that information quality and service quality are very important in data reuse. This discovery provides a perfect space for data reuse practice. For practical implications, the specific roles and degrees of different influencing factors in data reuse can provide theoretical support for

future data management, reuse, and governance practices. For example, subjective normative, service quality, information quality, data repository, and other important aspects should be intervened in the early stage of data sharing and reuse to facilitate the smooth development of data sharing and reuse in the later stage.

2. Recommendations

SQ and IQ have a direct and significant impact on both the PU and PEOU of data reuse. This shows that social science researchers pay great attention to the quality of service and information provided in the process of data reuse. In view of the existing problems, it helps to explore data reuse rules and methods suitable for the development needs of different social disciplines and provides a timely response and personalized and professional services. For example, the Lancaster University Library held the Lancaster data conversations activity with the library as the main organizer (Lancaster University Library, 2022). The library can also cooperate with the social sciences teaching colleges and departments. For example, the National University data-driven innovation research competition held by Peking University takes the data from the open research data platform of Peking University as one of the sources of data used in the competition and trains the participating teams before the competition.

PU has a direct and significant effect on social science researchers' ADR. Based on this, an incentive mechanism should be established to encourage social science researchers to actively share data and enhance the awareness of sharing and reuse. Strengthen the publicity of the advantages of social science data sharing and reuse, encourage the development of diversified social science data innovation and application guidance and empowerment activities, and establish and issue data patent certificates. Hold social science data innovation and application competition.

SN has a direct and significant impact on social science researchers' attitudes and intention to reuse data; that is, the recommendations and opinions of friends, relatives, and important people around them will affect whether they reuse data. The following steps can be taken to improve the SN of data reuse by social science researchers. First, form a social science data community, and encourage researchers to actively participate in the evaluation, sharing, and interaction of data. For example, apply for Weibo and WeChat official accounts, regularly display the results, cases, and hotspots of data sharing and reuse, promote the promotion of data achievements, and attract more users to join in data sharing and reuse. Second, increase data literacy courses in colleges and universities to improve the data literacy of social science beginners in terms of data culture, data awareness, and data skills, and strengthen their intention to reuse data. Third, establish and maintain dataset attribution and citation policies.

PE has a negative impact on attitudes and intention to reuse data. Based on this, we can optimize the functions of the social science data repository platform, improve the performance and efficiency of the platform, enrich the website tools, and reduce the

perceived efforts of social science researchers in data reuse. For example, improve the data directory list, provide data multi-angle retrieval, data association, data online browsing and analysis, data format verification and conversion, data automatic recommendation and visualization, interactive docking with users, and collect data attachments related to research.

Consistent with the theory of planned behavior, social science researchers' ADR has a direct and significant impact on their IRD. Therefore, making people aware of the value and importance of reusing data and vigorously publicizing and popularizing the important role of data in scientific research activities can encourage people to reuse other people's scientific data.

DR has a significant impact on the intention of social science researchers to reuse data. Based on this, the construction of social science data repositories and the establishment of data processing and processing norms should be promoted at the national and international organization levels so that more researchers can reuse data through various channels. Promote the international certification process and promotion of social science data repositories in my country so that they can appear in the positions recommended by journals in many fields. During this research, it was found that many social science data are only open to specific groups of people (such as university teachers or insiders of research institutes). Data repositories do not only collect government data but should include as many discipline-specific data or datasets as possible in the social sciences.

PEOU of data reuse has no significant effect on PU. This is inconsistent with the conclusions in the theory of planned behavior. This may be due to the fact that some cities (prefectures) in Sichuan Province currently have a small number of effective data application results, have not displayed effective data results, and lacked active exploration of data innovation applications. As a result, the social participation of most data recipients is low, and they do not perceive the difficulty of data reuse when reusing data shared by other researchers.

3. Limitations and Future Research

Several imitations of the study can be stated for the improvement of the future research. First, it can examine other researchers in the different region or countries for factors affecting the data reuse intention. Second, the conceptual framework can be modified and investigate other factors beyond this study. Finally, the qualitative research could be considered to provide logic and insights of social science researcher of their intention to reuse the data.

References

- Calisir, F., Altin Gumussoy, C., & Bayram, A. (2009). Predicting the behavioral intention to use enterprise resource planning systems: An exploratory extension of the technology acceptance model. *Management Research News*, 32(7), 597-613. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/01409170910965215>

- Curry, R. G., & Qin, J. (2014). Towards a model for research data reuse behavior: Towards a Model for Research Data Reuse Behavior. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology*, 51(1), 1-4. Retrieved from <https://doi.org/10.1002/meet.2014.14505101072>
- Fairley, E. (2009). Curated databases in the life sciences: the Edinburgh Mouse Atlas Project. Retrieved from https://www.dcc.ac.uk/sites/default/files/documents/publications/casestudies/SCARP_EMAP.pdf.
- Faniel, I. M., Kriesberg, A., & Yakel, E. (2016). Social scientists' satisfaction with data reuse. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(6), 1404-1416. Retrieved from <https://doi.org/10.1002/asi.23480>
- Geissbuhler, A., Safran, C., Buchan, I., Bellazzi, R., Labkoff, S., Eilenberg, K., Leese, A., Richardson, C., Mantas, J., Murray, P., & De Moor, G. (2013). Trustworthy reuse of health data: A transnational perspective. *International Journal of Medical Informatics*, 82(1), 1-9. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2012.11.003>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, L. R. (2006). *Multivariate Data Analysis*. (6th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hu, L.-T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/10705519909540118>
- Joo, S., Kim, S., & Kim, Y. (2017). An exploratory study of health scientists' data reuse behaviors Examining attitudinal, social, and resource factors. *Journal of Information Management*, 69(4), 389-407.
- Joo, Y. K., & Kim, Y. (2017). Engineering researchers' data reuse behaviours: a structural equation modelling approach. *The Electronic Library*, 35(6), 1141-1161. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/el-08-2016-0163>
- Kim, Y., & Yoon, A. (2017). Scientists' data reuse behaviors: A multilevel analysis. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 68(12), 2709-2719. Retrieved from <https://doi.org/10.1002/asi.23892>
- Kim, Y., & Zhang, P. (2015). Understanding data sharing behaviors of STEM researchers: The roles of attitudes, norms, and data repositories. *Library & Information Science Research*, 37(3), 189-200. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.lisr.2015.04.006>
- Lancaster University Library. (2022). *Lancaster Data Conversations*. Retrieved from <https://www.lancaster.ac.uk/library/research-data-management/data-conversations/>.
- Lederer, A. L., Maupin, D. J., Sena, M. P., & Zhuang, Y. (2000). The technology acceptance model and the World Wide Web. *Decision Support Systems*, 29(3), 269-282. Retrieved from [https://doi.org/10.1016/s0167-9236\(00\)00076-2](https://doi.org/10.1016/s0167-9236(00)00076-2)

- Leon, S. (2018). Service mobile apps: a millennial generation perspective. *Industrial Management & Data Systems*, 118(9), 1837-1860. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/imds-10-2017-0479>
- Lim, S., & Duang-Ek-Anong, S. (2021). Determinants of Intention to Use DevOps in Cambodia's Technology Industry. *AU-GSB E-JOURNAL*, 14(2), 27-39. Retrieved from <https://doi.org/10.14456/augsbejr.2021.12>
- Lin, H.-F. (2007). Predicting consumer intentions to shop online: An empirical test of competing theories. *Electronic Commerce Research and Applications*, 6(4), 433-442. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.elelap.2007.02.002>
- Lv, X. J., & Peng, G. L. (2019). Report on the development of Philosophy and Social Sciences in Sichuan. *Comprehensive evaluation of institutions*, 1(2), 28-32.
- Pronk, T. E. (2019). The Time Efficiency Gain in Sharing and Reuse of Research Data. *Data Science Journal*, 18. Retrieved from <https://doi.org/10.5334/dsj-2019-010>
- Rotchanakitumnuai, S., & Speece, M. (2009). Modeling electronic service acceptance of an e-securities trading system. *Industrial Management & Data Systems*, 109(8), 1069-1084. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/02635570910991300>
- Rui-Hsin, K., & Lin, C.-T. (2018). The usage intention of e-learning for police education and training. *Policing: An International Journal*, 41(1), 98-112. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/pijpsm-10-2016-0157>
- Schermelleh-Engel, K., & Moosbrugger, H. (2003). Evaluating the Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive Goodness-of-Fit Measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8, 23-74.
- So, J. C. F., & Bolloju, N. (2005). Explaining the intentions to share and reuse knowledge in the context of IT service operations. *Journal of Knowledge Management*, 9(6), 30-41. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/13673270510629945>
- Wang, K., & Lin, C. L. (2012). The adoption of mobile value-added services: investigating the influence of IS quality and perceived playfulness. *Managing Service Quality*, 22(2), 184-208.
- Xie, Q., Song, W., Peng, X., & Shabbir, M. (2017). Predictors for e-government adoption: integrating TAM, TPB, trust and perceived risk. *The Electronic Library*, 35(1), 2-20. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/el-08-2015-0141>
- Yoon, A., & Kim, Y. (2017). Social scientists' data reuse behaviors: Exploring the roles of attitudinal beliefs, attitudes, norms, and data repositories. *Library & Information Science Research*, 39(3), 224-233. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.lisr.2017.07.008>
- Yoon, A., & Kim, Y. (2020). The role of data-reuse experience in biological scientists' data sharing: an empirical analysis. *The Electronic Library*, 38(1), 186-208. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/el-06-2019-0146>

Zhou, T. (2011). Examining the critical success factors of mobile website adoption. *Online Information Review*, 35(4), 636-652. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/14684521111161972>

DETERMINING SIGNIFICANT FACTORS OF YOUNG CONSUMERS' ATTITUDES AND PURCHASE INTENTIONS OF WINE IN SICHUAN, CHINA

Yu Zhang

Foreign Language Department Sichuan University of Media and Communications, China.

E-mail: 35352144@qq.com

Received 15 October 2022

Revised 10 March 2023

Accepted 18 March 2023

Abstract

China has become a world leader in wine consumption, especially for wines imported from traditional wine-producing countries and domestically produced in China. Thus, this study determines the factors of quality perception, health benefits, emotional assessment, beliefs, and outcome evaluation influencing young consumers' attitudes and wine purchase intention in Sichuan, China. This quantitative study obtained data for analysis by distributing questionnaires to 500 participants. The index of Item–Objective Congruence (IOC), pilot test, Confirmatory Factor Analysis (CFA), and Structural Equation Model (SEM) were methods utilized to analyze the data and test the research hypotheses proposed. Results show that health benefits, emotional assessment, and attitude significantly influence purchase intention. Outcome evaluation, health benefits, and beliefs significantly influence attitude. However, Quality perception has no significant influence on purchase intention, and the relationship between emotional assessment and attitude is not supported. In conclusion, wine-making enterprises and distributors should focus on customers' health benefits, emotional assessment, beliefs, outcome evaluation of wine attitude, and purchasing intention.

Keywords: Wine, Young Consumers, Quality Perception, Attitudes, Purchase Intention

Introduction

Wine has become one of the most dynamic products in the global economy, transforming the growth of both old-world wine-producing countries (such as France, Italy, Spain, and other European countries and new world wine-producing countries) (Festa et al., 2016). According to the report, an upturn in the world wine industry trends with a slow but sustained increase in global wine consumption. There are 15 major suppliers in the global supply chain that dominate the global wine market. As wine production begins to outstrip global consumption, the question of how to compete in this changing market becomes more pressing. In addition, how to attract consumers and understand why, when, and how they decide to buy a bottle of wine has become a priority for all participants in the market (such as wine producers, distributors, retailers, etc.).

Meanwhile, China is the sixth largest wine consumption country, with 1.24 billion liters. It is predicted that China will become the most extensive wine market in the world in 30 years (Camillo, 2012). However, research in this area is still insufficient to understand the main determinants driving consumer acceptance of wine (Jenster & Cheng, 2008). Moreover, wine is an absolute "sunrise industry" in China. Currently, the annual consumption of wine in China is only 0.66 liters per capita, and the world average is around 4.5 liters wine has a massive space for improvement in the future. Therefore, knowing more about young Chinese consumers' purchasing intention on wine can not only provide marketing intelligence for countries that export wine to China and Chinese wine enterprises but also have important implications for international destinations to capture lucrative markets and support local attractions and hotels, restaurant business (Lu et al., 2019).

Literature Review

1. Quality Perception

Khalid and Helander (2004) proposed that perceived quality refers to the consumer's evaluation of the overall characteristics of a product. Monteiro et al. (2019) pointed out that quality perceptions positively impact customers' wine purchase intentions. Liu et al. (2020) confirmed that quality perception significantly affected purchase intention. Hence, the researcher proposed the following hypothesis:

H1: Quality perception has a significant influence on purchase intention.

2. Health Benefits

Health-conscious consumers understand and care about their health and are incentivized to improve and maintain health and quality of life by adopting healthy behavior and maintaining self-awareness to prevent poor health awareness (Newsom et al., 2005). Misra and Singh (2016) found that the consumer's belief in health benefits influenced the intention to purchase organic products. According to Lu et al. (2019), the cognition-affect framework confirmed that health benefits significantly influenced consumer attitudes and purchase intention toward organic wine. Therefore, the following hypotheses are proposed:

H2: Health benefits have a significant influence on purchase intention.

H3: Health benefits have a significant influence on attitude.

3. Emotional Assessment

Emotional assessment refers to people who use their present emotion as an informational cue to form judgment when making an evaluation judgment (Loewenstein & Lerner, 2003). Wang et al. (2019) used Cognitive Appraisal Theories of Emotion (CATE) to confirm that emotional content significantly impacted purchase intention. Lu et al. (2019) applied a cognition-affect framework to indicate that emotional assessment positively influences attitude. Accordingly, this study proposes hypotheses:

H4: Emotional assessment has a significant influence on purchase intention.

H5: Emotional assessment has a significant influence on attitude.

4. Beliefs

Jenster and Cheng (2008) suggested that attitudes toward behavior can explain an individual's general positive or negative beliefs and assessments of that behavior. Salient beliefs are primary determinants of attitude, subjective norms, and perceived behavioral control (Fishbein & Ajzen, 1975). Sogari et al. (2015) pointed out a causal relationship between quality beliefs and attitude. Based on the previous studies, the researcher proposed the following hypothesis.

H6: Beliefs have a significant influence on attitude.

5. Outcome Evaluation

Consumer evaluation of a product involves using cognition of the product to develop beliefs about the expected outcome of the product and emotional responses to the product (Heslop et al., 2010). Li and Zhong (2017) pointed out that outcome expectation is a judgment of the possible consequences of the consumption of green aquatic products and a motive for people to consume green aquatic products. Young et al. (2005) have demonstrated that outcome expectancy influence intention and attitude towards behavior. Based on the assumptions, the researcher hypothesizes as follows:

H7: Outcome evaluation has a significant influence on attitude

6. Attitude

Consumer attitudes can be divided into functional and constructive categories. Thus, functional attitudes form a broader basis for constructive attitudes at a given time (Didyasarin et al., 2017). However, consumers can use functionality and a constructive attitude (Argyriou & Melewar, 2011). Silva et al. (2014) utilized TPB to discover that attitude was the most significant factor that impacted young adults' wine consumption behavior and intention. Consequently, H7 is set:

H8: Attitude has a significant influence on purchase intention.

7. Purchase Intention

Intention refers to the subjective probability of carrying out a particular behavior which is a driving component in the decision-making process (Fishbein & Ajzen, 1975). The role of intention in decision-making is related to the level of effort required to perform a behavior, such as purchasing a product or a service (Bagozzi et al., 1990). Das (2014) defined *purchase intention* as the individual's willingness to purchase goods or services, which can be converted into purchase behavior. Tavares et al. (2008) confirmed that if a person intended to purchase products, he/she would take action when buying goods and thought the price was fair and found them easy to obtain.

Research Framework

The research framework was constructed from the previous four theoretical frameworks. For the previous study's framework, the first one was conducted by Wang et al. (2019), and it provided quality perception (QP). The second one was conducted by Lu et al. (2019) which provided health benefits (HB), emotional assessment (EA), and attitude (ATT). The third research, carried out by Jose and Kuriakose (2021), was concerned with the investigation of attitude (ATT) and purchase intention (PI). The last one was conducted by Zanten (2005), which provided the study of beliefs (Be), attitude (ATT), and outcome evaluation (OE). Based on the previous studies, the research framework is shown in Figure 1.

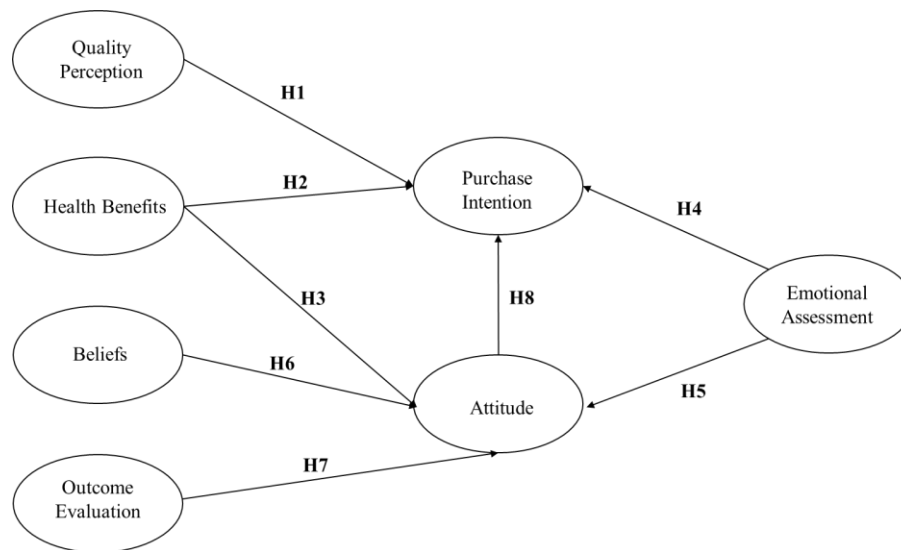


Figure 1 Conceptual Framework

Research Methodology

The data were collected through online questionnaires, consisting of screening questions, demographic profiles, and measuring items. For scale items, a 5-point Likert scale was used to measure variables from 1 (strongly disagree) to 5 (strongly agree). Before data collection, the researcher conducted an item-objective consistency (IOC) index test by three experts, showing that all items were approved at a score of 0.6 or above. To test the reliability of the study, the researcher also conducted a pilot test and used Cronbach's Alpha measurement to distribute questionnaires to 50 target populations, resulting in all constructs being approved at a score of more than 0.7 (Dikko, 2016). Afterwards, the researcher distributed questionnaires to the target population, and 576 valid questionnaires were obtained for the study. The data were analyzed by confirmatory factor analysis (CFA) and structural equation model (SEM) by using SPSS and AMOS software.

1. Population and Sample Size

The target population is people living in Sichuan, China, who have experienced purchasing these three brands of wine (Great wall, Chang Yu and Dynasty). There are seven latent variables and 33 observed variables in this study. Williams et al. (2010) suggested that 500 was the minimum sample size required in a complex model compared with a simple model. In order to obtain valid questionnaires, the researchers distributed about 600 questionnaires and used 576 valid questionnaires for the study.

2. Sampling Techniques

The sampling procedure involves purposive, stratified random, and convenience sampling. The purposive sampling is to select people living in Sichuan, China, who have experienced purchasing these three brands of wine (Great wall, Chang Yu and Dynasty). The age of the respondents is from 18 to 41 years old. Stratified random sampling to collect data proportionally according to the size of the young wine consumers. For convenience sampling, the online survey was distributed between April and June 2022 to over 600 participants via WeChat, of which 576 were returned and qualified to process the analysis.

Results and Discussion

1. Demographic Information

According to the demographic profile of 576 respondents, 65.5 percent (378) are male, while 48.4 percent (198) are female. The majority of respondents are between 35 and 41 years old of 35 percent, followed by between 18 and 25 years old of 32.8 percent, and between 26 and 34 years old of between 26 and 34 years old of 32.2 percent. For education level, most respondents are Bachelor's degree of 54.3 percent, and the least group is Doctoral degree of 0.5 percent. In the term of occupation, most respondents are private employee of 32.8 percent. The majority of respondents earn monthly income between CNY 5001-10,000 of 50.3 percent.

2. Confirmatory Factor Analysis (CFA)

Hair et al. (2006) indicated that Confirmatory factor analysis (CFA) is a highly effective method to determine how to account for small-scale variables appropriately. Convergent validity (factor loading, composite reliability, average variance extraction) and discriminant validity can be verified by CFA. The results in Table 1 show that the construction has an internal consistency coefficient under the rule of thumb that Cronbach's Alpha must be 0.70 or above (Dikko, 2016). Factor loading of each variable was above 0.5 at a t-value >1.98 and p-value < 0.5 (Hair et al., 2010). Composite reliability (CR) was more significant than 0.7 and average variance extracted (AVE) was more significant than 0.4 for all constructs (Fornell & Larcker, 1981). In summary, the statistical estimates were approved.

Table 1 Confirmatory Factor Analysis Result, Composite Reliability (CR) and Average Variance Extracted (AVE)

Latent Variables	Source of Questionnaire	No. of Items	Cronbach's Alpha	Factors Loading	CR	AVE
Quality perception (QP)	Monteiro et al. (2019)	4	0.914	0.826-0.874	0.914	0.727
Health Benefits (HB)	Lu et al. (2019)	5	0.975	0.880-0.966	0.974	0.884
Emotional Assessment (EA)	Lu et al. (2019)	4	0.963	0.878-0.963	0.960	0.859
Beliefs (BF)	Zanten (2005)	6	0.965	0.891-0.933	0.965	0.846
Outcome Evaluation (OE)	Christodoulidou (2009)	6	0.924	0.755-0.861	0.921	0.659
Attitude (ATT)	Neeraj et al. (2020)	4	0.769	0.587-0.788	0.772	0.462
Purchase intention (PI)	Lu et al. (2019)	5	0.942	0.584-0.957	0.948	0.789

Source: Created by the author.

In this study, the square root AVE of each factor was larger than the correlation values of all factors. Consequently, the discriminant validity was approved. Studenmund (1992) stated that when the factor correlations did not surpass 0.80., it had no multicollinearity problems as demonstrated in Table 2.

Table 2 Discriminant Validity

Correlation	QP	HB	EA	BE	OE	ATT	PI
QP	0.852						
HB	0.400	0.940					
EA	0.195	0.447	0.926				
BE	0.279	0.430	0.487	0.919			
OE	0.357	0.375	0.308	0.333	0.811		
ATT	0.368	0.443	0.371	0.427	0.600	0.679	
PI	0.255	0.386	0.361	0.450	0.260	0.433	0.888

Note: The diagonally listed value is the AVE square roots of the variables.

3. Structural Equation Model (SEM)

The model's fitness is illustrated in Table 3, where the statistical indicator values from the SEM are compared with acceptable criteria. The indices and its value used for goodness of fit are CMIN/DF = 3.210, GFI = 0.850, AGFI = 0.817, CFI = 0.951, TLI = 0.944, RMSEA = 0.062. All the index values were within the acceptable standard, which confirmed the model's fitness.

Table 3 Goodness of Fit for Measurement and Structural Model

Index	Acceptable Values	Statistical Values of Structural Model
CMIN/DF	< 3.00 Hair et al. (2006)	3.210
GFI	≥ 0.85 Sica and Ghisi (2007)	0.850
RMSEA	< 0.08 Pedroso et al. (2016)	0.062
AGFI	≥ 0.80 Sica and Ghisi (2007)	0.817
NFI	≥ 0.90 Bentler and Bonett (1980)	0.930
CFI	≥ 0.90 Bentler (1990)	0.951
TLI	≥ 0.90 Bentler and Bonett (1980)	0.944

Model summary	Acceptable Model Fit
------------------	----------------------

Remark: CMIN/DF = The ratio of the chi-square value to degree of freedom, GFI = Goodness-of-fit index, RMSEA = Root mean square error of approximation, AGFI = Adjusted goodness-of-fit index, NFI = Normed fit index, CFI = Comparative fit index, and TLI = Tucker-Lewis index

4. Hypothesis Testing Result

Structural models measure the significance of relationships between variables by their regression weights and R² variance. It turns out that all of the hypotheses presented are supported, except H1 and H5. Attitude (ATT) was the strongest predictor of purchase intention (PI). They were followed by emotional assessment (EA) and health benefits (HB). Outcome evaluation (OE) was the most influential to attitude, followed by beliefs and health benefits.

Table 4 Hypothesis Results of the Structural Equation Model

Hypothesis	(β)	t-value	Result
H1: QP→PI	0.026	1.208	Not supported
H2: HB→PI	0.092	3.546***	Supported
H3: HB→ATT	0.121	4.953***	Supported
H4: EA→PI	0.098	3.769***	Supported
H5: EA→ATT	0.040	1.697	Not supported
H6: BE→ATT	0.127	5.086***	Supported
H7: OE→ATT	0.361	10.294***	Supported
H8: ATT→PI	0.292	5.361***	Supported

Note: ***= $p < 0.001$

Source: Created by the author.

H1: The standardized path coefficient between quality perception and purchase intention was 0.026, and the t-value was 1.208, indicating no significant effect between quality perception and purchase intention. Hence, H1 was not supported, and quality perception did not influence purchase intention in this study.

H2: The standardized path coefficient between health benefits and purchase intention was 0.092, with a t-value of 3.546***. The hypothesis was supported by TPB (Ajzen, 1991) and previous empirical studies (Jose & Kuriakose, 2021; Lu et al., 2019). Therefore, it concluded that health benefits positively influenced purchase intention. Therefore, H2 was supported.

H3: The standardized path coefficient between health benefits and attitude was 0.121, with a t-value was 4.953***. Consequently, H3 was supported. It implied a positive causal relationship between health benefits and attitude. This finding is consistent with previous research (Newsom et al., 2005).

H4: The hypothesis was supported by the positive influence of emotional assessment on purchase intention with a standardized path coefficient of 0.098 and a t-value was 3.769***, which was supported by Cognitive Appraisal Theories of Emotion (CATE) (Wang et al., 2019). The finding is aligned with studies by (Bui & Kemp, 2013; Lu et al., 2019; Watanabe et al., 2020). Therefore, H4 was supported.

H5: The standardized path coefficient between emotional assessment and attitude was 0.040, with a t-value of 1.697. Therefore, H5 was not supported. Therefore, the result indicated an insignificant relationship between emotional assessment and attitude.

H6: The hypothesis testing exposed that the standardized path coefficient of beliefs and attitude was 0.127, and the t-value was 5.086***. Hence, H6 was supported. TRA and TPB (Ajzen, 1991) supported the hypothesis. Sogari et al. (2015) concluded that beliefs positively influenced attitude.

H7: The standardized path coefficient between outcome evaluation and attitude was 0.361, and the t-value was 10.294***. Consequently, H7 was supported. The hypothesis was supported by TRA and TPB (Ajzen, 1991). This corresponds to research conducted by (Li & Zhong, 2017; Young et al., 2005; Zanten, 2005). It implied that there was a positive relationship between outcome evaluation and attitude.

H8: The hypothesis testing exposed that the standardized path coefficient of attitude and purchase intention was 0.292, with a t-value of 5.361***. The finding is aligned with studies of (Caliskan et al., 2020; Neeraj et al., 2020; Silva et al., 2014). All the studies applied to TPB to find that attitude positively influences purchase intention.

Conclusions, Recommendations, Limitations and Future Research

1. Conclusions

Results show that health benefits, emotional assessment, and attitude significantly influence purchase intention. Outcome evaluation, health benefits, and beliefs significantly influence attitude. However, Quality perception has no significant influence on purchase intention, and the relationship between emotional assessment and attitude is not supported. Firstly, the attitude was the most influential predictor to purchase intention. Lu et al. (2019) posited that Chinese consumers express a favorable attitude and are interested in purchasing wine. Secondly, the attitude was primarily influenced by outcome evaluation. Affective evaluation can prompt rapid, heuristic, and automatic responses, which are helpful in rapid decision-making and positive attitude.

Besides, Lu et al. (2019) pointed out that health benefits positively influenced Chinese consumers' attitudes toward wine. Regarding the participants' perceptions of wine and health, the researchers found that most participants were optimistic about the health benefits of moderate wine consumption. However, according to the statistical result, there was no causal relationship between emotional assessment to attitude. Thirdly, attitude plays a significant role as it serves as the mediator variables of outcome evaluation (OE), beliefs (BE), emotional assessment (EA), and health benefits (HB). In conclusion, nowadays, wine is a tasting experience, not only a symbol of prestige but also a social communication tool or a means of celebration. In contrast to other products, wine consumption can be almost compared to aesthetic products, and the experience is the basis of purchase and post-purchase.

2. Recommendations

For recommendations, firstly, the results suggest that wine companies or participants should leverage the experiential attitude of consumers towards the product. Secondly, there was no causal relationship between quality perception and purchase intention. The results show that consumers perceive sustainability certification as a guarantee of high-quality standards and have a more positive attitude towards this type of wine, as well as helping give a positive impression to the industry. Thirdly, wine companies should investigate young

consumers' beliefs and concerns about wine's health benefits. It is vital for vintners to responsibly promote the health benefits of moderate drinking as an effective marketing technique. Fourthly, all the wine participants should know that the most significant influence comes from young consumers' outcome evaluation of their consumption behavior. Therefore, it is necessary to educate young consumers to evaluate products better.

Lastly, the results suggest that emotional assessment did not influence attitude but mattered to young consumers' wine purchase intention. This result challenges previous research on western consumers that positive emotions are integral to wine-related consumption (Mora & Moscarola, 2010). wine companies should be aware of this age group's attitudes, perceptions, preferences, and behavior to adapt to their current and future needs and expectations. This study can also serve as a starting point for further research in wine marketing, as the implications of the findings and the questions raised may have applications in communication and advertising.

3. Limitations and Future Research

Future research should also investigate other factors such as country of origin, label, price, etc. In addition, it might be more beneficial to analyze other target consumer groups, such as middle-aged consumers or the generation X group. Moreover, marketers can more precisely design appropriate and effective campaigns by further refining the target consumer groups who are most likely to respond to marketing messages around health benefits. While no one is advocating that everyone should drink wine, it is crucial for vintners to responsibly promote the health benefits of moderate drinking as an effective marketing technique. Finally, the influence of another participant may cause the findings to be very similar within pairs (couples) or groups. In future research, care will be taken to ensure that other participants do not influence individual responses.

References

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Argyriou, E., & Melewar, T. C. (2011). Consumer Attitudes Revisited: A Review of Attitude Theory in Marketing Research. *International Journal of Management Reviews*, 13(4), 1-5. Retrieved from <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2011.00299.x>
- Bagozzi, R. P., Yi, Y., & Baumgartner, J. (1990). The level of effort required for behaviour as a moderator of the attitude-behaviour relation. *European Journal of Social Psychology*, 20(1), 45-59.
- Bentler, P. M. (1990). Comparative fit indexes in structural models. *Psychological Bulletin*, 107(2), 238-246. Retrieved from <https://doi.org/10.1037/0033-2909.107.2.238>

- Bentler, P. M., & Bonett, D. G. (1980). Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures. *Psychological Bulletin*, 88(3), 588–606. Retrieved from <https://doi.org/10.1037/0033-2909.88.3.588>
- Bui, M., & Kemp, E. (2013). E-tail emotion regulation: examining online hedonic product purchases. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 41(2), 155-170. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/09590551311304338>
- Caliskan, A., Çelebi, D., & Pınar, I. (2020). Determinants of organic wine consumption behavior from the perspective of the theory of planned behavior. *International Journal of Wine Business Research*, 33(3), 360-376.
- Camillo, A. A. (2012). A strategic investigation of the determinants of wine consumption in China. *International Journal of Wine Business Research*, 24(1), 68-92.
- Christodoulidou, M. (2009). Extreme case formulations in Cypriot Greek. Proceedings of SRSI 2009 [Paper presentation]. In *the 2nd Workshop on Semantic Representation of Spoken Language*, Athens, Greece.
- Das, G. (2014). Linkages of retailer awareness, retailer association, retailer perceived quality and retailer loyalty with purchase intention: a study of Indian food retail brands”, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(3), 284-292.
- Didyasarini, H., Vongurai, R., & Inthawadee, S. (2017). The factors impact attitude toward using and customer satisfaction with elderly health care mobile application services: a case study of people in Bangkok metropolitan, Thailand. *AU-GSB E-JOURNAL*, 10(1), 167-176.
- Dikko, M. (2016). Establishing Construct Validity and Reliability: Pilot Testing of a Qualitative Interview for Research in Takaful (Islamic Insurance). *Qualitative Report*, 21(3), 1-6.
- Festa, G., Cuomo, M. T., Metallo, G., & Festa, A. (2016). The (r) evolution of wine marketing mix: from the 4Ps to the 4Es. *Journal of Business Research*, 69(5), 1550-1555.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behaviour: An Introduction Theory and Research*. MA: Addison-Wesley.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (2010). *Multivariate Data Analysis*. (6th ed). New York: Prentice Hall.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis* (6th ed.). New York: Pearson.
- Heslop, L., Cray, D., & Armenakyan, A. (2010). Cue incongruity in wine personality formation and purchasing. *International Journal of Wine Business Research*, 22, 288-307. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/17511061011075400>

- Jenster, P., & Cheng, Y. (2008). Dragon wine: developments in the Chinese wine industry. *International Journal of Wine Business Research*, 20(3), 244-259.
- Jose, H., & Kuriakose, V. (2021). Emotional or logical: reason for consumers to buy organic food products. *British Food Journal*. Advanced Online Publication. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2020-0916>
- Khalid, H. M., & Helander, M. G. (2004). A framework for affective customer needs in product design. *Theoretical Issues in Ergonomics Science*, 5(1), 27-42.
- Li, Y., & Zhong, C. (2017). Factors driving consumption behavior for green aquatic products: Empirical research from Ningbo, China. *British Food Journal*, 119. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2016-0456>
- Liu, C., Zhang, Y., & Zhang, J. (2020). The impact of self-congruity and virtual interactivity on online celebrity brand equity and fans' purchase intention. *Journal of Product & Brand Management*. Advanced Online Publication. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/JPBM-11-2018-2106>
- Loewenstein, G., & Lerner, J. S. (2003). The role of affect in decision making", in Davidson, R.J., Goldsmith, H.H. and Scherer, K.R. (Eds), *Handbook of Affective Science* (pp. 619-642). Oxford University Press.
- Lu, X., Juon, H. S., He, X., Dallal, C. M., Wang, M. Q., & Lee, S. (2019). The association between perceived stress and hypertension among Asian Americans: does social support and social network make a difference? *Journal Community Health*, 44(3), 451-462. Retrieved from <https://doi.org/10.1007/s10900-018-00612-7>
- Misra, R., & Singh, D. (2016). An analysis of factors affecting growth of organic food: Perception of consumers in Delhi-NCR (India). *British Food Journal*, 118, 2308-2325. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/BFJ-02-2016-0080>
- Monteiro, P., Guerreiro, J., & Loureiro, S. (2019). Understanding the role of visual attention on wines' purchase intention: an eye-tracking study. *International Journal of Wine Business Research*, ahead-of-print. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/IJWBR-03-2019-0017>
- Mora, P., & Moscarola, J. (2010). Representations of the emotions associated with a wine purchasing or consumption experience. *International Journal of Consumer Studies*, 34(6), 674-683.
- Neeraj, D., Narula, S., & Gupta, S. (2020). Influences on purchase intentions of organic food consumers in an emerging economy.
- Newsom, J. T., McFarland, B. H., Kaplan, M. S., Huguet, N., & Zani, B. (2005). The health consciousness myth: implications of the near independence of major health behaviours in the North American population. *Social Science and Medicine*, 60(2), 433-437.

- Pedroso, R., Zanetello, L., Guimaraes, L., Pettenon, M., Goncalves, V., Scherer, J., Kessler, F., & Pechansky, F. (2016). Confirmatory factor analysis (CFA) of the crack use relapse scale (CURS). *Archives of Clinical Psychiatry*, 43(3), 37-40.
- Sica, C., & Ghisi, M. (2007). The Italian versions of the Beck Anxiety Inventory and the Beck Depression Inventory-II: Psychometric properties and discriminant power. In M.A. Lange (Ed.), *Leading - Edge Psychological Tests and Testing Research* (pp. 27-50). Nova.
- Silva, A., Ls Figueiredo, I., Hogg, T., & Sottomayor, M. (2014). Young adults and wine consumption a qualitative application of the theory of planned behavior. *British Food Journal*, 116, 832-848. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/BFJ-05-2012-0114>
- Sogari, G., Corbo, C., Macconi, M., Menozzi, D., & Mora, C. (2015). Consumer attitude towards sustainable-labelled wine: an exploratory approach. *International Journal of Wine Business Research*, 27, 312-328. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/IJWBR-12-2014-0053>
- Studenmund, A. H. (1992). *Using Econometrics: A Practical Guide*. Harper Collins. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.wasman.2008.07.013>
- Tavares, G., Zsigraiová, Z., Semião, V., & Carvalho, M. (2008). Optimisation of MSW collection routes for minimum fuel consumption using 3D GIS modelling. *Waste management*, 29(3), 1176-1185.
- Wang, X., Guo, J., Wu, Y., & Liu, N. (2019). Emotion as signal of product quality: Its effect on purchase decision based on online customer reviews. *Internet Research, ahead-of-print*. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/INTR-09-2018-0415>
- Watanabe, E. A., de, M., Alfinito, S., Curvelo, I. C. G., & Hamza, K. M. (2020). Perceived value, trust and purchase intention of organic food: a study with Brazilian consumers. *British Food Journal*, 122(4), 1070-1184. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/bfj-05-2019-0363>
- Williams, B., Brown, T., & Onsmann, A. (2010). Exploratory factor analysis: A five-step guide for novices. *Australasian Journal of Paramedicine*, 8(3), 1-13. Retrieved from <https://doi.org/10.33151/ajp.8.3.93>
- Young, H. N., Lipowski, E. E., & Cline, R. J. (2005). Using social cognitive theory to explain consumers' behavioral intentions in response to direct-to-consumer prescription drug advertising. *Research in Social and Administrative Pharmacy*, 1(2), 270-288.
- Zanten, R. (2005). Drink Choice: Factors Influencing the Intention to Drink Wine. *International Journal of Wine Marketing*, 17, 49-61. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/eb008788>

DETERMINANTS INFLUENCING THE LEARNING SATISFACTION OF ONLINE ART EDUCATION FOR POSTGRADUATES IN PUBLIC UNIVERSITIES IN SICHUAN, CHINA

Yijian Wang

¹Senior High School of Shuangliu Yong'an Middle school, Chengdu, Sichuan, China.

E-mail: 308212399@qq.com

Received 6 October 2022

Revised 10 March 2023

Accepted 26 March 2023

Abstract

This study aims to measure determinants influencing learning satisfaction of art graduates with their online education during the COVID-19 era at public universities in Sichuan Province. The conceptual framework includes system quality, information quality, service quality, self-efficacy, perceived utility, perceived ease of use, and learning satisfaction. The investigation and research methods involve judgmental, stratified random, and convenience sampling. The target population is 496 participants who are postgraduate students. In order to analyze the data, the researcher utilized confirmatory factor analysis and structural equation modeling to evaluate the hypotheses and the relationships between the variables. The findings demonstrate that all hypotheses are supported. This study can therefore be applied to enhance students' learning efficiency and satisfaction in Sichuan public universities' online programs for art majors.

Keywords: Online Education, System Quality, Information Quality, Service Quality, Learning Satisfaction.

Introduction

Online education has advanced dramatically in recent years, thanks to China's rapid development of Internet technology. Accorded to the data statistics from the China Internet Information Center, there were 23.246 million students enrolled in online courses as of June 2019, up from 110.14 million in 2015. The number of online education users also increased by about 100 million after stabilizing between June 2019 and the end of March 2021. The pandemic caused nearly 200 million users, demonstrating the impact of the coronavirus outbreak to contribute to the promotion of online education. It also signifies that the rate at which modern education utilizes the Internet is rising quickly yearly.

Online education was building network resources and investing in hardware for education to rise annually in China. The pioneering role of colleges and universities has greatly aided the expansion of online education and colleges and universities have invested in network resources. However, because of their unique characteristics, online education and art teaching are still in the early stages of growth (Xie, 2020). Accelerating research into online art

education is essential to enhancing network service and teaching quality and better preparing for the current pandemic environment (Wang et al., 2020). Li (2021) suggested that the Internet and art education together would surely advance the field of art education. In order to achieve the diversification of education and teaching methods, network art education research should not only incorporate the legislation of art education but also broaden the diversity of network teaching modes as feasible.

The success of Internet-based art education depends on the system's overall level, system optimization, and network system interaction conditions (Wu & Wang, 2006). Researchers sorted out the variables affecting online art education and summarized them into objective and subjective characteristics using Aldholay et al. (2018), and Baber (2021). The online teaching process, however, prioritizes exterior form above internal substance (Sun, 2019). It is clear from this that a study on the elements affecting online education is a crucial step in raising the standard of instruction and that student satisfaction with learning was a vital indicator of the effectiveness of online art education. Therefore, it is crucial to research the variables influencing learning pleasure in online art education and their interactions.

Literature Review

1. System Quality (SYQ)

System quality is a metric used to assess a system's capacity for information processing, including its dependability, potency, and accessibility. It is also described as a measure of a system's capacity to process data and an assessment of a computer's capacity to examine its inbuilt documents (Chang, 2013). System quality could be assessed to enhance user experience using a system's dependability and efficacy. Users' satisfaction is greatly affected by the alignment of information exchange efficiency and real efficiency (Masrek & Gaskin, 2016). This study infers the following presumption:

H1: System quality has a significant effect on learning satisfaction.

2. Information Quality (IQ)

Information quality measures how helpful information is when it is supplied using a computer platform. IQ indicates to users whether the platform's content is current, accurate, and comprehensive (Chang, 2013). According to Masrek and Gaskin (2016), IQ is a crucial indication for assessing the accuracy and completeness of the information offered to users by the computer platform, as well as its utility, thoroughness, and accuracy. It also suggested that IQ serves as one of the markers for gauging how much pleasure people genuinely experience. The satisfaction and propensity to repurpose users are greatly influenced by high-quality material (Chang, 2013). Thus, it is possible to assume the following:

H2: Information quality has a significant effect on learning satisfaction.

3. Service Quality (SEQ)

The effectiveness of the service offered by the service provider to the user is known as service quality, which also referred to the user's acceptance of the received service, including the acceptance of the service's dependability, assurance, empathy, empathy, and responsiveness (Yuce et al., 2019). According to Aldholay et al. (2018), high SEQ quality would significantly affect how happy and satisfied the consumer feels throughout actual use. Additionally, good SEQ could considerably enhance students' academic achievement, reduce their learning time, and significantly enhance their learning satisfaction (Yuce et al., 2019). As a result, the following conclusion can be made:

H3: Service quality has a significant effect on learning satisfaction.

4. Self-Efficacy (SE)

Self-Efficacy is defined as an active process of a person's subjective cognition that he can do a particular activity according to the expectation (Chughtai, 2018). Through training, SE could become more confident using internet tools and experience less technology-related anxiety (Zhao et al., 2008). Aldholay et al. (2018) noted that subjective cognition impacted SE. The perception of SE would impact how the learners evaluate the usefulness of system information and its simplicity of use, which would positively affect the learners' learning interest and academic success (Eom, 2012). As a result, a hypothesis made the following presumptions:

H4: Self-efficacy has a significant effect on perceived usefulness.

H5: Self-efficacy has a significant effect on perceived ease of use.

5. Perceived Ease of Use (PEOU)

Sharma et al. (2014) asserted that PEOU describes a person's conviction that particular technology and system can be utilized effectively without extensive training. It refers to how simple it is for students to use an online learning platform while studying. There is a strong correlation between perceived utility and perceived ease of use among students who rated the usefulness of the online learning system by how easy it was for them to use (Ifinedo, 2017). Cheng (2012) also agreed the point that learners with a strong desire to learn can make the system easier to use, which would increase their satisfaction in the system and increase their motivation to use it repeatedly. Therefore, it is possible to assume the following hypotheses:

H6: Perceived ease of use has a significant effect on perceived usefulness.

: Perceived ease of use has a significant effect on learning satisfaction.

6. Perceived Usefulness (PU)

When a person who believed that the particular system he/she utilizes could increase work efficiency is known as "perceived usefulness" (PU) (Cheng, 2012). In other words, PU refers to cognition in which people think accessing platforms and content from computer systems would help them perform better and reap benefits (Masrek & Gaskin, 2016). According

to Sharma et al. (2014), perceived usefulness is a personal motivator that influences whether or not students accept e-learning systems and is one of the critical variables that affects students' learning satisfaction and acceptance of teaching strategies. According to Ifinedo (2017), a link between usefulness and contentment suggested that students' understanding of the network system's utility could help increase student satisfaction. Hence, a hypothesis is proposed:

H7: Perceived usefulness has a significant effect on learning satisfaction.

7. Learning Satisfaction (LS)

Learning satisfaction is termed as how would users of an online learning system perceive the products or services that are made available to them (Kitcharoen, 2018). The main elements influencing users' satisfaction with an online learning system and whether they would continue to use it are its usefulness and value (Chang, 2013). When customers receive assistance from a service provider to complete chores, they are satisfied, which is a highly individualized psychological endeavor (Masrek & Gaskin, 2016). Accorded to Aldholay et al. (2018), the number, swiftness, quality, and format of system functions that consumers accept constitute user pleasure.

Research Framework

Figure 1 illustrates the conceptual framework of this study, based on precedent academic research frameworks. The variables are system quality, information quality, service quality, self-efficacy, perceived utility, perceived ease of use, and learning satisfaction.

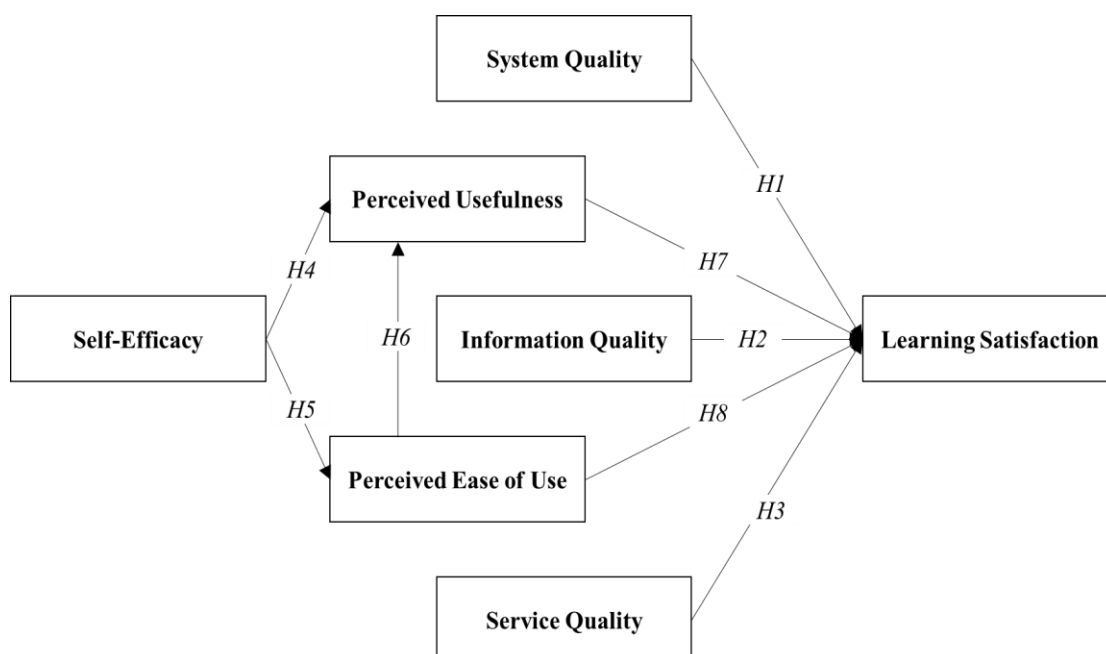


Figure 1 Conceptual Framework

Research Methodology

The researchers used online and offline questionnaires to gather data. The questionnaire was distributed to 496 Art graduate students from the three target universities. The investigation and research methods involve judgmental, stratified random, and convenience sampling. The survey comprises of screening questions, demographic inquiries, and a 5-point Likert measurement scale. Before the survey's distribution, the researcher asked three specialists from related fields to test the questionnaire's target consistency, and all of the items passed with a score of at least 0.6. A preliminary sample test with a sample size of 30 was then carried out to guarantee the validity and internal consistency of the constructs at a score of 0.7 or over. The confirmatory factor analysis (CFA) and the structural equation model (SEM) were used to analyze the data.

1. Population and Sample Size

Graduate art students from three prestigious universities in Sichuan Province, which are Sichuan University, Chengdu University, and Sichuan Normal University. The sample size calculator determines that the reference sample size needed for the research is 444 when combined with the particular project scale of the theoretical framework for the study (Soper, 2022). In order to produce accurate and trustworthy study results, the researchers planned to collect data from 500 samples.

2. Sampling Techniques

The judgmental sampling was determined to 496 art graduate students from the three target universities who have had at least month of learning experience. For stratified random sampling, 496 postgraduate students were randomly chosen from 1,200 to complete a questionnaire survey. Convenience sampling was carried out by online and offline questionnaire distribution. The academic staff delivered the paper-based questionnaire as well as online survey link to 500 art graduates of the three universities.

Results and Discussion

1. Demographic Information

The demographic results are based on 496 valid Responses. There were 45% male and 55% female. For online education experience, there was 19.3% of less than one year, followed by 36.5% of 1-2 years, 28.2% of 3-4 years, and 16% of over 4 years.

2. Confirmatory Factor Analysis (CFA)

CFA was employed in the study to validate the measurement model. 496 valid data were analyzed using IBM SPSS Amos. According to Hair et al. (2010), the degree of freedom (CMIN/DF) was 1.948, less than 3.00, GFI was 0.912, higher than 0.90 (Hair et al., 2006), AGFI was 0.892, more than 0.80 (Jöreskog & Sörbom, 1989), and the comparative fitting index (CFI) was 0.956, more than 0.90. (Hair et al., 2006), The root mean square error (RMSEA) was around 0.044, less than 0.05 (Arbuckle & Wothke, 2008), and the normalized fit index (NFI) was 0.915, higher

than 0.90. (Arbuckle, 1995).

All of the indicators obtained for this study pass the CFA test. In Table 3, the factor load value was more significant than 0.50 (Salkind, 2010), the t value was more significant than 1.98, the P value was less than 0.50, and the total reliability (CR) was more significant than 0.70 (Hair et al., 2010). The average variance extracted (AVE) was more significant than 0.50. In addition, all variables in the theoretical framework have Cronbach's alpha values greater than 0.80. (Hair et al., 1998). As a result, the model test was used for the discriminant and convergent validities.

Table 1 Confirmatory Factor Analysis Result, Composite Reliability (CR) and Average Variance Extracted (AVE)

Latent Variables	Source of Questionnaire	No. of Items	Cronbach's Alpha	Factors Loading	CR	AVE
System Quality	Cheng (2014)	3	0.794	0.687-0.794	0.797	0.568
Information Quality	Cheng (2014)	4	0.875	0.687-0.905	0.877	0.645
Service Quality	Wang et al. (2014)	5	0.877	0.717-0.813	0.878	0.591
Perceived Usefulness	Cheng (2014)	4	0.823	0.678-0.810	0.826	0.544
Perceived Ease of Use	Sharma et al. (2014)	4	0.850	0.623-0.892	0.853	0.598
Self-Efficacy	Ren and Chadee (2017)	4	0.919	0.843-0.879	0.919	0.741
Learning Satisfaction	Wang et al. (2014)	5	0.859	0.662-0.819	0.861	0.555

Source Created by the author.

As shown in Table 2, the value obtained in this study is greater than the acceptable value, which verifies the good fitting effect of the model. In addition, the measurement results of these models consolidate the effectiveness of discrimination and verify the effectiveness of subsequent structural model estimates.

Table 2 Discriminant Validity

	SYQ	IQ	SEQ	PU	PEOU	SE	LS
SYQ	0.783						
IQ	0.368	0.773					
SEQ	0.230	0.225	0.758				
PU	0.300	0.260	0.268	0.810			
PEOU	0.328	0.253	0.266	0.474	0.794		
SE	0.300	0.276	0.252	0.380	0.520	0.814	
LS	0.532	0.442	0.285	0.422	0.393	0.372	0.742

Note The diagonally listed value is the AVE square roots of the variable

3. Structural Equation Model (SEM)

Accorded to Hair et al. (2014), structural equation models had taken over as the primary technique for evaluating causal models with potential variables and could reduce the estimation of measurement errors. They were crucial to the theoretical framework and hypothesis testing because they were utilized to evaluate the link between independent and observable variables and internal and external factors (Ramlall, 2017). The evaluation values for various structural model parameters are displayed in Table 3 below. The fit values for CMIN/DF, GFI, AGFI, RMSEA, CFI, NFI, and TLI, are satisfactory.

Table 3 Goodness of Fit for Measurement and Structural Model

Index	Acceptable Criterion	Statistical Values	
		Before Adjustment	After Adjustment
CMIN/DF	< 3 Hair et al. (2010)	2.131	1.947
GFI	≥ 0.90 Hair et al. (2006)	0.898	0.906
AGFI	≥ 0.80 Hooper et al. (2008)	0.878	0.887
RMSEA	< 0.05 MacCallum et al. (1996)	0.048	0.44
CFI	≥ 0.90 Hair et al. (2006)	0.946	0.955
NFI	≥ 0.90 Mulaik et al. (1989)	0.904	0.912
TLI	≥ 0.90 Hair et al. (2006)	0.940	0.949
Model Summary		Unacceptable Model Fit	Acceptable Model Fit

Note: CMIN/DF = The ratio of the chi-square value to degree of freedom, GFI = Goodness-of-fit index, AGFI = Adjusted goodness-of-fit index, NFI = Normed fit index, RMSEA = Root mean square error of approximation CFI = Comparative fit index, and TLI = Tucker-Lewis index

4. Hypothesis Testing Result

Structural equation modeling (SEM) verifies all hypotheses in this study. SEM calculates the R² variance matrix and regression weight to determine the significance of each hypothesis variable. As shown in Table 4, Self-Efficacy (SE) had the greatest impact on Perceived Usefulness (PU) in the whole calculation evaluation, and its standardized path coefficient (β) was 0.603, (T-Value = 8.931***); The influence value of SYQ on LS was 0.356, (T-Value = 6.514***); The influence value of IQ on LS was 0.285, (T-Value = 5.834***); The influence value of SEQ on LS was 0.262, (T value = 5.222* * *); The influence value of SE on PEOU was 0.425, (T-Value = 8.052***); The influence value of PEOU on PU was 0.226, (T-Value = 4.399***); The influence value of PU on LS was 0.149, (T-Value = 2.659**); The influence value of PEOU on LS was 0.188, (T-Value = 2.837**). Except that PU and PEOU had a relatively small impact on LS, other hypotheses significantly impacted LS, and all P values are less than 0.05. In addition, SE had an indirect effect on LS, with an impact value of 0.155.

Table 4 Hypothesis Results of the Structural Equation Model

Hypothesis	(β)	t-Value	Result
H1: SYQ \rightarrow LS	0.356	6.514***	Supported
H2: IQ \rightarrow LS	0.285	5.834***	Supported
H3: SEQ \rightarrow LS	0.262	5.222***	Supported
H4: SE \rightarrow PU	0.603	8.931***	Supported
H5: SE \rightarrow PEOU	0.425	8.052***	Supported
H6: PEOU \rightarrow PU	0.226	4.399***	Supported
H7: PU \rightarrow LS	0.149	2.659**	Supported
H8: PEOU \rightarrow LS	0.188	2.837**	Supported

Note: *** p<0.001, ** p<0.01

Source: Created by the author.

The results in Table 4 can be concluded per below:

System quality is one of the critical factors that significantly impact student's learning satisfaction, according to Yuce et al. (2019). The H1 demonstrates SYQ's has a significant impact on LS with standardized path coefficient value of 0.356.

The standardized path coefficient value of 0.285 confirms Chan et al. (2017)'s assertion that information quality was the primary determinant of satisfaction with an online learning platform, which would significantly impact e-learning system satisfaction. The IQ in H2 has a significant effect on LS.

SEQ in H3 significantly affects LS with its standardized path coefficient value of 0.262. Supported the argument made by Wang et al. (2009), service quality is one of the critical

factors influencing learners' satisfaction with online learning.

H4 presents the strongest causal relationship from SE to PU. The standardized path coefficient has a value of 0.507, demonstrating that when using an e-learning system, the usefulness of the perception system and learning information would be correlated with the student's level of self-awareness and a high degree of subjectivity (Sánchez et al., 2013).

H5 confirms the influence of SE on PEOU, and the standardized path coefficient is 0.425. The findings support the notion that learners' self-efficacy would increase their perception of how much simpler the learning system is to use and their aptitude for doing so (Huang & Liaw, 2018).

PEOU also significantly affects PU as of H6, with a standardized path coefficient value of 0.226. According to Huang and Liaw (2018), PEOU's forecast of PU would impact learners' attitudes, which would then impact how well they perform in online learning.

With a standardized path coefficient value of 0.149 in H7, the considerable impact of PU on LS could validate that the perceived utility hypothesis put forward by Limayem et al. (2007) would impact students' satisfaction and willingness to continue using online education.

The standardized path coefficient value is 0.155 in H8 which approves the substantial impact of PEOU on LS. Perceived ease of use, according to Yu (2012) and Roca et al. (2006), was one of the critical factors influencing user satisfaction in the e-learning environment.

Conclusions, Recommendations, Limitations and Future Research

1. Conclusions

The primary goal of this academic study is to analyze the key variables influencing the learning satisfaction of online art education. As a result, the researcher reviewed a wide range of earlier research findings to develop the theoretical foundation for this study. The study's hypotheses were presented, and an in-depth investigation was done based on the theoretical framework. In the study, 496 valid responses were gathered. Following data analysis, it was discovered that, in line with other studies, every element put forth in the theoretical framework significantly affects learning satisfaction.

Regarding objective variables influencing learning satisfaction, system quality, information quality, and service quality are all significant. System quality is the following information quality and service quality as critical influences on learner satisfaction. This is in line with Masrek and Gaskin's (2016) investigation. The results provide a preliminary assessment of the system quality, information quality, and service quality, all of which are crucial for the online learning of art students and served as prerequisites for students to feel satisfied with their learning experiences when using the online learning system. Self-efficacy, perceived usefulness, and perceived ease of use significantly impacted learning satisfaction and could have a direct or indirect effect. In other words, learners' initiative would help to promote

learners' learning satisfaction when the objective components (SYQ, IQ, and SEQ) that affect learning satisfaction could match the needs of learners (Aldholay et al., 2018; Huang & Liaw, 2018; Kilic et al., 2015).

2. Recommendations

This study topic was being offered for several reasons, one of which was the significant issues that COVID-19's worldwide effects had presented for online education. Additionally, the Chinese government had been actively implementing anti-epidemic measures for a long time, and all colleges, schools, and primary and secondary schools were required to normalize the online education mode over time due to the continuous impact of domestic and international epidemics. To address this issue, it would therefore be crucial to continue researching and improving online education technology. Research on the factors that affect learning satisfaction in online education could be a valuable resource for universities and other organizations that want to enhance the platform for online learning and raise the standard of online education. It could also serve as a solid foundation for future planning of the system's educational platform and adjustments to the teaching style.

In other words, if we want to increase learners' satisfaction with online learning, we should start with the objective above and subjective factors. This can increase the likelihood that students will reuse their learning, acknowledge the learning benefits provided by the learning platform, and accomplish the goal of enhancing learning effectiveness and performance. This serves as a resource for colleges and other organizations that must use the online learning platform.

3. Limitations and Future Research

The following restrictions apply to this study. Firstly, only graduate students in art from three comprehensive institutions in Chengdu, Sichuan Province, were chosen to participate in the survey. After all, it cannot represent all majors or all universities in Sichuan Province. Secondly, the theoretical framework may eliminate highly beneficial variable correlations, like system compatibility, self-managed learning, practical application, and student loyalty. Lastly, in the future, the researchers should refine the research issues, deepen the research, make the most of the research resources, and work to produce more worthwhile research findings.

References

- Aldholay, A., Isaac, O., Abdullah, Z., Abdulsalam, R., & Al-Shibami, A. H. (2018). An extension of Delone and McLean IS success model with self-efficacy: Online learning usage in Yemen. *The International Journal of Information and Learning Technology*, 35(4), 285-304. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/ijilt-11-2017-0116>
- Arbuckle, J. L. (1995). *AMOS for Windows Analysis of Moment Structures*. (1st ed.). Chicago: Small Waters Corp.

- Arbuckle, J. L., & Wothke, W. (2008). *AMOS 18.0 update to the AMOS user's guide*. (1st ed.). Amos Development Corporation. Chicago: Small Waters Corp.
- Baber, H. (2021). Social Interaction and Effectiveness of the Online Learning – A Moderating Role of Maintaining Social Distance During the Pandemic COVID-19. *Asian Education and Development Studies*, 11(1), 159-171.
- Chan, A. K. W., Ngan, L. L.-S., Wong, A. K. W., & Chan, W. S. (2017). 'Border' matters in discussions of cross-border students. *Social Transformations in Chinese Societies*, 13(1), 56-70. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/stics-04-2017-0005>
- Chang, C. C. (2013). Exploring the determinants of e-learning systems continuance intention in academic libraries. *Library Management*, 34(1/2), 40-55. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/01435121311298261>
- Cheng, Y. M. (2012). Effects of quality antecedents on e-learning acceptance. *Internet Research*, 22(3), 361-390.
- Cheng, Y. M. (2014). Exploring the Intention to Use Mobile Learning: The Moderating Role of Personal Innovativeness. *Journal of Systems and Information Technology*, 16(1), 40-61.
- Chughtai, A. (2018). Authentic Leadership, Career Self-Efficacy and Career Success: A Cross-sectional Study. *Career Development International*, 23(6/7), 595-607.
- Eom, S. B. (2012). Effects of LMS, Self-efficacy, and Self-Regulated Learning on LMS Effectiveness in Business Education. *Journal of International Education in Business*, 5(2), 129-144.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis* (5th ed.). Prentice Hall.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (2010). *Multivariate Data Analysis*, (6th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis*. (1st ed.). NJ: Pearson International.
- Hair, J. F., Marko, S., Lucas, H., & Volker, K. (2014). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM): An Emerging Tool for Business Research. *European Business Review*, 26(2), 106-121.
- Hooper, D., Coughlan, J., & Mullen, M. R. (2008). Structural Equation Modeling: Guidelines for Determining Model Fit. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 6(1), 53-60.
- Huang, H. M., & Liaw, S. (2018). An Analysis of Learners Intentions Toward Virtual Reality Learning Based on Constructivist and Technology Acceptance Approaches. *International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 19(1), 1-25.
- Ifinedo, P. (2017). Students' Perceived Impact of Learning and Satisfaction with Blogs. *The International Journal of Information and Learning Technology*, 34(4), 322-337.

- Jöreskog, K. G., & Sörbom, D. (1989). LISREL 7: A guide to the program and applications. (1st ed.) Chicago, IL:SPSS.
- Kilic, E., Güler, C., & Çelik, H. E. (2015). Learning with Interactive Whiteboards. Determining the Factors on Promoting Interactive Whiteboards to Students by Technology Acceptance Model. *Interactive Technology and Smart Education*, 12(4), 285-297.
- Kitcharoen, S. (2018). User Satisfaction with Learning Management System (LMS): A Case of Assumption University. *AU-GSB E-JOURNAL*, 11(2), 20-39.
- Li, W. (2021). Online Art Education Under the Epidemic Situation “Taking Xi” an Academy of Fine Arts as an Example. *Northwest fine arts*, 1(27), 121-123.
- Limayem, M., Hirt, S. G., & Cheung, C. M. K. (2007). How Habit Limits the Predictive Power of Intention: The Case of Information Systems Continuance. *MIS Quarterly*, 31(4), 705-737.
- MacCallum, R. C., Browne, M. W., & Sugawara, H. M. (1996). Power analysis and determination of sample size for covariance structure modeling. *Psychological Methods*, 1(2), 130-149. Retrieved from <https://doi.org/10.1037/1082-989x.1.2.130>
- Masrek, M. N., & Gaskin, J. E. (2016). Assessing User’s Satisfaction with Web Digital Library: The Case of Universiti Teknologi MARA. *The International Journal of Information and Learning Technology*, 33(1), 36-56.
- Mulaik, S. A., James, L. R., Van Alstine, J., Bennett, N., Lind, S., & Stilwell, C. D. (1989). Evaluation of goodness-of-fit indices for structural equation models. *Psychological Bulletin*, 105(3), 430-445. Retrieved from <https://doi.org/10.1037/0033-2909.105.3.430>
- Ramlall, I. (2017). *Economics and Finance in Mauritius: A modern perspective* (1st ed.). , Switzerland: Springer.
- Ren, S., & Chadee, D. (2017). Ethical Leadership, Self-efficacy and Job Satisfaction in China: The Moderating Role of Guanxi. *Personnel Review*, 46(2), 371-388.
- Roca, J. C., Chiu, C. M., & López, F. J. M. (2006). Understanding E-Learning Continuance Intention: An Extension of the Technology Acceptance Model. *International Journal of Human-Computer Studies*, 64(8), 683-696. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2006.01.003>
- Salkind, N. J. (2010). Encyclopedia of Research Design (Vols. 1-0). *SAGE Publications*, Retrieved from <https://doi.org/10.4135/9781412961288>
- Sánchez, R. A., Hueros, A. D., & Ordaz, M. G. (2013). E-learning and the University of Huelva: Study of WebCT and the Technological Acceptance Model. *Campus-Wide Information Systems*, 30(2), 135-160.
- Sharma, S. K., Chandel, J. K., & Govindaluri, S. M. (2014). Students’ Acceptance and Satisfaction of Learning Through Course Websites. *Education, Business and Society Contemporary Middle Eastern Issues*, 7(2/3), 152-166.

- Soper, D. S. (2022, May 24). *A-priori Sample Size Calculator for Structural Equation Models*. Danielsoper. Retrieved from www.danielsoper.com/statcalc/default.aspx
- Sun, X. (2019). Designing Mobile Learning to Create Active Learning and Just-in-time Learning Experience. *Proceedings of EdMedia + Innovate Learning, 20(3)*, 1882-1884.
- Wang, D. D., Wang, H. B., Zhang, W., Wang, H. R., & Shen, X. P. (2020). Research on Online Teaching and Learning in the Period of "School Closure and Non-stop Learning". Based on a Nationwide Survey of 33240 Online Questionnaires. *Modern Educational Technology, 30(3)*, 1-30.
- Wang, Q., Zhu, Z., Chen, L., & Yan, H. (2009). E-learning in China. *Campus-Wide Informatio Systems, 26(2)*, 77-81. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/10650740910946783>
- Wang, Y.-S., Li, H.-T., Li, C.-R., & Wang, C. (2014). A model for assessing blog-based learning systems success. *Online Information Review, 38(7)*, 969-990. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/oir-04-2014-009>
- Wu, J., & Wang, Y. (2006). Measuring KMS Success: A specification of the DeLone and McLean's model, *Information and Management, 43(6)*, 728-739.
- Xie, F. (2020). Current Situation Analysis and Development Countermeasures of Online Open Curriculum Construction in Art Colleges. *Scientific consultation (education and scientific research), 4(1)*, 79.
- Yu, C. S. (2012). Factors Affecting Individuals to Adopt Mobile Banking: Empirical Evidence from the UTAUT Model. *Journal of Electronic Commerce Research, 13(2)*, 104-123.
- Yuce, A., Abubakar, A. M., & Ilkan, M. (2019). Intelligent Tutoring Systems and Learning Performance Applying Task-technology Fit and IS Success Model. *Online Information Review, 43(4)*, 600-616.
- Zhao, X. Y., Mattila, A. S., & Tao, L. S. E. (2008). The Role of Post-Training Self-efficacy in Customers Use of Self-service Technologies. *International Journal of Service Industry Management, 19(4)*, 492-505.

INVESTIGATION ON THE USE BEHAVIOR OF MOBILE VIDEO APPS AMONG GEN Z STUDENTS IN CHONGQING, CHINA

Ran Wei

College of Computer and Information Science College of Software, Southwest University, China

E-mail: ryanwei0307@gmail.com

Received 14 December 2022

Revised 22 March 2023

Accepted 8 April 2023

Abstract

Mobile video applications have a second opportunity because of their convenience, real-time, and distance-free features. This research explores the factors that influence the use behavior of mobile video apps among generation Z in Chongqing, China. These factors are determined by perceived ease of use, usefulness, social influence, habit, facilitating conditions, behavioral intention, and user behavior. The researchers used quantitative research methods and non-probabilistic sampling as sampling tools. A total of 500 science college students studying and using mobile video apps in Chongqing, China, were invited to participate in the study. In this research, structural equation models (SEM) and confirmatory factor analysis (CFA) were used to model fit, reliability, and validity. The results show that perceived ease of use, and habit significantly affect the behavioral intention towards use behavior. Perceived ease of use significantly affects perceived usefulness. Additionally, behavioral intention and facilitating conditions significantly affect use behavior. Nevertheless, perceived usefulness and social influence has no effect on behavioral intention.

Keywords: Mobile Video Application, Generation Z, Science Students, Behavioral Intention, Use Behavior

Introduction

Mobile video applications have begun to gain a firm foothold in China. With the convenience of mobile phones, online video can be played regardless of time, space and mode. With the help of applications, users can demand programs in various situations, fully reflecting videos' information and entertainment value (Tjondronegoro et al., 2007). The current generation of young people, generally defined as those born after 1995, is known as Generation Z (Chillakuri & Mahanandia, 2018), accounting for 32% of the global population (Miller & Lu, 2019). Generation Z is a group of people who enter society and maintain a strong interest in the interest and use of technology (Ryback, 2016). They were born in the era of the Internet technology explosion. By the end of December 2020, Internet users aged 10 to 29 accounted for 31.3 percent of China's total Internet users. Students account for 21.9 percent

of the occupational structure of Chinese netizens, making them the largest category among netizens. Generation Z plays a crucial role in China's Internet and has a major influence on the future development trend of the Internet. Generation Z, as the heavy Internet users today, will also become the main user group of mobile video applications. Science students pay more attention to education and training in mathematics, physics, logical thinking, and rational analysis. This kind of education mode significantly impacts the thinking mode and emotional cognition of this group, which is quite different from liberal arts students. Studying the factors that influence their choice of mobile video applications is an interesting and valuable topic.

Literature Review

1. Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) is that the user's belief determines the attitude toward using the system, and the attitude develops into the intention of using the system, which directly affects the decision-making of the actual use of technology. This causal relationship has been widely used and studied (Chen et al., 2002). Venkatesh et al. (2003) deleted attitude from TAM because it did not affect the overall difference in use. Many studies have proved that TAM has greatly explored users' behavioral intentions and actual use. It describes the antecedents of technology use through "perceived ease of use" and "perceived usefulness," thus explaining users' adoption of technology (Davis, 1989).

1.1. Perceived ease of use

Perceived ease of use refers to a user's view of how simple and comfortable it is to use technology (Gao & Bai, 2014). Perceived ease of use was a crucial factor influencing user behavior intention and was one of the primary aspects of the technology adoption model (Zhong et al., 2022). Perceived ease of use was deemed a key driver of behavioral intention in many earlier research studies (Davis, 1989). However, other research has shown that perceived ease of use indirectly influences behavioral intention via perceived usefulness (Joo et al., 2016). According to Venkatesh et al. (2003), if it is difficult to use, users may not use it. When users felt that the technology could be used easily, the technology would be used more frequently. Hence, hypotheses are set:

H1: Perceived ease of use has a significant effect on perceived usefulness.

H2: Perceived ease of use has a significant effect on behavioral intention.

1.2. Perceived usefulness

The primary variable in new technology adoption was perceived usefulness (Dahlberg et al., 2015). The degree to which users believed that technology helped them enhance performance was perceived usefulness (Akbar, 2013). According to Fishbein and Ajzen (1975), perceived usefulness was defined as the subjective likelihood that users would improve their performance by utilizing a certain technology or system. The relationship between perceived usefulness and behavioral intention was validated by Al-Emran and Teo

(2020). Thus, a hypothesis is indicated:

H3: Perceived usefulness has a significant effect on behavioral intention.

2. Extend Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2)

Extend Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2) provides an established framework with a higher predictive ability for the use and adoption of technology from the perspective of consumers' hedonic background (Venkatesh et al., 2012). Four elements influence individuals' intentions to embrace and adopt technology in UTAUT. Performance expectations, social influence, effort expectations, and facilitating conditions are the factors to consider (Venkatesh et al., 2003). UTAUT2 improves it by adding three new variables: hedonic motivation, habit, and price sensitivity (Baptista & Oliveira, 2016).

2.1. Social Influence

Individuals' decision to employ technology would favorably influence their self-perception in social circumstances (Min et al., 2022). When individuals believe that their surrounding groups approve of their use of technology or that it improves their social image, they are more inclined to utilize it (José Liébana-Cabanillas et al., 2014). San Martin and Herrero (2012) pointed out that reference people were generally the groups valued by users, such as family members, friends, teachers, and classmates. Social influence could directly or indirectly influence users' behavior intention (Venkatesh et al., 2003). Therefore, a hypothesis is proposed:

H4: Social influence has a significant effect on behavioral intention.

2.2. Habit

The habit is defined as the perceptual structure reflecting experience results (Venkatesh et al., 2012). Limayem et al. (2007) believed that people tended to automatically participate in specific behaviors through past learning, which was habit. It was related to automaticity (Kim et al., 2005). In all domains, the habit was the most powerful predictor of actual consumption. It plays a significant role in behavior intention, and it was established that habit and behavior intention significantly impact user behavior (Baptista & Oliveira, 2017). Thereby, the following hypothesis is derived:

H5: Habit has a significant effect on behavioral intention.

2.3. Behavioral Intention

Li et al. (2020) considered that behavioral intention referred to an individual's subjective judgment of future behavior. Behavioral intention is one of the key elements determining human behavior, according to Venkatesh et al. (2003), and behavioral intention might be utilized to anticipate action. Ajzen (1991) held that behavioral intention strongly determines subsequent action. Use behavior and desire to utilize technology were strongly influenced by perceived usefulness and perceived ease of use. Thus, a proposed hypothesis is set:

H6: Behavioral intention has a significant effect on use behavior.

2.4. Facilitating Conditions

Brown et al. (2015) considered that facilitating conditions were the resources needed for adopting new technologies, the advantages, and disadvantages of infrastructure, or the support provided by other technologies. Teo et al. (2007) defined facilitating conditions as environmental elements influencing an individual's motivation to undertake an activity. Many studies have found that facilitating conditions had a favorable influence on not just the intention to use technology but also the actual behavior of utilizing technology (Dwivedi et al., 2011). Accordingly, a hypothesis is conducted:

H7: Facilitating conditions has a significant effect on use behavior.

2.5. Use behavior

The actual frequency of technology use could be used to measure the level of user behavior. The duration of interaction between individuals and specific technology could also be used to evaluate user behavior (Venkatesh et al., 2008). Research and technology models suggest that user behavior can best predict how consumers utilize technology. The user behavior of some network technologies was positively affected by facilitating conditions and behavior intention (Deng et al., 2011). Behavior intention was regarded as a powerful indicator of the actual use behavior of Internet mobile technology.

Research Framework

This conceptual framework combines TAM and UTAUT2 from previous literature (Chua et al., 2018; Dhiman et al., 2019; Hu & Lai, 2019; Samsudeen & Mohamed, 2019). Seven variables can construct the conceptual framework of this study: Perceived Ease of Use (PEU), Perceived Usefulness (PU), Social Influence (SI), Habits (HB), Behavioral Intention (BI), Facilitating Conditions (FC), and Use Behavior (UB).

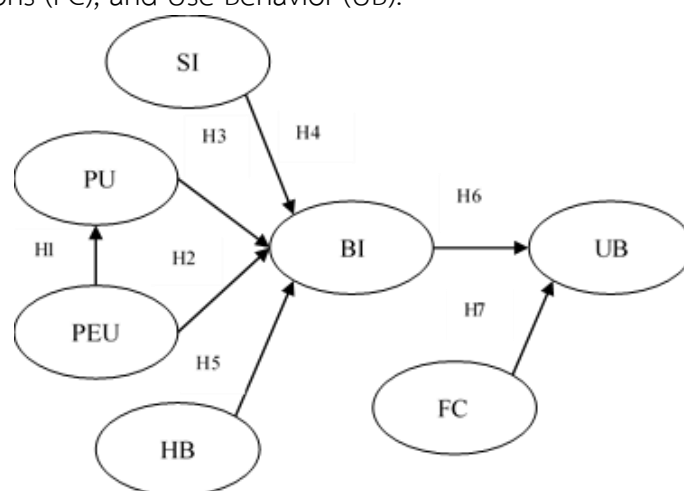


Figure 1 Conceptual Framework

Research Methodology

The research is a quantitative study using online and offline questionnaires as data collection tools and statistical procedures for analysis. Data were collected mainly through WJX, an online questionnaire website. The questionnaire consists of 2 screening questions to identify target respondents, five demographic questions to classify the population statistically, and 25 measurement items through a five-point Likert scale (1 = strongly disagree to 5 - strongly agree).

1. Population and Sample Size

The target population of this study are science students who are generation Z in two selected universities in Chongqing, China, and have been experiencing the use of mobile video apps. The study determines minimum sample size by inputting the effect size of 0.2, the recommended statistical power of 0.8, the probability level of 0.05, 7 potential variables and 25 observation variables, and the minimum sample size recommended by the Calculator of 425. The sample size aims to 500 to achieve better research results.

2. Sampling Techniques

This study applied judgmental, quota, and convenience sampling. The judgmental sampling is to select generation Z students, majoring science from two selected universities in Chongqing, China, and have been experiencing the use of mobile video apps. The quota sampling divides 250 students per university. Online and offline questionnaire distribution was employed according to convenience sampling.

Results and Discussion

1. Demographic Information

The demographic results of 500 target respondents are shown in Table 1. Female students account for 23.6% (118) and male students for 76.4% (382). In terms of age, 18-22 years old is the majority group, accounting for 87.2% (436). Most of them have 4-6 years' use experience, accounting for 43% (215). Among the respondents, 87.2% (436) were studying at universities for their bachelor's.

Table 1 Demographic Profile

Demographic and General Data (N=500)		Frequency	Percentage
Gender	Male	382	76.4
	Female	118	23.6
Age	Below 18 years	15	3
	18 – 22 years	436	87.2
	23 – 25 years	31	6.2
	More than 25 years	18	3.6
Mobile Video Apps Experience	Below 1 year	35	7
Apps Experience	1 – 3 years	167	31.4
	4 – 6 years	215	43
	More than 6 years	83	16.6
Study for degree	Bachelor's Degree	436	87.2
	Master's Degree	51	10.2
	Doctorate Degree	13	2.6

2. Confirmatory Factor Analysis (CFA)

This research used confirmatory factor analysis (CFA) to assess the correlation of variables within the project and measure the degree of adaptation of the model. According to Table 2, the greater the factor load value, the higher the reliability of the project (Hair et al., 2010). In this study, the factor loads of every single item were greater than 0.50, mostly above 0.70, ranging from 0.659 to 0.857. According to Fornell and Larcker (1981), composite reliability (CR) and average variance extracted (AVE) values of 0.7 and 0.4 or higher are acceptable. In this study, CR was higher than the threshold. The range is 0.790 - 0.866. AVE values were all greater than 0.4, ranging from 0.499 to 0.648.

Table 2 Confirmatory Factor Analysis Result, Composite Reliability (CR) and Average Variance Extracted (AVE)

Latent Variables	Source of Questionnaire	No. of Items	Cronbach's Alpha	Factors Loading	CR	AVE
Perceived Ease of Use (PEU)	Lee et al., 2012	4	0.824	0.659-0.748	0.799	0.499
Perceived Usefulness (PU)	Davis et al., 1989	4	0.866	0.722-0.792	0.836	0.561
Social Influence (SI)	Chun et al., 2012	3	0.705	0.723-0.857	0.846	0.648
Habit (HB)	Venkatesh et al., 2012	3	0.725	0.754-0.829	0.842	0.641

Table 2 continue

Latent Variables	Source of Questionnaire	No. of Items	Cronbach's Alpha	Factors Loading	CR	AVE
Facilitating Conditions (FC)	Venkatesh et al., 2003	5	0.906	0.662-0.807	0.866	0.565
Behavioral intention (BI)	Davis et al., 1989	3	0.738	0.686-0.799	0.790	0.557
Use Behavior (UB)	Davis et al., 1989	3	0.861	0.726-0.774	0.799	0.570

Source: Created by the author

Confirmatory factor analysis was used to evaluate the measurement model to determine the fitting degree of the model. Therefore, this study does not need to modify the measurement model because the original model already has model fitting, as shown in Table 3.

Table 3 Goodness of Fit for Measurement Model

Index	Acceptable Values	Statistical Values After Adjustment
CMIN/DF	< 5.00 (Awang, 2012)	514.592/254 or 2.026
GFI	≥ 0.85 (Sica & Ghisi, 2007)	0.921
AGFI	≥ 0.80 (Sica & Ghisi, 2007)	0.898
NFI	≥ 0.80 (Wu & Wang, 2006)	0.925
CFI	≥ 0.80 (Bentler, 1990)	0.961
TLI	≥ 0.80 (Sharma et al., 2005)	0.953
RMSEA	< 0.08 (Pedroso et al., 2016)	0.045

Model summary

Unacceptable Model Fit

Note: CMIN/DF = The ratio of the Chi-square value to degree of freedom, GFI = Goodness-of-fit index, AGFI = Adjusted goodness-of-fit index, NFI = Normed fit index, CFI = Comparative fit index, TLI = Tucker-Lewis index, RMSEA = Root mean square error of approximation.

From Table 4, the method of determining validity is to confirm that AVE's square root is greater than any corresponding structure coefficient (Fornell & Larcker, 1981). The AVE square root of all structures on the diagonal is greater than the inter-scale correlation, and the discriminant validity is guaranteed.

Table 4 Discriminant Validity

	PEU	PU	SI	HB	FC	BI	UB
PEU	0.706						
PU	0.625	0.748					
SI	0.285	0.448	0.804				
HB	0.480	0.444	0.410	0.800			
FC	0.554	0.501	0.404	0.625	0.751		
BI	0.593	0.502	0.373	0.665	0.674	0.746	
UB	0.483	0.428	0.357	0.661	0.680	0.711	0.754

Note: The diagonally listed value is the AVE square roots of the variables.

3. Structural Equation Model (SEM)

In this study, the structural equation model (SEM) was used to evaluate the structural models, to determine the causal relationship between model fitness and variables, and to determine the factors that affect the user behavior of science students in Chongqing universities on mobile video applications. Structural models can show direct or indirect relationships between potential variables (Byrne, 2010). From Table 5, the structural model is modified by the correlation between the measurement errors of the constructs. The goodness of fit index was recalculated according to the modified structural model. As shown in Table 5, the statistical values are CMIN/DF = 4.152, GFI = 0.852, AGFI = 0.809, NFI = 0.848, CFI = 0.880, TLI = 0.857, and RMSEA = 0.079. The fitting of the structural model is verified.

Table 5 Goodness of Fit for Measurement and Structural Model

Index	Acceptable Values	Statistical Values Before Adjustment	Statistical Values After Adjustment
CMIN/DF	< 5.00 (Awang, 2012)	1223.130/268 or 4.564	1046.305/252 or 4.152
GFI	≥ 0.85 (Sica & Ghisi, 2007)	0.830	0.852
AGFI	≥ 0.80 (Sica & Ghisi, 2007)	0.794	0.809
NFI	≥ 0.80 (Wu & Wang, 2006)	0.823	0.848
CFI	≥ 0.80 (Bentler, 1990)	0.855	0.880
TLI	≥ 0.80 (Sharma et al., 2005)	0.838	0.857
RMSEA	< 0.08 (Pedroso et al., 2016)	0.085	0.079
Model summary		Not in harmony with empirical data	In harmony with empirical data

Note: CMIN/DF = The ratio of the Chi-square value to degree of freedom, GFI = Goodness-of-fit index, AGFI = Adjusted goodness-of-fit index, NFI = Normed fit index, CFI = Comparative fit index, TLI = Tucker-Lewis index, RMSEA = Root mean square error of approximation.

4. Hypothesis Testing Result

The magnitude of the correlation between the independent and dependent variables proposed in the hypothesis is measured by regression coefficients or standardized path coefficients (β).

Table 6 Hypothesis Results of the Structural Equation Model

Hypothesis	(β)	t-value	Result
H1: PEU → PU	0.766	12.296*	Supported
H2: PEU → BI	0.390	4.705*	Supported
H3: PU → BI	0.093	1.166	Not Supported
H4: SI → BI	0.084	2.263	Not Supported
H5: HB → BI	0.649	13.183*	Supported
H6: BI → UB	0.722	11.382*	Supported
H7: FC → UB	0.448	8.252*	Supported

Note: *** p<0.001

Source: Created by the author

H1: Perceived ease of use significantly affects perceived usefulness, with a standardized path coefficient of 0.766 and a t-value of 12.296.

H2: There is a significant effect of perceived ease of use on behavioral intention, with a standardized path coefficient of 0.390 and a t-value of 4.705.

H3: Behavioral intention is not affected by perceived usefulness, with the standardized path coefficient of 0.093 and t-value at 1.166.

H4: The relationship between social influence and behavioral intention is not supported. Among the factors that significantly influence behavioral intention, with the standardized path coefficient of 0.084 and t-value at 2.263.

H5: There is the greatest influence between habit and behavioral intention, with the standardized path coefficient of 0.649 t-value at 13.183.

H6: Both behavioral intention and facilitating conditions significantly influence user behavior, and behavioral intention has the greatest influence on user behavior—the standardized path coefficient of 0.722 and the t-value of 11.382.

H7: Facilitating conditions significantly affects use behavior, reflecting the standardized path coefficient of 0.448 and t value at 8.252.

Conclusions, Recommendations, Limitations and Future Research

1. Conclusions

In order to form the conceptual framework of the research, the researchers collected relevant theories and studies on the subject through the study of previous theoretical models and literature. This study mainly adopts two core theories: the Technology Acceptance Model (TAM) and the Unified Theory of Extended Technology Acceptance and Use (UTAUT2). According to the research, habits have the most significant influence on the behavioral intention of the respondents. The literature of Dhiman et al. (2019) demonstrates this relationship, and users' long-term fixed use of technology will significantly improve their willingness to use it. Perceived ease of use plays a dual role in influencing users' behavioral intentions. The research results of Hu and Lai (2019) supports their relationship. Users will judge the difficulty of using this technology, which will directly lead to whether they have behavioral intentions. This study also demonstrates the positive impact of facilitating conditions on user behavior, and it is verified by Samsudeen and Mohamed (2019) that behavioral intention cannot be translated into actual behavior without preconditions supporting the development and use of technology. Finally, Chua et al. (2018) believed that behavioral intention had the most significant impact on user behavior, which was also confirmed in the results of this study. The intensity of users' intentions determines the actions they take. People's behavior is the ultimate embodiment of their ideas, and strong intentions will be realized through behavior. In conclusion, the research results show that perceived ease of use, habit, and behavioral intention are positively correlated, and facilitating conditions and

behavioral intention positively impact user behavior.

2. Recommendations

This research shows that the key influencing factors of science students' behavioral intention and use behavior of mobile video applications in Chongqing are habit, perceived ease of use, and facilitating conditions. Therefore, if we want to improve and promote the usage rate of mobile video applications in this population range, we need to start from these factors to achieve better results. This research also reflects the main influencing factors that Z generation people studying in colleges and universities under science education will be affected by when choosing mobile video applications. From the research data, habit is the most significant factor affecting the behavioral intention of groups, and users' addiction to technology makes them form long-term behavior patterns. Increasing the engagement between the user and the application technology is one of the primary considerations for application technology developers. Users can emotionally connect with the technology to enhance its attractiveness and interactivity (Dhiman et al., 2019). For example, big data can be used to understand the subscription types of such users and push the content they are interested in every day to form a habit similar to watching the news every day. To provide users with a creative platform and communication platform, users create images to get more feedback, encourage creators to create behavior, and let the application technology become a fixed platform for their image content publication.

In improving user-friendliness, technology developers need to start from various aspects to meet the technical needs of such young users and ensure the convenience of technology applications (Hew et al., 2015). Today's users are no longer satisfied with using a single platform for applications. In pursuit of technological innovation, they will use newer and faster smartphones or systems. This makes it imperative for app developers to keep up with The Times and adapt their technology to new platforms. The sooner an application occupies the commanding heights of a platform, the sooner it can capture the attention of this audience. In addition, application developers and managers must address usability issues outside the technology. While most generation Z people in China have smartphones and access to the Internet via WI-FI, mobile data is also needed at special times. Apps can sign joint agreements with mobile traffic companies to reduce the amount of data generated while using the app and make users more likely to choose the app for information access.

3. Limitations and Future Research

This study selected science students from two representative universities in Chongqing. This approach cannot fully reflect differentiation. Future research should expand the sample and target selection range from Chongqing to other regions or countries. Next, researchers can use qualitative methods to collect data, such as face-to-face and in-depth interviews, to obtain more in-depth information from respondents. Finally, other factors that may influence people's behavior when using mobile video apps, such as attitude, performance

expectations, effort expectations, etc., can be added to make the study more accurately reflect the behavior of users.

References

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. Retrieve from [https://doi.org/10.1016/07495978\(91\)90020-t](https://doi.org/10.1016/07495978(91)90020-t)
- Akbar, F. (2013). *What affects students' acceptance and use of technology*. Retrieve from https://figshare.com/articles/What_affects_students_acceptance_and_use_of_technology_/6686654
- Al-Emran, M., & Teo, T. (2020). Do knowledge acquisition and knowledge sharing really affect e-learning adoption? An empirical study. *Education and Information Technologies*, 25(3), 1983-1998. Retrieve from <https://doi.org/10.1007/s10639-019-10062-w>
- Awang, Z. (2012). *Structural equation modeling using AMOS graphic* (1st ed.). Kota Baru: Universiti Teknologi Mara Kelantan.
- Baptista, G., & Oliveira, T. (2016). A weight and a meta-analysis on mobile banking acceptance research. *Computers in Human Behavior*, 63, 480-489. Retrieve from <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.074>
- Baptista, G., & Oliveira, T. (2017). Why so serious? Gamification impact in the acceptance of mobile banking services. *Internet Research*, 27(1), 118-139. Retrieve from <https://doi.org/10.1108/intr-10-2015-0295>
- Bentler, P. M. (1990). Comparative fit indexes in structural models. *Psychological Bulletin*, 107(2), 238-246. Retrieve from <https://doi.org/10.1037/0033-2909.107.2.238>
- Brown, S. A., Venkatesh, V., & Hoehle, H. (2015). Technology adoption decisions in the household: A seven-model comparison. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 66(9), 1933-1949. Retrieve from <https://doi.org/10.1002/asi.23305>
- Byrne, B. M. (2010). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming* (2nd ed.). Routledge Taylor & Francis Group.
- Chen, L., Gillenson, M. L., & Sherrell, D. L. (2002). Enticing online consumers: an extended technology acceptance perspective. *Information & Management*, 39(8), 705-719. Retrieve from [https://doi.org/10.1016/s0378-7206\(01\)00127-6](https://doi.org/10.1016/s0378-7206(01)00127-6)
- Chillakuri, B., & Mahanandia, R. (2018). Generation Z entering the workforce: the need for sustainable strategies in maximizing their talent. *Human Resource Management International Digest*, 26(4), 34-38 Retrieve from . <https://doi.org/10.1108/hrmid-01-2018-0006>

- Chua, P. Y., Rezaei, S., Gu, M.-L., Oh, Y., & Jambulingam, M. (2018). Elucidating social networking apps decisions: Performance expectancy, effort expectancy and social influence. *Nankai Business Review International*, *9*(2), 118-142.
Retrieve from <https://doi.org/10.1108/nbri-01-2017-0003>
- Chun, H., Lee, H., & Kim, D. (2012). The Integrated Model of Smartphone Adoption: Hedonic and Utilitarian Value Perceptions of Smartphones Among Korean College Students. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, *15*(9), 473-479.
Retrieve from <https://doi.org/10.1089/cyber.2012.0140>
- Dahlberg, T., Guo, J., & Ondrus, J. (2015). A critical review of mobile payment research. *Electronic Commerce Research and Applications*, *14*(5), 265-284.
Retrieve from <https://doi.org/10.1016/j.eelerap.2015.07.006>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, *13*(3), 319. Retrieve from <https://doi.org/10.2307/249008>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, *35*(8), 982-1003.
Retrieve from <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Deng, S., Liu, Y., & Qi, Y. (2011). An empirical study on determinants of web based question-answer services adoption. *Online Information Review*, *35*(5), 789-798. Retrieve from <https://doi.org/10.1108/14684521111176507>
- Dhiman, N., Arora, N., Dogra, N., & Gupta, A. (2019). Consumer adoption of smartphone fitness apps: an extended UTAUT2 perspective. *Journal of Indian Business Research*, *12*(3), 363-388. Retrieve from <https://doi.org/10.1108/jibr-05-2018-0158>
- Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., Chen, H., & Williams, M. D. (2011). A Meta-analysis of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *Governance and Sustainability in Information Systems. Managing the Transfer and Diffusion of IT*, 155-170. Retrieve from https://doi.org/10.1007/978-3-642-24148-2_10
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research. *Contemporary Sociology*, *6*(2), 244. Retrieve from <https://doi.org/10.2307/2065853>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, *18*(1), 39-50.
Retrieve from <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>
- Gao, L., & Bai, X. (2014). A unified perspective on the factors influencing consumer acceptance of internet of things technology. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, *26*(2), 211-231. Retrieve from <https://doi.org/10.1108/apjml-06-2013-0061>
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). NJ: Prentice Hall.

- Hew, J.-J., Lee, V.-H., Ooi, K.-B., & Wei, J. (2015). What catalyses mobile apps usage intention: an empirical analysis. *Industrial Management & Data Systems*, 115(7), 1269-1291. Retrieve from <https://doi.org/10.1108/imds-01-2015-0028>
- Hu, X., & Lai, C. (2019). Comparing factors that influence learning management systems use on computers and on mobile. *Information and Learning Sciences*, 120(7/8), 468-488. Retrieve from <https://doi.org/10.1108/ils-12-2018-0127>
- Joo, Y. J., Kim, N., & Kim, N. H. (2016). Factors predicting online university students' use of a mobile learning management system (m-LMS). *Educational Technology Research and Development*, 64(4), 611-630. Retrieve from <https://doi.org/10.1007/s11423-016-9436-7>
- José Liébana-Cabanillas, F., Sánchez-Fernández, J., & Muñoz-Leiva, F. (2014). Role of gender on acceptance of mobile payment. *Industrial Management & Data Systems*, 114(2), 220-240. Retrieve from <https://doi.org/10.1108/imds-03-2013-0137>
- Kim, S. S., Malhotra, N. K., & Narasimhan, S. (2005). Research Note—Two Competing Perspectives on Automatic Use: A Theoretical and Empirical Comparison. *Information Systems Research*, 16(4), 418-432
- Lee, Y.-K., Park, J.-H., Chung, N., & Blakeney, A. (2012). A unified perspective on the factors influencing usage intention toward mobile financial services. *Journal of Business Research*, 65(11), 1590-1599.
- Li, Z., Ge, Y., Su, Z., & Huang, X. (2020). Audience leisure involvement, satisfaction and behavior intention at the Macau Science Center. *The Electronic Library*, 38(2), 383-401.
- Limayem, M., Hirt, S. G., & Cheung, C. M. (2007). How Habit Limits the Predictive Power of Intention: The Case of Information Systems Continuance. *MIS Quarterly*, 31(4), 705.
- Miller, L. J., & Lu, W. (2019). *Gen Z is set to outnumber millennials within a year*. Retrieve from <https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-08-20/gen-z-to-outnumber-millennials-within-ayear-demographic-trends>
- Min, Y., Huang, J., Varghese, M. M., & Jaruwanakul, T. (2022). Analysis of Factors Affecting Art Major Students' Behavioral Intention of Online Education in Public Universities in Chengdu. *AU-GSB E-JOURNAL*, 15(2), 150-158.
- Pedroso, R., Zanetello, L., Guimaraes, L., Pettenon, M., Goncalves, V., Scherer, J., Kessler, F., & Pechansky, F. (2016). Confirmatory factor analysis (CFA) of the crack use relapse scale (CURS). *Archives of Clinical Psychiatry (São Paulo)*, 43(3), 37-40. Retrieve from <https://doi.org/10.1590/0101-608300000000081>
- Ryback, R. (2016). *From baby boomers to generation Z: a detailed look at the characteristics of each generation*. *Psychology Today*, available at: Retrieve from <https://www.psychologytoday.com/gb/blog/thetruisms-wellness/201602/baby-boomers-generation-z?amp>

- Samsudeen, S. N., & Mohamed, R. (2019). University students' intention to use e-learning systems, A study of higher educational institutions in Sri Lanka. *Interactive Technology and Smart Education*, 16(3), 219-238.
- San Martín, H., & Herrero, Á. (2012). Influence of the user's psychological factors on the online purchase intention in rural tourism: Integrating innovativeness to the UTAUT framework. *Tourism Management*, 33(2), 341-350. Retrieve from <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.04.003>
- Sharma, G. P., Verma, R. C., & Pathare, P. (2005). Mathematical modeling of infrared radiation thin layer drying of onion slices. *Journal of Food Engineering*, 71(3), 282-286. Retrieve from <https://doi.org/10.1016/j.jfoodeng.2005.02.010>
- Sica, C., & Ghisi, M. (2007). The Italian versions of the Beck Anxiety Inventory and the Beck Depression Inventory-II: Psychometric properties and discriminant power. In M.A. Lange (Ed.), *Leading - Edge psychological tests and testing research* (pp. 27-50). Nova.
- Teo, T., Lee, C. B., & Chai, C. S. (2007). Understanding pre-service teachers' computer attitudes: applying and extending the technology acceptance model: Understanding pre-service teachers' computer attitudes. *Journal of Computer Assisted Learning*, 24(2), 128-143. Retrieve from <https://doi.org/10.1111/j.1365-2729.2007.00247.x>
- Tjondronegoro, D., Wang, L., & Joly, A. (2007). Delivering a Fully Interactive Mobile TV. *International Journal of Web Information Systems*, 2(3/4), 197-211. Retrieve from <https://doi.org/10.1108/17440080780000300>
- Venkatesh, V., Brown, S. A., Maruping, L. M., & Bala, H. (2008). Predicting different conceptualizations of system use: the competing roles of behavioral intention, facilitating conditions, and behavioural expectation. *MIS Quarterly*, 32(3), 438-502.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478. Retrieve from <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Venkatesh, V., Thong, J., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157. Retrieve from <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Wu, J.-H., & Wang, Y.-M. (2006). Measuring KMS success: A respecification of the DeLone and McLean's model. *Information & Management*, 43(6), 728-739. Retrieve from <https://doi.org/10.1016/j.im.2006.05.002>
- Zhong, K., Feng, D., Yang, M., & Jarwanakul, T. (2022). Determinants of Attitude, Satisfaction and Behavioral Intention of Online Learning Usage Among Students During COVID-19. *AU-GSB E-JOURNAL*, 15(2), 49-57.

THE PERCEPTION OF COLLEGE STUDENTS TOWARDS BEHAVIORAL INTENTION TO USE CHAOXI ONLINE LEARNING PLATFORM IN CHENGDU, CHINA

Xiaoli Liu

Chengdu Vocational & Technical College of Industry, China.

E-mail: 754003181@qq.com

Received 19 February 2023

Revised 2 June 2023

Accepted 12 June 2023

Abstract

The use of online learning in higher education after the decline of COVID-19 has been debated. This quantitative study investigates factors impacting students' behavioral intention to use Chaoxi online learning platform in Chengdu, China. The questionnaire was distributed to 500 third-year students from three selected colleges in Chengdu. The sampling methods are judgmental, stratified random, and convenience sampling. The study was measured with the index of item-objective congruence (IOC) and pilot test (n=50) to ensure content validity and construct reliability. Confirmatory Factor Analysis (CFA) and Structural Equation Model (SEM) were the main statistical tools. The results showed that perceived ease of use significantly impacts perceived usefulness. Perceived usefulness and subjective norms significantly impact attitude. Subjective norms, self-efficacy, and attitude significantly impact behavioral intention towards use behavior. Nevertheless, perceived ease of use and self-efficacy directly impact attitude but not significant.

Keywords Self-Efficacy, Attitude, Subjective Norms, Behavioral Intention, Use Behavior

Introduction

At the beginning of 2020, in the face of the sudden COVID-19, schools in China had to delay their opening. 265 million students switched from offline to online courses to meet teaching needs in special situations (Nolasco, 2022). Facing the needs of users of large-scale online learning, many online education enterprises act quickly, improve the online learning platform, develop enough application functions, and constantly meet the needs of teachers and students for online teaching and learning. During the epidemic, the number of daily active users of many online education applications reached more than 10 million (Xia, 2020).

According to the survey report on online teaching of university teachers during the epidemic period (CIQA), the focus of teacher development at Xiamen University, teachers often use platforms. According to the frequency of use, the order is the Chaoxi learning platform (10.84%), China Chaoxi learning platform (9.28%), WeChat (8.36%), and Tencent classroom (7.72%). Due to the Chaoxi learning platform ranking first among the platforms used

by universities, this paper aims to measure third-year students' behavioral intention to use Chaoxi online learning platform in Chengdu, China.

Objectives of the Study

1. To examine the factors impacting students' behavioral intention to use Chaoxi online learning platform in Chengdu, China.
2. To measure the causal relationship between perceived usefulness, perceived ease of use, self-efficacy, attitude, subjective norms, behavioral intention, and use behavior.
3. To provide recommendations for improving online learning platforms to enhance the use behavior of Chinese students.

Research Framework

The conceptual framework of this study was developed based on prior theoretical and empirical studies, as shown in Figure 1. The model was adopted from the research of Watjatrakul (2016), Hu and Zhang (2016), and Samsudeen and Mohamed (2019), incorporating perceived usefulness, perceived ease of use, self-efficacy, attitude, subjective norms, behavioral intention, and use behavior.

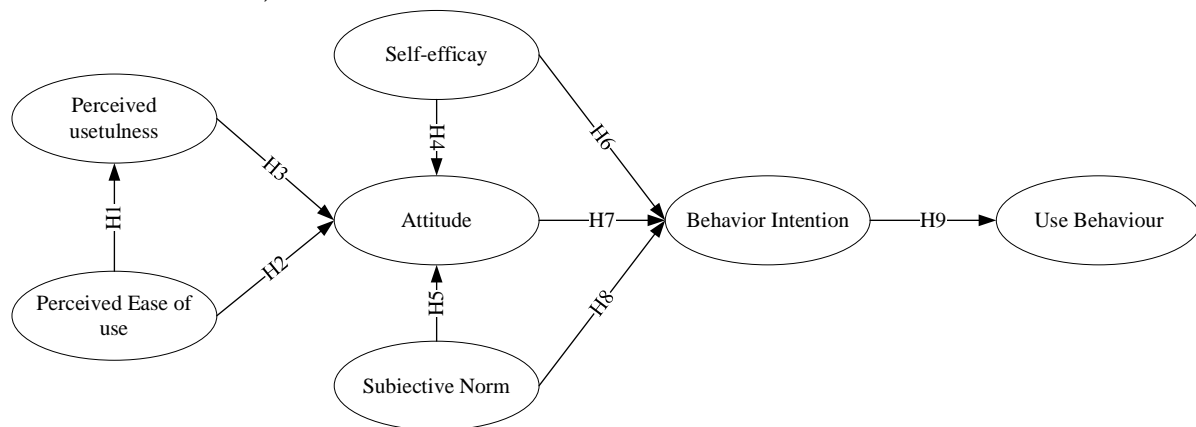


Figure 1 Conceptual Framework

Significance of the Study

The significance of this study is to promote the function and application of the Chaoxi learning platform. It can provide the significant factors that teachers can use the Chaoxi learning platform and improve teaching effectiveness. In addition, this paper can better analyze students' use behavior of the online learning platform to improve learning efficiency, which can help the online learning platform to improve and upgrade the online platform functions and features continuously.

Literature Review

1. Perceived Ease of Use (PEU)

Perceived ease of use refers to the degree to which a person believes a particular system can be used with less effort (Davis, 1989). Venkatesh and Davis (2000) found that the most powerful predictor of users' attitudes toward adopting the technology is how users perceived the ease of use of a particular technology. Perceived ease of use will positively impact users' attitudes toward using the technology system (McKechnie et al., 2006). The research on online learning platforms also confirms that PEU will significantly affect users' perceived usefulness and attitude of students toward the use of online learning platforms (Hsu et al., 2014). Hence, hypotheses are proposed:

H1: Perceived ease of use has a significant impact on perceived usefulness.

H2: Perceived ease of use has a significant impact on attitude.

2. Perceived Usefulness

Perceived usefulness is when a person believes that using a specific system can improve his work performance in some way (Davis, 1989). Therefore, perceived usefulness affects individuals' attitudes and willingness to adopt a specific new technology (Tai, 2008). Aboelmaged (2010) stated that the realization of using e-business applications to improve performance or efficiency positively influences the attitude of users. Therefore, the following hypothesis is indicated:

H3: Perceived usefulness has a significant impact on attitude.

3. Self-Efficacy

Self-efficacy refers to the individual's feeling and understanding of their ability, not the unique attribute of self-concept (Bong & Skaalvik, 2003). Perceived self-efficacy, on behalf of individual knowledge and effectiveness of implementing the target behavior, is a component of perceived behavioral control. (Jugert et al., 2016). When people realize and firmly believe that their professional knowledge can improve work efficiency or productivity, they will change their attitude toward knowledge sharing and become more willing to share their professional knowledge and experience (Jarvenpaa & Staples, 2001). Based on the above assumptions, the following hypothesis is recommended:

H4: Self-efficacy has a significant impact on attitude.

H6: Self-efficacy has a significant impact on behavioral intention.

4. Attitude

Attitude is a belief that can be transformed into concrete action, and attitude can also be a positive or negative evaluation of things (Troudi & Bouyoucef, 2020). Students express behavioral intention to use online learning platforms when they have a positive attitude—perceived usefulness relevance between attitudes and behavioral intentions (Park, 2013). Previous studies provide empirical evidence that consumer attitudes will affect their intention to use online banking services (Lai & Li, 2005). Thereby, a hypothesis is developed:

H7: Attitude has a significant impact on behavioral intention.

5. Subjective Norm

Subjective norms directly or indirectly influence the external stimulus of individual-specific behaviors on knowledge-sharing willingness (Zhou et al., 2007). Subjective norms refer to the choice of performing or not performing a certain behavior according to the perceived social pressure (Ajzen, 1991). Shasha and Leelakasemsant (2022) also discovered that subjective norms directly or indirectly affect users' attitudes and behavior intentions when using information systems. Consequently, the below hypotheses are suggested:

H5: Subjective norm has a significant impact on attitude.

H8: Subjective norm has a significant impact on behavioral intention.

6. Behavioral Intention

Yi et al. (2006) believe that behavior intention is the probability of whether its intention leads to behavior. Behavioral intention is defined as individuals performing some behavioral intention and intent (Keong et al., 2012). Ajzen and Fishbein (1980) interpret behavioral intention as an assessment of people's motivation to take action or complete a specific behavior. de Haan et al. (2018) found that improving mobile network coverage leads to users' intentional behavior toward using mobile devices. The use of mobile devices in stores is also associated with the willingness of users (Grewal et al., 2018). Hence, it is possible to test this hypothesis:

H9: Behavioral intention has a significant impact on use behavior.

7. Use Behavior

Use behavior can be referred to as a customer using a technical strength (Venkatesh et al., 2003). Usage behavior is usually measured in terms of the actual frequency of technology use. Venkatesh et al. (2012) have conducted several studies on technology use using the concept of 'usage behavior.' Convenient conditions and behavior intention of question-and-answer services based on the network have a significant positive influence on the use of behavior (Deng et al., 2011).

Research Methodology

This study applied a quantitative approach to distributing the questionnaire to 500 third-year students from three selected colleges. The survey was constructed with three parts: screening questions, measuring items of a five-point Likert scale, and a demographic profile. Five-point Likert scale was used to estimate the full-scale items, with five indicating the strongest agreement and 1 indicating strong disapproval (Salkind, 2010).

The index of item-objective congruence (IOC) showed all scale items passed at a score rating from three experts equal to or above 0.6. The Cronbach alpha coefficient reliability test showed that all items have strong internal consistency equal to or above 0.7 (Sarmiento & Costa, 2019). The CA's results include perceived ease of use (0.947), perceived usefulness

(0.959), attitude (0.956), self-efficacy (0.962), subjective norm (0.955), behavioral intention (0.954), and use behavior (0.942).

1. Population and Sample Size

The target population of this study is first-year students from three selected colleges: Chengdu Industrial Vocational and Technical College, Chengdu Textile College, and Chengdu Vocational College of Agricultural Science and Technology. The recommended minimum sample size for structural equation models is 425 respondents (Soper, 2022). In this study, 500 were chosen after the received responses and data screening.

2. Sampling Technique

The sampling methods are judgmental, stratified random, and convenience sampling. The judgmental sampling is to select third-year students from three selected colleges who have been using the ChaoXi Learning Platform. The sample was randomly stratified into 500 respondents. Convenience sampling was to distribute the survey to the target participants via school managers.

Results and Discussion

1. Demographic Results

The demographic profile was collected from 500 respondents. In Table 2, the results show that 57.4 percent of females (287) and 42.6 percent of males (213). For the frequency of ChaoXi Learning Platform, 25.8 percent (129) is 1-3 days per week, 60 percent (300) is 4-6 Days per week, and 14.2 percent (71) is 7 days per week.

2. Confirmatory Factor Analysis (CFA)

In Table 1, Factor loading should be 0.5 or higher (Hair et al., 2010). According to Fornell and Larcker (1981), the acceptable values of CR and AVE are acceptable at 0.7 or higher and 0.4 or higher, respectively.

Table 1 Confirmatory Factor Analysis Result, Composite Reliability (CR) and Average Variance Extracted (AVE)

Latent Variables	Source of Questionnaire	No. of Items	Factors Loading	CR	AVE
Perceived Ease of Use (PEU)	Watjatrakul (2016)	5	0.739-0.773	0.869	0.569
Perceived Usefulness (PU)	Watjatrakul (2016)	5	0.700-0.754	0.854	0.539
Attitude (ATT)	Hu and Zhang (2016)	5	0.701-0.763	0.849	0.514
Self-Efficacy (SE)	Hu and Zhang (2016)	5	0.731-0.815	0.880	0.595
Subjective Norm (SN)	Hu and Zhang (2016)	4	0.669-0.760	0.809	0.544
Behavioral Intention (BI)	Samsudeen and Mohamed (2019)	5	0.690-0.787	0.851	0.53
Use Behavior (UB)	Samsudeen and Mohamed (2019)	4	0.682-0.965	0.855	0.533

Source: Created by the author.

When the square root of the AVE is greater than the coefficient of any intercorrelated construct, discriminant validity is established (Fornell & Larcker, 1981). The square root of AVE for each construct at the diagonal line was greater than the inter-scale correlations, as shown in Table 2. As a result, discriminant validity was ensured.

Table 2 Discriminant Validity

	PU	PEU	SE	SN	ATT	BI	UB
PU	0.734						
PEU	0.302	0.755					
SE	0.301	0.345	0.772				
SN	0.274	0.286	0.306	0.717			
ATT	0.246	0.172	0.236	0.317	0.728		
BI	0.464	0.423	0.482	0.482	0.419	0.73	
UB	0.209	0.172	0.235	0.243	0.291	0.451	0.775

Note The diagonally listed value is the AVE square roots of the variables.

3. Structural Equation Model (SEM)

A confirmatory factor analysis was used to evaluate the measurement model, whereas a structural equation model was conducted to measure the structural model. The acceptable values of goodness-of-fit indices for both models are demonstrated in Table 3. The measurement model is a satisfactory fit without an adjustment, while the structural model is

an acceptable fit after the adjustment.

Table 3 Goodness of Fit for Measurement and Structural Model

Fit Index	Acceptable Criteria	Source	Measurement Model	Structural Model (Adjusted Model)
CMIN/DF	< 5.00	(Al-Mamary & Shamsuddin, 2015; Awang, 2012)	455.264/474 or 0.960	557.891/483 or 1.155
GFI	≥ 0.80	(Sica & Ghisi, 2007)	0.949	0.939
AGFI	≥ 0.80	(Sica & Ghisi, 2007)	0.939	0.929
NFI	≥ 0.80	(Wu & Wang, 2006)	0.943	0.930
CFI	≥ 0.80	(Bentler, 1990)	1.000	0.990
TLI	≥ 0.80	(Sharma et al., 2005)	1.000	0.989
RMSEA	< 0.08	(Pedroso et al., 2016)	0.004	0.018

Note: CMIN/DF = The ratio of the Chi-square value to degree of freedom, GFI = Goodness-of-fit index, AGFI = Adjusted goodness-of-fit index, NFI = Normed fit index, CFI = Comparative fit index, TLI = Tucker-Lewis index, and RMSEA = Root mean square error of approximation.

4. Hypothesis Testing Result

In Table 4, the standardized path coefficient (β) and t-value with the significant value criterion of $p < 0.05$ are criteria to confirm hypothesis testing results of this study.

Table 4 Hypothesis Results of the Structural Equation Model

Hypothesis	(β)	t-value	Result
H1: PEU → PU	0.372	7.012*	Supported
H2: PEU → ATT	0.007	0.114	Unsupported
H3: PU → ATT	0.178	3.247*	Supported
H4: SE → ATT	0.104	1.816	Unsupported
H5: SN → ATT	0.300	4.891*	Supported
H6: SE → BI	0.357	7.475*	supported
H7: ATT → BI	0.271	5.717*	Supported
H8: SN → BI	0.362	6.722*	Supported
H9: BI → UB	0.502	10.232*	Supported

Note: * $p < 0.05$

The findings can be summarized below.

H1 confirms that perceived ease of use significantly impacts perceived usefulness, with a standardized path coefficient value of 0.372 (t-value = 7.012*).

H2 shows the unsupported relationship between perceived ease of use and attitude because it does not meet the standard of p-value <0.05 and with a standardized path coefficient value of 0.007 (t-value = 0.114).

H3 approves that perceived usefulness significantly impacts attitude, with a standardized path coefficient value of 0.178 (t-value = 3.247*).

In H4, self-efficacy has no significant impact on attitude, with a standardized path coefficient value of 0.104 (t-value = 1.816).

H5 reveals that subjective norm significantly impacts attitude, with a standardized path coefficient value of 0.300 (t-value = 4.891*).

H6 denotes the support relationship between self-efficacy and behavioral intention, with a standardized path coefficient of 0.357 (t-value = 7.475*).

H7 supports the relationship between attitude towards use and behavioral intention, with a standardized path coefficient value of 0.271 (t-value = 5.717*).

H8 affirms the relationship between subjective norm and behavioral intention, with a standardized path coefficient value of 0.362 (t-value = 6.722*).

For H9, behavioral intention significantly impacts use behavior, with a standardized path coefficient value of 0.502 (t-value = 10.232*).

Conclusions, Recommendations, Limitations and Future Research

1. Conclusions

The findings investigate factors impacting students' behavioral intention to use Chaoxi online learning platform in Chengdu, China. The statical results from CFA and SEM showed that perceived ease of use significantly impacts perceived usefulness. Hsu et al. (2014) supported that when students perceive the ease of use of online learning platforms, they will perceive the usefulness of such a system. However, the results contradict McKechnie et al. (2006) attitude of students towards the use of online learning platforms can be driven by perceived ease of use. Subjective norms, self-efficacy, and attitude significantly impact behavioral intention towards use behavior. Subjective norms are social influence from teachers and peers, directly or indirectly influencing students' willingness to use Chaoxi online learning platform (Zhou et al., 2007). Additionally, the perception of control over the online system and students' positive attitudes dictates behavioral intention to use the Chaoxi online learning platform (Jugert et al., 2016; Keong et al., 2012; Park, 2013). However, self-efficacy cannot explain attitude, which is not aligned with previous studies (Bong & Skaalvik, 2003; Jarvenpaa & Staples, 2001; Jugert et al., 2016).

2. Recommendations

The results of this study show that in order to help students better use the Chaoxi learning platform, the developers of the Chaoxi learning platform should strengthen the application research and publicity, constantly improve its use performance, enhance the usability of the Chaoxi learning platform, and strengthen the publicity of the usefulness of the platform. At the same time, senior managers and teachers in higher vocational colleges should strengthen the guidance of students' use process, give full play to the Chaoxi learning platform, and let students perceive its usefulness. In the process of students' use, senior managers and teachers of higher vocational colleges should strengthen guidance and supervision, promote students' self-efficacy, and enhance students' confidence in using the Chaoxi learning platform. It can also urge students to encourage and communicate with each other before to help learners learn online courses more effectively and improve their willingness to accept the Chaoxi learning platform.

3. Limitations and Future Research

This study has some limitations. First, three schools of Sichuan University were selected to collect data, so the sample size is limited. Secondly, the topic of this study is only based on the Chaoxi learning platform. Further research can be carried out in other types of e-learning systems or systems for other purposes, such as large-scale open online courses (MOOC), ubiquitous learning (U-learning), or enterprise e-learning. Third, qualitative research can be added to understand students' behavioral intentions better using the Chaoxi learning platform.

References

- Aboelmaged, M. (2010). Predicting e-procurement adoption in a developing country: An empirical integration of technology acceptance model and theory of planned behaviour. *Industrial Management and Data Systems*, 110(3), 392-414.
Retrieved from <https://doi.org/10.1108/02635571011030042>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Prentice-Hall.
- Al-Mamary, Y. H., & Shamsuddin, A. (2015). Testing of The Technology Acceptance Model in Context of Yemen. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(4). 268-273.
- Awang, Z. (2012). *A Handbook on SEM Structural Equation Modelling: SEM Using AMOS Graphic* (5th ed.). Universiti Teknologi Mara Kelantan.
- Bentler, P. M. (1990). Comparative fit indexes in structural models. *Psychological Bulletin*, 107(2), 238-246. Retrieved from <https://doi.org/10.1037/0033-2909.107.2.238>

- Bong, M., & Skaalvik, E. M. (2003). Academic self-concept and self-efficacy: how different are they really?. *Educational Psychology Review*, 15(1), 1-14. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1023/A:1021302408382>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology, *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340. Retrieved from <https://doi.org/10.2307/249008>
- de Haan, E., Kannan, P. K., Verhoef, P., & Wiesel, T. (2018). Device Switching in Online Purchasing: Examining the Strategic Contingencies. *Journal of Marketing*, 82(5), Retrieved from <https://doi.org/10.1509/jm.17.0113>
- Deng, S., Liu, Y., & Qi, Y. (2011). An empirical study on determinants of web-based question answer services adoption. *Online Information Review*, 35(5), 789-798. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1108/14684521111176507>
- Fornell, C., & Larcker, D. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. Retrieved from <https://doi.org/10.2307/3151312>
- Grewal, D., Ahlbom, C. P., Beitelspacher, L., Noble, S. M., & Nordfält, J. (2018). In-store mobile phone use and customer shopping behavior: evidence from the field. *Journal of Marketing*, 82(4), 102-126. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1509/jm.17.0277>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson.
- Hsu, C., Yu, C., & Wu, C. (2014). Exploring the continuance intention of social networking websites: an empirical research. *Information Systems and e-Business Management*, 12(2), 139-163. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1007/s10257-013-0214-3>
- Hu, J., & Zhang, Y. (2016). Chinese students' behavior intention to use mobile library apps and effects of education level and discipline. *Library Hi Tech*, 34(4), 639-656. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1108/LHT-06-2016-0061>
- Jarvenpaa, S. L., & Staples, D. S. (2001). Exploring Perceptions of Organizational Ownership of Information and Expertise. *Journal of Management Information Systems*, 18, 151-183.
- Jugert, P., Greenaway, K. H., Barth, M., Büchner, R., Eisentraut, S., & Fritsche, I. (2016). Collective efficacy increases pro-environmental intentions through increasing self-efficacy. *Journal of Environmental Psychology*, 48, 12-23. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1016/j.jenvp.2016.08.003>
- Keong, M. L., Thurasamy, R., Sherah, K., & Chiun, L. M. (2012). Explaining intention to use an enterprise resource planning (ERP) system: an extension of the UTAUT model. *Business Strategy Series*, 13(4), 108-120. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/17515631211246249>

- Lai, V. S., & Li, H. (2005). Technology acceptance model for internet banking: an invariance analysis. *Information & Management*, 42(2), 373-386.
- McKechnie, S., Winklhofer, H., & Ennew, C. (2006). Applying the technology acceptance model to the online retailing of financial services. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 34(4/5), 388-410. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/09590550610660297>
- Nolasco, C. E. (2022, February 1). *Online Distance Learning: The New Normal In Education*. Retrieved from <https://elearningindustry.com/online-distance-learning-the-new-normal-in-education>
- Park, E. (2013). The adoption of tele-presence systems: Factors affecting intention to use telepresence systems. *Kybernetes*, 42(6), 869-887. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1108/K-01-2013-0013>
- Pedroso, R., Zanetello, L., Guimaraes, L., Pettenon, M., Goncalves, V., Scherer, J., Kessler, F., & Pechansky, F. (2016). Confirmatory factor analysis (CFA) of the crack use relapse scale (CURS). *Archives of Clinical Psychiatry*, 43(3), 37-40.
- Salkind, N. J. (2010). Content Validity. In N. J. Salkind (Ed.), *Encyclopedia of Research Design* (pp. 501-503). SAGE Publications. Retrieved from <https://doi.org/10.4135/9781412961288.n74>
- Samsudeen, S. N., & Mohamed, R. (2019). University students' intention to use e-learning systems A study of higher educational institutions in Sri Lanka. *Interactive Technology and Smart Education*, 16(3), 219-238. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1108/ITSE-11-2018-0092>
- Sarmiento, R., & Costa, V. (2019). *Confirmatory Factor Analysis -- A Case study*. Cornell University.
- Sharma, S., Mukherjee, S., Kumar, A., & Dillon, W. (2005). A simulation study to investigate the use of cutoff values for assessing model fit in covariance structure models. *Journal of Business Research*, 58(7), 935-943. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2003.10.007>
- Shasha, Y., & Leelakasemsant, C. (2022). Influencing Factors of Entrepreneurial Intention among Engineering Students in Sichuan, China. *AU-GSB E-JOURNAL*, 15(2), 25-36. Retrieved from <https://doi.org/10.14456/augsbejr.2022.69>
- Sica, C., & Ghisi, M. (2007). The Italian versions of the Beck Anxiety Inventory and the Beck Depression Inventory-II: Psychometric properties and discriminant power. In M. A. Lange (Ed.), *Leading-edge psychological tests and testing research* (pp. 27-50). Nova Science Publishers.
- Soper, D. S. (2022, May 24). *A-priori Sample Size Calculator for Structural Equation Models*. Retrieved from <https://www.danielsoper.com/>

- Tai, S. H. C. (2008). Relationship between the personal values and shopping orientation of Chinese consumers. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 20(4), 381-395. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1108/13555850810909713>
- Troudi, H., & Bouyoucef, D. (2020). Predicting purchasing behavior of green food in Algerian context. *EuroMed Journal of Business*, 15(1), 1-21. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/EMJB-03-2019-0046>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186- 204. Retrieved from <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.2307/30036540>
- Venkatesh, V., Thong, J., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157-178. Retrieved from <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Watjatrakul, B. (2016). Online learning adoption: effects of neuroticism, openness to experience and perceived values. *Interactive Technology and Smart Education*, 13(3), 229-243. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/ITSE-06-2016-0017>
- Wu, J. H., & Wang, Y. M. (2006). Measuring KMS Success: A Respecification of the DeLone and McLean's Model. *Journal of Information & Management*, 43(6), 728-739. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1016/j.im.2006.05.002>
- Xia, H. (2020, April 28). *China's online education users soar to 423 mln: report*. Retrieved from http://www.xinhuanet.com/english/2020-04/28/c_139014944.htm
- Yi, M., Jackson, J., Park, J., & Probst, J. (2006). Understanding information technology acceptance by individual professionals: toward an integrative view. *Information and Management*, 43(3), 350-363. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1016/j.im.2005.08.006>
- Zhou, L., Dai, L., & Zhang, D. (2007). Online shopping acceptance model-a critical survey of consumer factors in online shopping. *Journal of Electronic Commerce Research*, 8(1), 41-62.

FINANCE-SPECIFIC DETERMINANTS OF MERGERS AND ACQUISITIONS-TYPE FDI: FIRM-LEVEL ANALYSIS FOR THAILAND

Benjalux Sakunasingha^{1,*}, Hikari Ishido², and Licheng Liang³

¹ Lecturer in Finance, Business Administration Division, Mahidol University International College (MUIC),
Nakonpathom, Thailand.

² Vice Dean of Faculty of Graduate School of Global and Transdisciplinary Studies, Chiba University, Japan.

³ PhD Candidate, Graduate School of Economics, Keio University, Japan.

* Corresponding author e-mail: benjalux.sak@mahidol.edu

Received 25 May 2023

Revised 29 August 2023

Accepted 14 September 2023

Abstract

This study explores finance-specific determinants that encourage domestic firms to receive foreign direct investment (FDI), especially those with a focus on mergers and acquisitions at the firm level, using firms operating in Thailand. Two main objectives of this study: to identify significant finance-specific determinants that make Thai companies more likely to receive foreign investment; and to explore the heterogeneity at the firm level and the impact of financial constraints. Our findings are: larger firms and younger firms draw more foreign attention and have a higher probability of receiving foreign investment, and companies with a larger amount of intangible assets attract more investment from abroad. The results point to the appropriate practical business policy of accumulating intangible assets with flexible formal/informal linkages with potential partners is key to promoting FDI. Research implications falls into two categories: first, the government policy implication, the government in emerging economies could secure business environment for scaling-up of business operations so that FDI is further promoted; also, the government could facilitate nurturing of firm-level intangible assets. Second, on managerial implications, business companies in emerging countries could act on such government policies to pursue scaling-up of business activities based on intra company intangible assets. This research has contributed to the macro-level consequence of micro-level M&A with firm-level data in Thailand, specifically the financial determinants.

Keywords: Foreign direct investment, Multifactor productivity, Intangible capital,
International investment, Mergers and Acquisitions.

Introduction

For most developing and emerging countries, it has been recognized that the benefits of foreign direct investment (FDI) in the host country are significant, although their benefits and importance differ according to the host country and condition (Kurtishi-Kastrati, 2013). The benefits from FDI include the transfer of technology and human capital support, improvement

the quality and skills of the local labour force, enhancement of the competitive business environment, and great contributions to international trade and enterprise development and improvement (Kurtishi-Kastrati, 2013; Lipsey, 2004; Patterson, Montanjees, Motala, & Cardillo, 2004). In this context, as a source of external funding, FDI plays a key role in the economy of the host country, affecting the balance of payments and supporting long-term economic growth and productivity (Patterson et al., 2004). Theoretically speaking, determinants of FDI from institutional economics, e.g., (Dunning, 1973, 2000) and a strand of its off-shoot analyses include firm-level and finance-specific determinants as well as consequence, or macro-level impacts, of FDI. Theoretically speaking, determinants of FDI from institutional economics, e.g., Dunning (1973, 2000) and a strand of its off-shoot analyses include firm-level and finance-specific determinants as well as consequence, or macro-level impacts, of FDI. With the above considerations in mind, this study analyses the factors that make firms attractive to foreign investors.

This article focuses on M&A-type FDI because of its significant impacts on technology and administration transfer needed for business and country-level economic development. Empirically, this research focuses on companies based in Thailand with equity participation from abroad, it aims to determine which of the finance-specific determinants relatively easily to obtained and meaningful for comparison a standardized concept, that encourage local firms to receive FDI deserve attention. That is, this paper addresses the determinants of cross-border mergers and acquisitions (hereafter, M&A-type FDI) in the country. Table 1 shows the macrolevel volume of M&As relative to that of FDI by region and by country across the world. As shown, M&As comprise approximately forty percent of the total FDI in the world, albeit with a significant fluctuation at the regional level and over the 1990-2021 period. In the Asia-Pacific region, the situation differs greatly across its subregions: in North America, Oceania, and East Asia (due to the high figure for Japan), the relative size of M&As is larger than fifty percent, while in South America and Southeast Asia, the presence of M&As remains lower. In Thailand (shown in bold in Table 1), M&As make up sixteen percent of the total FDI amount across the entire period. In the reference region of Europe, a high level of M&As is recorded, whereas in Africa, M&As make up much lower than fifty percent of the total FDI. There is heterogeneity in terms of the relative size of M&As vis-à-vis the size of FDI, and it seems that emerging countries register lower levels of M&As than developed countries.

Table 1 Percentage of M&As in Total FDI Inflow by Region and by Country

	1990-2000 average (percent)	2001-2010 average (percent)	2011-2021 average (percent)	All period (1991-2021) average (percent)
World	41.1	40.0	37.5	39.5
<i>Asia-Pacific region</i>				
North America	59.8	60.3	61.2	60.4
South America	44.8	12.6	15.2	24.6
Oceania (Australia and New Zealand)	94.7	32.1	37.4	55.4
East Asia (China, Japan and Korea)	84.9	21.1	23.3	43.7
China	13.3	12.0	12.5	12.6
Japan	212.2	24.1	50.2	97.7
Korea	29.3	27.3	7.1	20.8
South—East Asia	10.3	19.8	9.8	13.1
Indonesia	-37.1	78.4	5.7	15.4
Malaysia	5.6	37.1	15.5	18.9
Philippines	52.2	-4.8	21.6	23.9
Singapore	6.2	26.8	12.2	14.7
Thailand	22.4	9.7	16.0	16.2
Vietnam	n/a	2.9	7.9	5.4
Europe	44.7	47.6	79.4	57.5
Africa	15.5	25.6	11.2	17.2

Source: Authors' calculation based on UNCTAD, 2022. World Investment Report, Annex Table 1 and Table 5.

The Research Framework

The research question in this paper is: what factors serve as determinants of M&A-type FDI in the emerging part of the world, in which financial as well as non-financial (or institutional) factors of the local target firms (“at the firm level”) seem to play a crucial role. Following this overarching question, this study focuses on Thailand, as a representative emerging economy, and intends to add to the finance and trade literature by focusing on the following two objectives: (1) to identify significant finance-specific determinants that make Thai companies more likely to receive foreign investment; and (2) to explore heterogeneity (different responses to investment decisions) at the firm level and the impact of financial

constraints. In view of the above, this study, with its focus on firm-level determination and the impact of FDI, is significant.

In terms of actual policy-making, especially for Thailand as a host country and potential investors from around the world, there is policy-level significance since the focal point of this research contributes to the fine-tuning of existing industrial policy while giving due consideration to firm-level heterogeneity. Theoretically, firms with different productivity levels engage in investment to various degrees. Firms with low productivity are forced to pay higher fixed business costs to enter and operate in foreign markets. The least productive firms may even exit the industry and predict negative operating profits. Only firms with high productivity levels can benefit from investments because they expect to earn positive operating profits from sales in foreign markets. Thus, they choose to invest in foreign companies, and the gap in profits between high-productivity and low-productivity firms may widen. This is a serious socioeconomic concern.

If the necessary elements of production activities, such as labor and capital inputs, can be smoothly transferred from firms with lower productivity to those with higher productivity within a country (e.g., Thailand), the overall productivity in the country's domestic market will increase, and economic development will be possible in a way that avoids fragmentation due to differences in productivity. However, owing to market imperfections, it cannot be assumed that the transfer of workers and other "productive resources" to high-productivity firms will be smooth within the same industry over a short period of time.

In this context, trade and investment liberalization can contribute to an increase in society's productivity. Trade and investment liberalization make it easier for highly productive firms to export and invest abroad. On the other hand, liberalization will increase market competition, forcing firms with low productivity in their home countries to withdraw from the market. As a result, market share is captured by firms that survive competition. This is a negative consequence of trade and investment liberalization. On the positive side, an increase in the productivity levels of these firms will also lead to an increase in the average productivity of the country (e.g., Thailand). To further promote the internationalization of business firms and increase profits arising from trade and investment, it is essential to boost the productivity and market competitiveness of firms by reducing the costs of trade and investment through regional integration.

Thus, this research has real-world significance because it focuses on assessing the extent to which the heterogeneity theory of firms provides empirical support. This would also eventually benefit countries (including Thailand and Japan) involved in foreign investment activities at the firm level. Investigating the firm-level determinants of finance-specific and M&A type FDI is expected to boost Thailand's overall level of income at the crossroad of COVID-impacted economic activities through practical policy arrangements.

Literature Review

According to World Trade Organization (1996), FDI occurs when an investor based in one country (home country) acquires an asset in another country (host country) to manage that asset. According to the World Bank definition, FDI includes buying shares of an enterprise, reinvesting earnings of a foreign-owned enterprise in a host country, and parent firms extending loans to their foreign affiliates (Soubbotina & Sheram, 2000). The International Monetary Fund guidelines define FDI as the foreign ownership of at least ten percent of an enterprise's ordinary shares or voting stock, which indicates a significant influence by an investor (Patterson et al., 2004). Many countries, therefore, have set a threshold higher than ten percent, since a foreign ownership level of only ten percent of is not sufficient to establish management control of an enterprise (Patterson et al., 2004; Soubbotina & Sheram, 2000). Many schools of thought explain FDI issues, but there is still no single theory that is superior to others. The related literature in this section is discussed under three headings as follows.

The literature on FDI concentrates mainly on identifying the determinants that influence companies to invest abroad. Aw and Tang (2010), Brahmasrene and Jiranyakul (2002), Schneider and Frey (1985), Walsh and Yu (2010), Yang and Deng (2017) and Zhang and Daly (2014) have studied macroeconomic levels and found that FDI is mainly determined by the market size and growth potential of the host country, its political and macroeconomic stability, the relative exchange rate, the degree of openness of the host country, and infrastructure. Another strand of literature by Buch, Kensternich, Lipponer, and Schnitzer (2014), Esaku (2020), Garavito, Iregui, and Ramirez (2014), and Tripathi and Thukral (2020) explored the determinants of FDI at firm level, these include human capital, company ownership, wages, labor productivity, capital intensity, capital structure, growth rate, profitability, and firm size. In addition, the intangibles such as external knowledge and technologies from abroad are also found at the firm-level (Armas & Rodriguez, 2017).

For Thailand, as a host country, FDI positively contributes to the country's economy by supplying capital and technology and enhancing the competitive business environment, trade integration, and enterprise development. Previous studies in Thailand explore macroeconomic determinants, whereas firm-level determinants have not received sufficient attention, especially finance-specific determinants, which could play a key role in drawing attention from foreign investors (Ang, 2009; Brahmasrene & Jiranyakul, 2002; Pansuwan, 2018). Stiebale and Trax (2011) indicated the positive effects of cross-border acquisitions on domestic firm production. In their research, various firm-level determinants were also selected, such as firm size, wage, capital stock, sales growth, and working capital ratio. In an attempt to contribute to the literature, this research aims to focus on the firm level and explore finance-specific determinants of FDI in Thailand that make Thai companies more likely to receive foreign investment attention.

While there are many country- and industry-level studies on the determinants and impacts of foreign direct investment (FDI), firm-level studies seem to be limited. A benchmark framework, from the perspective of microeconomic FDI theories coupled with the ownership, location-based, and internalization (OLI) paradigm (Dunning, 1973), would be useful for highlighting the rationale of this research, i.e., to consider a basic framework illustrating FDI determination and firm-level characteristics. Conceptually, suppose that a “local firm” located in a country outside of that of the potential investor can generate net positive profit $P(x)$ utilizing managerial input x . Based on the OLI framework discussed in the literature review, a potential foreign direct investor has an ownership (O) advantage, and when combined with the host country firm’s acceptance of FDI (to materialize an M&A type of FDI), an extra profit can be generated. In other words, the higher profitability generated by the combination of local assets and the input of foreign ownership assets can be expressed by a positive intrafirm externality or synergy effect. Formally, scalar s (> 0) can be introduced as an exogenous variable denoting the synergistic effect enabled by the utilization of the ownership asset. At the same time, however, foreign investors with ownership assets must incur a fixed sunk cost, F (> 0), when entering the business in the host country. Assuming that E , which takes a value between 0 and 1, is the degree of controllability of the firm, the *ex-post* net profit of the local firm is $(1+Es)P(x^*)$, where x^* is the optimal level of managerial input.

Fukao, Ito, Kwon, and Takizawa (2008) indicated that cross-border or foreign acquisitions lead to significant improvements in target firms’ productivity and profitability, measured by return on assets (ROA) (Fukao et al., 2008). Their results were confirmed by combining propensity score matching and difference-in-differences techniques. Fukao et al. (2008) and Stiebale and Trax (2011) showed the positive effects of foreign investment on target firms (Fukao et al., 2008; Stiebale & Trax, 2011). In this study, comparing the situation without (before) FDI and with that (after) FDI, the increase in profit generated by the FDI-taken local firm is $EsP(x^*)$. Of this amount, $E^2sP(x^*) - F$ is the net benefit to the foreign investor. In this connection, the higher fixed sunk cost F serves as a deterrent against business operation. Hymer points out in this connection that a negative impact of the presence of F (transaction costs, i.e., haggling costs associated with contracting FDI, plus other monetary disadvantages arising from foreign operation under FDI) exists but the positive impact of s overpowers it (Hymer, 1976). That is, $E^2sP(x^*) > F$. (It is assumed here that F is borne by the investor.) The remaining portion, $(1-E) EsP(x^*)$, is the additional net profit captured by the local capital as a local partner of the FDI, which the investor firm expects to be positive. This is a win-win situation for both local capital and foreign investors and is indeed the determinant of FDI as well as the impact of FDI. The assertion that the positive impact of s overpowers F and leads to a win-win situation may not be universally applicable; this study assumes the *ex-ante* (before M&A) expectation to this effect, held by the acquirers, focusing on the determinants (rather than impacts) of M&A type FDI.

One thing to note is that there is a hidden “selection” effect, that is, the local firm selected as the investment partner among heterogeneous firms in terms of profitability might already be relatively highly profitable in the first place (even before M&A). In the empirical analysis in this study, no distinction is made between the two (selection effect and realized profit), since only ex-post financial data of the firm are available. However, the profit-making function $P(x)$ is expected to be empirically specified in this study. This sort of firm-level investigation into FDI determination in Thailand is limited and, hence, merits our investigation.

In the literature on FDI (which includes the M&A type of FDI), as mentioned above, there are a wide variety of theoretical models to explain the determinants of FDI. Several theories have contributed to identifying the firm-level determinants behind a firm’s decision to undertake FDI, whereas the finance-specific determinants of the firm have received little attention (Forssbaeck & Oxelheim, 2008). Because the financial characteristics of a firm provide financial strength and advantages that can be exploited through cross-border investment activity, the main purpose of this research is to suggest firm-specific financial factors that deserve attention that encourage companies to receive FDI. To the best of the authors’ knowledge, in the Thai context, a number of studies have examined the relationships between FDI and macroeconomic and institutional variables (Ang, 2009; Brahmasrene & Jiranyakul, 2002; Pansuwan, 2018), but there has been no exploration of firm-level and/or finance-specific determinants in Thailand; thus, this research contributes by filling this research gap.

In efficient market theory, no firm has an advantage over another since all firms have equal access to finance at equal costs. However, in the real world, there is imperfection in capital markets, and therefore, firms with better finance strategies, such as lowering the cost of funds or increasing the availability of funds, should create a financial advantage, and they are more likely to gain FDI attention (Forssbaeck & Oxelheim, 2008). Oxelheim, Randoy, and Stonehill (2001) mentioned that under the “OLI paradigm” by Dunning (1973), the “O”, which represents ownership advantages, may include various economies of scale and scope, advanced technology, managerial and marketing expertise, and differentiated products (Oxelheim et al., 2001). Oxelheim et al. (2001) also stated that the “firm’s financial characteristics”, or so-called finance-specific factors, should be included under the economies of scale and scope (Oxelheim et al., 2001). Therefore, the OLI paradigm does not explicitly address the effect of finance-specific determinants on FDI. Since the firm from the home country will gain more advantage through ownership control and as a response to market imperfections, the financial characteristics of a firm in a host country should be explicitly addressed.

Finance-specific determinants are part of finance strategies and are important to all firms but are particularly important to firms in host countries that wish to receive foreign investment. This study follows the OLI and firm-level frameworks by identifying the firm’s

finance-specific determinants that deserve explicit consideration since they create financial advantages relevant to foreign investment decisions.

Research Data and Methodology

Research Sample and Data Description

Based on the prevailing literature survey, our research explores the relationship between finance-specific determinants and the M&A type of FDI. Our research sample was from the Zephyr and Orbis databases (released by Bureau van Dijk). Both databases are used worldwide and cover the largest amount of firm-level data. Our research collected Thai companies' operational and financial data as secondary data, both for listed and non-listed companies. The sample period was from 2012-2021. The final sample included 14,576 firm-year observations.

In this study, the incidence of M&A FDI was the dependent variable. Our dependent variable was binary data, which takes “0” when there is no M&A involved and “1” in and after the year when M&A FDI was undertaken. We included finance-specific variables for Thai local companies as explanatory variables that are related to M&A FDI. In particular, we included firm size (log of total assets); intangible assets (nonphysical assets/total assets) such as patents, brands, trademarks, and/or copyrights; profitability (net income/total revenue); leverage of the target company (total debt/total assets); cash holdings (cash holdings/total assets); firm age (log of years since establishment); and growth in sales of target firms (year-on-year growth rate). To account for any unobservable characteristics that may have been omitted in the equation, we also include firm fixed effects. Table 2 shows descriptive statistics for the sample.

Table 2 Descriptive Statistics

Variable	No. of Obs.	Mean	Std. Dev.	Min	Max
M&A_FDI	142,635	0.0047814	0.0689827	0	1
Size of the company	129,915	0.988496	1.311165	0.0022945	6.048172
Intangible assets	122,006	0.0027856	0.014707	0	0.1213909
Profitability (Net income margin)	12,154	0.1272055	0.1143266	0.0000313	0.9956427
Cash holdings	110,356	0.1568963	0.2306551	0.0001837	0.9965458
Age of the company	145,030	20.26566	8.57878	3	50
Leverage (TD/TA)	110,819	0.3618821	0.3014354	0.0009654	1

Notes: The variables are winsorized (for the purpose of suppressing the influence of outliers) at the 5% and 95% levels.

Source: Authors' calculations based on the Zephyr and Orbis databases.

Research Methodology

This research explores the relationship between finance-specific determinants and FDI. Multiple regression analysis with fixed effects was applied, and one-period lagged explanatory variables were used to avoid causality-related issues. This research investigated firm fixed effects, and an equation model [Eq. 1] was constructed to indicate the influence of finance-specific variables on M&A-type FDI, as follows:

$$M\&A_FDI_{i,t} = \alpha_{i,t} + X_{i,t-1}\beta + Z_{i,t-1}\delta + \tau_t + \varepsilon_{it} \quad [\text{Eq. 1}]$$

where $X_{i,t-1}$ is a vector of the control variables, which are firm-level characteristics, including firm size, firm age and the square term of firm age. $Z_{i,t-1}$ represents firm-level financial factors, such as leverage ratio and cash holdings. We also controlled the time-fixed effects and firm-specific fixed effects in our linear models.

Results Discussion & Analysis

Regression Analysis

In this research, the dependent variable was the M&A type of FDI. We began by examining the effect of finance-specific variables on M&A_FDI. Table 3 shows the results from pooled-linear probability model (pooled-LPM) regression for comparison in Column 1, and the baseline estimation results of a fixed-effect linear probability model (Fixed Effects-LPM) in Column 2. In Column 1, with the pooled-LPM regression; size, intangibility, and cash holdings show positive and significant effects, while firm age shows a negative and significant effect. Our main interest results are presented in Column 2, with the fixed-effect LPM, the size and intangibility show positive and significant effects. The effect of age is negative and significant, while profitability shows a positive effect on M&As. As consistently shown in Table 3, under both specifications (pooled-LPM and fixed-effect LPM), the size of the company has a positive and significant impact on the probability of a local company in Thailand receiving FDI, and larger Thai firms are more attractive to M&A FDI. Concerning intangibility, this variable has a positive impact on the dependent variable (the probability of the company receiving M&A FDI).

This result can be interpreted as indicating the presence of a synergy effect, that is, the foreign company is attracted by the local company's intangible assets and undertakes M&A-type FDI to engage in profit-making activities in Thailand. The result from pooled-LPM analysis shows that there is a positive and significant effect of cash holdings on M&A FDI. The result showed that firm age had a negative impact on the probability of being an M&A target. This could be interpreted as Thai firms with shorter track records since their establishment tending to receive more foreign investment attention. We also include the square of the age in the regression to check whether there is a quadratic relationship between firm age and M&A propensity, and we found that the square term is positive, which indicates that the negative impacts of age are decreasing for older firms.

Table 3 Pooled-LPM Regression and Fixed-effect LPM of Equation Model [1]

Dependent Var: M&A FDI (t)	(1) Pooled-LPM with year dummies	(2) Fixed Effects-LPM
Size(t-1)	0.0107*** (0.00111)	0.0791*** (0.0112)
Cash(t-1)	0.0178* (0.0101)	0.00204 (0.0259)
Intangibility(t-1)	0.697*** (0.132)	0.661*** (0.23)
Profitability(t-1)	-1.01E-05 (0.013)	0.0390* (0.0209)
Age(t-1)	-0.00601*** (0.000914)	-0.0115* (0.00656)
Age^2 (t-1)	9.29e-05*** (1.55E-05)	-1.95E-05 (5.23E-05)
Observations	10,404	9,830
R-squared	0.034	0.36
Firm FE	-	YES
Year FE	YES	YES

Clustered robust standard errors at the firm level in parentheses

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

The researchers worked on the probit model and the marginal effect results are shown in Tables 4-6.

Table 4 shows the results from the probit model without year-effect (in Column 3) and with year dummies (in Column 4). The results in Column 3 and Column 4 show that out of six variables, only one variable (profitability) was not significant. According to the results in the table, foreign companies that seek to acquire local firms do not view the profitability of the target firms as an important factor. In both columns, the coefficients of firm size, intangibility, and cash holdings are positive and significant for the M&A type of FDI, while the coefficients of firm age are negative and significant for the M&A type of FDI. The results in Table 4 imply that firms that are larger, have more intangibles, and possess larger cash holdings have a higher potential to draw-in M&A FDI. Firms with low liquidity and fewer operation years may have more potential to be acquired by foreign firms. Nevertheless, M&A propensity tends to have a quadratic relationship with firm age.

Table 4 Baseline Results (Probit model)

Dependent Var: M&A FDI (t)	(3) Probit	(4) Probit
Size(t-1)	0.0145*** (0.00213)	0.0154*** (0.00182)
Cash(t-1)	0.0227* (0.0122)	0.0242** (0.0115)
Intangibility(t-1)	0.394*** (0.0659)	0.410*** (0.0634)
Profitability(t-1)	0.0178 (0.017)	0.0196 (0.0152)
Age(t-1)	-0.00474*** (0.000666)	-0.00491*** (0.000614)
Age ² (t-1)	7.19e-05*** (1.21E-05)	7.46e-05*** (1.13E-05)
Observations	10,404	10,404
Year Dummies	YES	NO
Pseudo R-squared	0.683	0.681
Likelihood-ratio test of rho=0	2.219	4.942
Log-Likelihood	-1369	-1378
Wald chi2	195	170.7
Prob > chi2	0	0
Prob Wald	0	0

Clustered robust standard errors at the firm level in parentheses

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Robustness Checks with Leverage and Sales Growth

To ensure that our results were robust, we carried out several robustness checks by adding in and removing some explanatory variables from the equation model [Eq. 1], as shown below in Tables 5-6. This approach exploits the relationships inherent in the explanatory variables, but the results are similar. First, it is conceivable that profitability may have a positive effect on M&A_FDI. To confirm the results, we add leverage (total debt/total assets) as another explanatory variable in equation model [Eq. 1], and we find that the results in Table 5, which includes the leverage ratio of target firms, are consistent with the results reported in Table 3 and Table 4 in terms of size, firm age and intangibility. The results in Table 5 (in columns 5 and 6) indicate that the leverage ratio does not contribute to the probability of receiving M&A from abroad; profitability might have a positive impact, yet its explanatory power seems to be limited, judging from the limited statistical significance; and that size as well as intangible

assets play a significant and positive role in the M&A determination by a foreign acquiring company.

Table 5 Leverage Ratio of Target Firms Included

Dependent Var: M&A FDI (t)	(5) Fixed Effects	(6) Probit
Size(t-1)	0.0816*** (0.0129)	0.0134*** (0.00168)
Leverage (t-1)	0.00825 (0.0235)	0.00626 (0.00686)
Intangibility(t-1)	0.687*** (0.244)	0.403*** (0.0622)
Profitability (t-1)	0.0409* (0.0227)	0.0226 (0.0153)
Age (t-1)	-0.0125* (0.007)	-0.00466*** (0.000647)
Age^2 (t-1)	-1.93E-05 (5.32E-05)	7.16e-05*** (0.0000115)
Observations	9,492	10,032
R-squared	0.361	
Firm FE	YES	.
Year FE	YES	.
Year Dummies	.	YES
Pseudo R-squared	.	0.687
Likelihood-ratio test of rho=0	.	1.023
Log-Likelihood	.	-1352
Wald chi2	.	197.4
Prob > chi2	.	0
Prob Wald	.	0

Clustered robust standard errors at the firm level in parentheses

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

To further confirm the results, we also investigate by adding leverage and growth in sales of target firms into equation model [Eq. 1]. Table 6 shows that sales growth may increase the propensity of a firm to be a target (by 3.4%), although the factor is not statistically significant under the fixed effect specification; under these specifications, size of the target firm consistently contributes to the higher probability of receiving M&A. Age of the company has mixed effects (positive or negative), depending on the model specification; in either case though, the magnitude remains rather low, as compared with other factors including size of the company and possession of intangible assets.

From the perspective of the OLI framework (Dunning, 1973; Dunning & Lundan, 2008), the ownership-specific assets correspond to the intangibility in the regression. While profitability does not seem to strongly explain the M&A determination, intangible assets have a stronger and positive explanatory power, indicating the importance of local companies' possession thereof for attracting M&A-type FDI from abroad.

Table 6 Sales Growth of Target Firms Included

Dependent Var: M&A FDI (t)	(7) Fixed Effects	(8) Probit
Size(t-1)	0.0925*** (0.0219)	0.0176*** (0.003)
Sales growth(t-1)	-0.0264 (0.0234)	0.0344* (0.0201)
Intangibility(t-1)	0.615 (0.405)	0.596*** (0.0988)
Profitability(t-1)	0.0691* (0.0388)	0.0295 (0.0252)
Age(t-1)	0.00998*** (0.00377)	-0.00756*** (0.0013)
Age^2 (t-1)	-0.0000323 (8.36E-05)	0.000115*** (2.25E-05)
Observations	5,279	5,279
R-squared	0.046	
Firm FE	YES	
Year FE	YES	
Year Dummies		YES
Pseudo R-squared		0.824
Likelihood-ratio test of rho=0		9.085
Log-Likelihood		-762.1
Wald chi2		63.89
Prob > chi2		1.05E-08
Prob Wald		1.05E-08

Clustered robust standard errors at the firm level in parentheses

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Conclusion

This research addresses finance-specific and firm-level determinants of M&A-type FDI in Thailand. The main results of this research are as follows: (1) firm size as well as the

intangible assets of target companies in the country have significant and robust positive effects on the probability of a firm becoming a target of M&A-type FDI, and intangibility assets in particular may substantially increase the probability of a firm being a target firm; (2) from the findings, as for finance-specific considerations, cash holdings is a positive determinant for target firms, implying that acquirers are more interested in target firms with sufficient liquidity or cash holdings, because there is higher chance for business success; (3) growth pace in sales have barely significant positive impact, although it does not show the consistency in the other specification (column 7, in table 6); (4) given the statistically positive significance of the size of target companies and intangible assets (which is idiosyncratic across companies), firm-level heterogeneity seems to play a crucial role in the determination of M&A-type FDI in Thailand. Of these results, the third one seems to indicate the importance of the intangible assets that accompany M&A-type transactions, the higher potential for more profits because of the larger size of the firm and the expected positive synergy effects after M&A.

As Thailand is a representative emerging country, local “emerging” companies could be expected to nurture firm-specific intangible assets to attract more M&A-type FDI. On managerial implications, business companies in emerging countries could act on such government policies to pursue scaling-up of business activities on the basis of intra company intangible assets. As policy implications, the government in emerging economies (including Thailand) could secure business environment for scaling-up of business operations so that M&A-type FDI is further promoted; also, the government could facilitate nurturing of firm-level intangible assets through, e.g., allowing double tax deduction for innovative activities by small and medium sized firms, however piecemeal and incremental these activities might be. This research has contributed to the macro-level consequence of micro-level M&A with firm-level data in Thailand, specifically the financial determinants.

References

- Ang, J. B. (2009). Foreign Direct Investment and Its Impact on the Thai Economy: The Role of Financial Development. *Journal of Economics and Finance*, 33(3), 316-323.
Retrieved from doi:10.1007/s12197-008-9042-6
- Armas, E., & Rodriguez, J. C. (2017). Foreign Direct Investment and Technology Spillovers in Mexico: 20 years of NAFTA. *Journal of Technology Management & Innovation*, 12(3), 34-47. Retrieved from doi:10.4067/S0718-27242017000300004
- Aw, Y. T., & Tang, T. C. (2010). The Determinants of Inward Foreign Direct Investment: The Case of Malaysia. *International Journal of Business and Society*, 11(1), 59-76.
- Brahmasrene, T., & Jiranyakul, K. (2002). Recent Evidence of Foreign Direct Investment in Thailand. *Journal of International Business Research*, 1(1), 63-72.

- Buch, C. M., Kensternich, I., Lipponer, A., & Schnitzer, M. (2014). Financial Constraints and Foreign Direct Investment: Firm-level Evidence. *Review of World Economics*, 150, 393-420.
- Dunning, J. H. (1973). The Determinants of International Production. *Oxford Economic Papers*, 25(3), 289-336.
- Dunning, J. H. (2000). The Eclectic Paradgm as an Envelope for Economic and Business Theories of MNE Activity. *International Business Review*, 9(2), 163-190.
- Dunning, J. H., & Lundan, S. M. (2008). Institutions and the OLI Paradigm of the Multinational Enterprise. *Asia Pacific Journal of Management*, 25, 573-593. Retrieved from doi:10.1007/s10490-007-9074-z
- Esaku, S. (2020). Investments, Export Entry and Export Intensity in Small Manufacturing Firms. *Journal of Industrial and Business Economics*, 47, 677-697. Retrieved from doi:https://doi.org/10.1007/s40812-020-00156-9
- Forsbaeck, J., & Oxelheim, L. (2008). Finance-Specific Factors as Drivers of Cross-Border Investment: An Empirical Investigation. *International Business Review*, 17, 630-641. Retrieved from doi:10.1016/j.ibusrev.2008.09.001
- Fukao, K., Ito, K., Kwon, H. U., & Takizawa, M. (2008). Cross-Border Acquisitions and Target Firms' Performance: Evidence from Japanese Firm-Level Data. In T. Ito & A. K. Rose (Eds.), *International Financial Issue in the Pacific Rim: Global Imbalances, Financial Liberalization, and Exchange Rate Policy* (pp. 347-389). USA: The University of Chicago Press.
- Garavito, A., Iregui, A. M., & Ramirez, M. T. (2014). An Empirical Examination of the Determinants of Foreign Direct Investment: A Firm-Level Analysis for the Colombian Economy. *Revista de Economia del Rosario*, 17(1), 5-31. Retrieved from doi:dx.doi.org/10.12804/rev.econ.rosario.17.01.2014.01
- Hymer, S. H. (1976). *The International Operations of Nation Firms: A Study of Foreign Direct Investment*. Cambridge, MA, USA: MIT Press.
- Kurtishi-Kastrati, S. (2013). The Effects of Foreign Direct Investments for Host Country's Economy. *European Journal of Interdisciplinary Studies*, 5(1), 26-39.
- Lipsey, R. E. (2004). Home-and-Host Country Effects of Foreign Direct Investment. In *Challenges to Globalization: Analyzing the Economics* (pp. 333-382). Chicago, USA: University of Chicago Press.
- Oxelheim, L., Randoy, T., & Stonehill, A. (2001). On the treatment of Finance-Specific Factors within the OLI Paradigm. *International Business Review*, 10(4), 381-398.
- Pansuwan, A. (2018). Industrial Location Patterns Based on Foreign Direct Investment in Thailand After Trade Liberalization. *Humanities, Arts and Social Sciences Studies*, 18(2), 511-534.



- Patterson, N., Montanjees, M., Motala, J., & Cardillo, C. (2004). *Foreign Direct Investment: Trends, Data Availability, Concepts, and Recording Practices*. Washington D.C.: International Monetary Fund.
- Schneider, F., & Frey, B. S. (1985). Economic and Political Determinants of Foreign Direct Investment. *World Development*, 13(2), 161-175.
- Soubbotina, T. P., & Sheram, K. A. (2000). *Beyond Economic Growth: Meeting the Challenge of Global Development*. Washington D.C.: The World Bank.
- Stiebale, J., & Trax, M. (2011). The Effects of Cross-Border M&As on the Acquirers' Domestic Performance: Firm-level Evidence. *Canadian Journal of Economics*, 44(3), 957-990. Retrieved from doi:10.1111/j.1540-5982.2011.01662.x
- Tripathi, V., & Thukral, S. (2020). Role of Industry Factors in Financing the Outward Foreign Direct Investment by Indian Multinational Enterprises. *Global Business Review*, 21(1), 124-141. Retrieved from doi:10.1177/0972150919846815
- Walsh, J. P., & Yu, J. (2010). Determinants of Foreign Direct Investment: A Sectoral and Institutional Approach. *IMF Working Paper*, 10(187), 1-28.
- World Trade Organization. (1996). Trade and Foreign Direct Investment. Retrieved from https://www.wto.org/english/news_e/pres96_e/pr057_e.htm
- Yang, M., & Deng, P. (2017). Cross-Border M&As by Chinese Companies in Advanced Countries: Antecedents and Implications. *Thunderbird International Business Review*, 59(3), 263-280. Retrieved from doi:10.1002/tie.21767
- Zhang, X., & Daly, K. (2014). The Determinants of China's Outward Foreign Direct Investment. *Emerging Markets Review*, 12, 389-398.

BITCOINS: MONEY OF THE FUTURE?

Witaya Pintong

Lecture of School of Business Administration, Suvarnabhumi Institute of Technology

E-mail: witaya_p@yahoo.com

Received 12 October 2023

Revised 18 December 2023

Accepted 19 December 2023

Abstract

Cryptocurrencies, one of which is Bitcoin, are becoming widely popular among investors reflecting the new generation and hoping for higher returns than investing in traditional investments. One of the factors attracting people to invest or accumulate Bitcoin is because they believe that Bitcoin is money that could even be the money of the future. This article seeks to investigate whether Bitcoin is money and can act as a substitute for fiat money globally.

This article shows that the volatility of Bitcoin prices calculated as a percentage CV of moving standard deviation is quite high compared to fiat money like the US Dollar and Thai Baht around 8.24 to 11.32 times from 2014 to 2023. This attribute hinders Bitcoin from performing the function of money as a medium of exchange. Such high volatility of Bitcoin also hinders Bitcoin's ability to function as a store of value. As for a unit of account function of money, the small unit of bitcoin that is a million times smaller than its base unit compared to regular fiat money makes it inconvenient to use bitcoin in real-life trading activities and for accounting.

In conclusion, this points out that Bitcoin could not meet the three money functions qualification, Bitcoins, therefore could not perform well as money for now even for the future.

Keywords: Bitcoin, Cryptocurrency, Money of The Future

Introduction

Nowadays cryptocurrencies are becoming widely popular among investors, especially those who are trying to find new investment alternatives, reflecting the phenomenon of new generation and hoping to get higher returns than investing in stock markets or other conventional investments. In the family of cryptocurrencies, Bitcoin is the most prominent one as an alternative investment.

Bitcoin was created using Blockchain technology. It is a database system with a high level of security based on a system of verification through a peer-to-peer network that is free from central regulation, making it highly efficient and reducing transaction costs. Since the inception of Bitcoin in 2009 and the first Bitcoin trade in late 2009, the trading volume of Bitcoin has been increasing despite its relatively high volatility. Currently, the market capitalization of Bitcoin is around 1, 486 billion USD. The popularity of Bitcoin and its position as a modern financial innovation has led investors and academics to question whether Bitcoin can be a currency for the future. That is, whether it can replace paper money, especially the main global currencies at the moment either USD, Euro Dollar, or Japanese Yen (Moshirian F., 2007; Dobija, M, 2014).

However, the value of Bitcoin is so volatile that it may hinder its functioning as a currency. For instance, after the Bitcoin price started to rise above \$ 10,000 in the second half of 2020, reaching a peak of over \$ 63,000 in April 2021 then dropped to a low level of about \$ 29,000 in July 2021. The most problematic for using Bitcoin as a means of exchange is the short-term fluctuation. Because the parties involved in trading goods and services cannot predict and plan about income and expenses at all. For example, bitcoin has almost halved its price in a month, from \$63,503 in April 2021 to \$34,616 in May 2021.

There are numerous studies on the volatility of Bitcoin. Dwyer (2015) analyzes monthly standard deviations of Bitcoin prices from Mt. Gox, BTC, and Bitstamp, finding that they are 5–7 times higher than those generally observed in stock markets. Bouoiyour and Selmi (2016), Bouri et al. (2017), Katsiampa (2017), and Ardia et al. (2019) use GARCH models to estimate daily volatility finding that the volatility level is comparatively high. Dirk G. Baur and Thomas Dimpfl (2021) studied the volatility of bitcoin prices and compared with those of major exchange rates such as US dollar against the euro and the Japanese yen. They concluded that the volatility of Bitcoin prices is extreme and almost 10 times higher than the volatility of such major exchange rates reflecting that Bitcoin cannot function as a medium of exchange. This article, therefore, would like to investigate whether Bitcoin has the qualities of being a currency.

This article proceeds as follows. The objectives of the study are in section 2. Section 3 describes the data and research methodology used in this study. Section 4 lays down some substance foundations of Bitcoin and reviews the literature on the functions of money. Section 5 discusses the study results. The conclusion is in section 6.

Objectives

The objective of this study is to investigate whether Bitcoin could perform its function as money by analyzing the patterns of volatility as follows.

1. To analyze whether bitcoin prices have more volatility, as compared to those of fiat money.

2. To analyze whether the size of the difference in the volatility of Bitcoin and fiat money exceeds the level that can be accepted as general currencies.

If the outcome of the analyses could not reject the hypothesis that the Bitcoin volatilities are not significantly different from those of fiat currencies or the magnitude of differences are not beyond the accepted magnitude, it could then lead to the conclusion that Bitcoin can function as money. Specifically, this article seeks to check whether the Bitcoin price volatility is about 10 times higher than the volatility of general exchange rates reflecting that Bitcoin cannot function as a medium of exchange as pointed out by Dirk G. Baur and Thomas Dimpfl (2021).

Data and Research Methodology

The Data Used

This article uses historical data of Bitcoin to investigate the volatility against two fiat currencies. One is the main global currency, US Dollar (USD) in terms of USD value per Euro Dollar. The other is the local currency, Thai Baht, in terms of Baht value per USD. Therefore, three time series of data are used in the study.

Bitcoin. Bitcoin data used in this study is daily historical data retrieved from coinmarketcap.com covering from September 17, 2014 to April 6, 2023. The record is composed of transaction data as date, open, high, low, close, volume, and market. This article uses close price to calculate a measure of volatility.

U.S. Dollar. USD data used in this study is daily historical data retrieved from the Wall Street Journal through wsj.com covering from January 1, 2014 to April 6, 2023. The record is composed of transaction data as date, open, high, low and close. This article uses close to calculate measure of volatility.

Thai Baht. The Thai Baht data used in this study is daily historical data from the Bank of Thailand covering from January 2, 2014, to April 5, 2023. The record is composed of transaction data as date, average buying rates, and average selling rates. This article uses the average of the buying rates and selling rates to calculate a measure of volatility.

Volatility Measurement

Studying the volatility of assets can use a variety of methods, such as a simple standard deviation, variances, the GARCH model, etc. For testing whether bitcoin prices have more volatility, as compared to the two fiat currencies, this study utilizes the test for equality of variances between Bitcoin prices and the USD value, and between Bitcoin prices and the Baht value. To mitigate the effect of the non-normality of the three time series, particularly Bitcoin prices, Levene's test (Levene, H. (1960) will be used in addition to F statistics.

For testing whether the size of the difference in the volatility of Bitcoin and fiat money exceeds the level that can be accepted as general currencies, this study utilizes the moving standard deviation method (MSD) using 14 day-period to compute the series of MSD.

The step of calculating MSD is as follows.

1. Calculating moving average using the formula:

$$MA = \frac{P_1 + \dots + P_n}{n}$$

Where P_i is the price of the asset at time i

n is the number of periods (in this case 14 days)

2. Finding the variance using this formula.

$$V = \frac{(P_1 - MA)^2 + \dots + (P_n - MA)^2}{n}$$

3. Taking the square root of V to get the standard deviation.

$$\delta = \sqrt{V}$$

Moving to the next period and following the above steps to get a series of moving standard deviations.

To compare the magnitude of differences of this volatility measure of the three series, the MSD (δ) has to be normalized by finding the Coefficient of Variation (CV) obtained by dividing MSD with the mean of the period and calculating in percentage. (Trend Spider Learning Center, n.d.).

Literature Review

Fundamentals of Bitcoin

1. Creation of bitcoins, Bitcoin mining process

As already mentioned, Bitcoin was created from the development of digital innovation using Blockchain technology (Nakamoto, 2008; Luther, 2016; Krishnan, 2020). Transaction data is stored in blocks. Each block has a hash number which is generated by encryption with a hash function that converts all the data in the block to a hash number. Newly created blocks must always reference the previous block's hash number. In 2009, Satoshi Nagamoto created the Genesis Block, the first Bitcoin block, and gave rise to the first 50 Bitcoins.

The process of generating Bitcoin is the process of verifying Bitcoin transaction data by the miner. A miner is a person who connects their own computer to the Bitcoin network in a manner known as peer-to-peer. The miner has to verify the transaction data which

typically are bitcoin transfers between two parties, to check whether the sender has the right to transfer or not, and the amount transferred is according to the right or not. Then it will record information in the new block.

To add a generated blocks to the blockchain, miners have to compete to solve complex mathematical equations, called Proof of Work (POW), to find a hash number that satisfies a requirement with a degree of predetermined difficulty. To find valid hashes for a block, miners must randomly find a number called nonce (number only once) so that the hash function can encode it into a hash number that meets the criteria. Any miner who finds valid hashes for a block first will be rewarded with a set amount of bitcoins. In 2009, which gave birth to Bitcoin, the mining reward for each block of transactions was 50 bitcoins. This amount is halved approximately every four years. Currently the reward is 6.25 bitcoins for a block of Bitcoin.

The difficulty of mining bitcoins tends to increase over time, depending on the number of miners in the network and the combined processing power. Increasing difficulty is required to maintain the target block time. It currently takes about 10 minutes to mine a Bitcoin block. After every 2016 blocks are mined, the Bitcoin protocol adjusts the mining difficulty. In the early days, since the inception of bitcoins, miners were able to use PCs to mine Bitcoin. Nowadays, bitcoin mining has to use high performance computers with specially developed software such as “ASIC” (application-specific integrated circuit chip). At the time of writing this article, approximately 19 million bitcoins have been mined and in circulation, leaving about 2 million to be mined. It is estimated that all bitcoins will be mined by 2140, after which miners will only receive transaction fees.

2. A Peer-to-Peer Database System Blockchain systems of any cryptocurrencies, including Bitcoin, use peer-to-peer data connection technology, called a decentralized ledger, which is a decentralized system to access and verify the data in the system for anyone who wants to connect a computer to the system. In a peer-to-peer database system, peers refer to the nodes or computers that perform the same tasks and have the same power within a blockchain network. For the Bitcoin system, each peer keeps a complete copy of the Bitcoin database and verifies the authenticity of transactions with other nodes to guarantee their accuracy without any middle-man or central server. Therefore, no administrator is required to maintain the function of the network. Instead, the peers in the network cooperate to handle deals and manage the Bitcoin system. On the contrary, transactions at a financial institution, like a bank, are kept confidential and only investigated by the bank.

However, the fact that P2P systems allow anyone to become a peer may also be an opportunity for individuals to hack the system by modifying the data in such a way as to double spending. Nevertheless, POW processes where miners compete to solve a mathematical puzzle with its own level of difficulty, require hackers to POW all blocks after

the modified block. In practice, this is almost impossible since an attacker has to control a majority or more than 50% of CPU power.

One of the advantages of P2P is the absence of an intermediary in transactions involving bitcoin transfers. It seems that P2P and Blockchain are efficient systems in terms of cost and time. However the person doing the transaction still pays the transaction fee and still has to wait for the transaction to be confirmed and put into the block (Klemens, 2020). Usually, bitcoin transactions take around 10 minutes to 1 hour depending on situations requiring different amounts of confirmation. Bitcoin exchanges allowing to buy and sell bitcoin typically require six confirmations or about 60 minutes before the funds show up in the receiver's account. The unconfirmed transactions wait in a waiting area known as the mempool. A transaction can get stuck in the mempool when the transaction fee included with that transaction is too low. At a time when demand for bitcoin rises, then bitcoin transaction fees rise. For example, during the 2017 bull market, the demand for a Bitcoin transaction was so high that a transaction fee could go as high as \$50. At times of low demand, the fee can be as low as \$0.20 to \$0.30. As the time of this article writing, the average fee is about \$7.25.

Function of Money.

There are many definitions of money [(Graham, 1940; Spruzen, 2001; Mishkin, Gamber & Hakes, 2006; IMF, 2012; Pierce and Tysome, 2014; European Central Bank, 2017)]. Synthesizing various definitions, it can be concluded substantially that money is any object generally accepted as a mean of exchanging goods and services and debts repayment in an economy. In the ancient time, the exchange of goods and services was carried out by a direct exchange known as the Barter System. However, such direct exchange of goods faced the problem of inconsistency of type and quantity of goods to be exchanged. Later, natural rare items were used as a medium of exchange, such as Cowry shell, leather, barley, peppercorns, and precious metals such as silver and gold (National Museum of American History, n.d.). Eventually, it evolved into paper money or currency, called fiat money as nowadays. It is fiat money because it is issued on the "fiat" or decree of a sovereign government, usually by the country's central bank or monetary authority.

Therefore money and currency in this article have the same meaning as elaborated above and are used interchangeably. In determining whether anything is money or not, economists look at the functional properties of that thing. Economics money performs three important functions:

A medium of exchange. The function of money as a medium of exchange is to act as an intermediary instrument to facilitate the purchase and sale of goods and services between partners (Yang, 2007; Chen, 2023) To act as a medium of exchange, money must have a standard of value and remain reasonably stable accepted by all parties.

Money enables anyone who possesses it to participate as an equal market player. When consumers use money to purchase goods or services, they are effectively making a bid in response to an asking price. This interaction creates order and predictability in the marketplace. Producers know what to produce and how much to charge, while consumers can plan their budgets around predictable and stable pricing models. In modern economies, the medium of exchange is currency. Therefore, a currency must remain reasonably stable in value to work as an intermediary. If its value becomes unstable, it is no longer viable as a means of exchange.

A Store Of Value. It means that anything used as money can be saved, retrieved, and exchanged in the future without deteriorating in value, that is, over time, either be worth the same or more. Money that was used in the past as precious metals like silver and gold had intrinsic value due to their rarity and their shelf lives are essentially perpetual. Therefore, they qualified as a store of value. Later, when it developed to be fiat money, such as currency and coins, it still had this feature because fiat money is a currency issued by a government that is backed by the authority and power of that government and its economy. A monetary unit that serves poorly as a store of value destroys all incentives to save or even earn, and reduces the ability to trade (Downey, 2022).

A Unit of Account A unit of account is a function of money that can be used as a measure in valuing things such as goods and services, liabilities, and other calculations. As a unit of account, money allows to compare the value of different assets using a common scale, such as a particular currency (Chegg, n.d). As a unit of account, money comprises of three characteristics.

1. Divisible – a unit of currency should be able to be divided into smaller components. Likewise, the sum of such components must be equal to the total value of the unit before dividing. For example, a Thai baht is divided into 100 stangs, each component will be worth one stang. Therefore, the sum of these 100 stangs is worth a Thai baht. This characteristic of divisibility makes it easy to declare the value of goods and services more accurately and effectively and to make a comparison between various values easily.

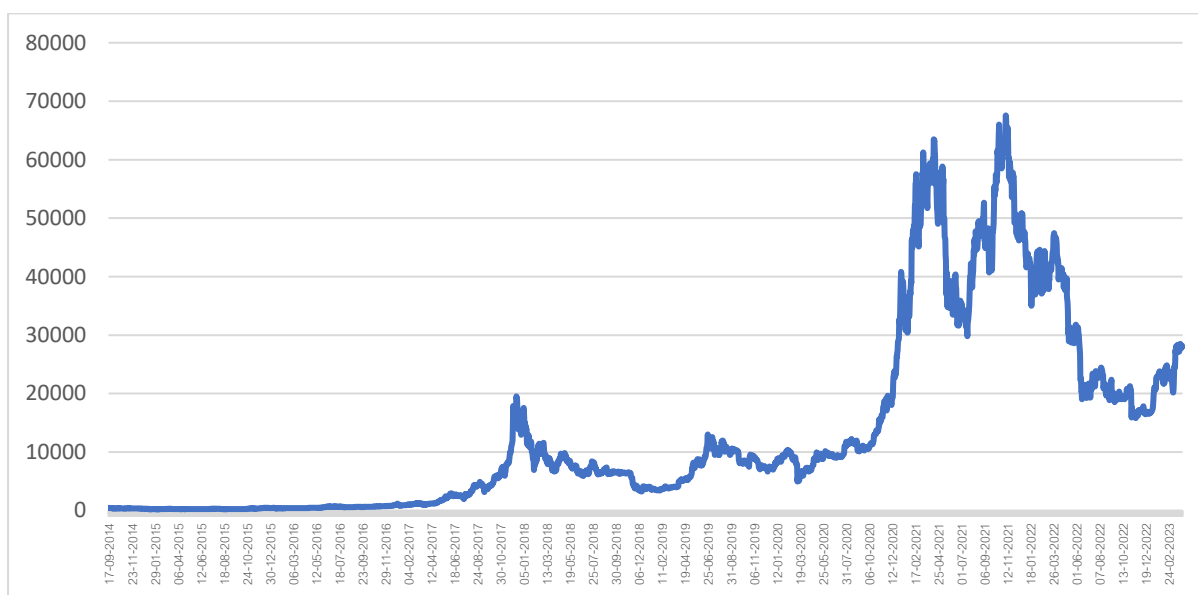
2. Fungible - Fungible means that the units that make up something are not unique, but all the same. Money is fungible in the sense that each currency note with the same numeric value written on it has the same value and will not be treated differently. For example, each 1 baht banknote has the same value even though the banknote is slightly torn and smeared compared to other clean and clear banknotes.

3. Countable – As a unit of account, money should be able to be counted and be subjected to mathematical operations such as addition, subtraction, division, and multiplication. This is the characteristic that enables individuals and organizations to account for their revenues, expenditure, profits/losses, debt and wealth.

Study results

1. Overall pattern of Bitcoin Prices

The overall pattern of Bitcoin prices from September 17, 2010 to April 6, 2023 is shown in Figure 1. Bitcoin prices maintain at around \$200- \$500 during 2011 to late 2016. As discussed in the introduction, after the price started to rise above \$ 10,000 in the second half of 2020, reached a peak of over \$ 63,000 in April 2021 and dropped to a low of about \$ 29,000 in July 2021, bitcoin has seen price volatility all along. Particularly, a big drop in the price of almost halved happened in a month, from \$63,503 in April 2021 to \$34,616 in May 2021.



Sources: daily historical data retrieved from coinmarketcap.com

Figure 1 Bitcoin Prices in US Dollars 2014-2023

2. Test for Equality of Variances Between Bitcoin-USD and Bitcoin-Baht

This section looks into the differences of variances between Bitcoin and USD and between Bitcoin and Thai Baht. The result of testing for equality of variances between Bitcoin and USD using Eviews 12 application yields the outcome as in Table 1. Both F-statistic and Levene's test are significant at 99% confident meaning that the volatility of Bitcoin and USD value are different.

Table 1 Test for Equality of Variances Between Bitcoin and USD

Variable	Count	Std. Dev.	Mean		
			Abs. Mean Diff.	Mean Abs. Median Diff.	Mean Tukey-Siegel Rank
BITCOIN	3124	16044.37	12438.08	10960.2	3044.499
USD	2417	0.082711	0.061715	0.059364	2417.5
All	5541	13705.28	7012.581	6179.354	2771
Method		df	Value	Probability	
F-test		(3123, 2416)	3.76E+10	0	
Levene		(1, 5539)	3641.941	0	

Table 2 Test for Equality of Variances Between Bitcoin and Thai Baht

Variable	Count	Std. Dev.	Mean		
			Abs. Mean Diff.	Mean Abs. Median Diff.	Mean Tukey-Siegel Rank
BITCOIN	3124	16044.37	12438.08	10960.2	3003.914
Thai Baht	2256	1.788082	1.462512	1.442798	2256.5
All	5380	13840.17	7223.023	6364.853	2690.5
Method		df	Value	Probability	
F-test		(3123, 2255)	80513822	0	
Levene		(1, 5378)	3398.543	0	

The result of testing for equality of variances between Bitcoin and Thai Baht as in Table 2 shows that F-statistic and Levene's test is significant at 99% confidence meaning that the volatility of Bitcoin and Thai Baht values are different.

3. The magnitude of volatilities using %CV of MSD

The volatility patterns as measured by %CV of MSD on Bitcoin prices, USD value and Baht values are shown in Figure 2, Figure 3 and Figure 4 respectively. The %CV of Bitcoin MSD in Figure 2 shows the high volatility of between 0.48% – 25.04% during September 30, 2014 and April 6, 2023. While the %CV of US Dollar MSD in Figure 3 depicts a patterns of lower volatility between 0.15% – 2.67% during January 20, 2014 and April 6, 2023. And the %CV of Thai Baht MSD in Figure 4 depicts a similar pattern of lower volatility between 0.06% – 2.46% during January 21, 2014 and March 28, 2023.

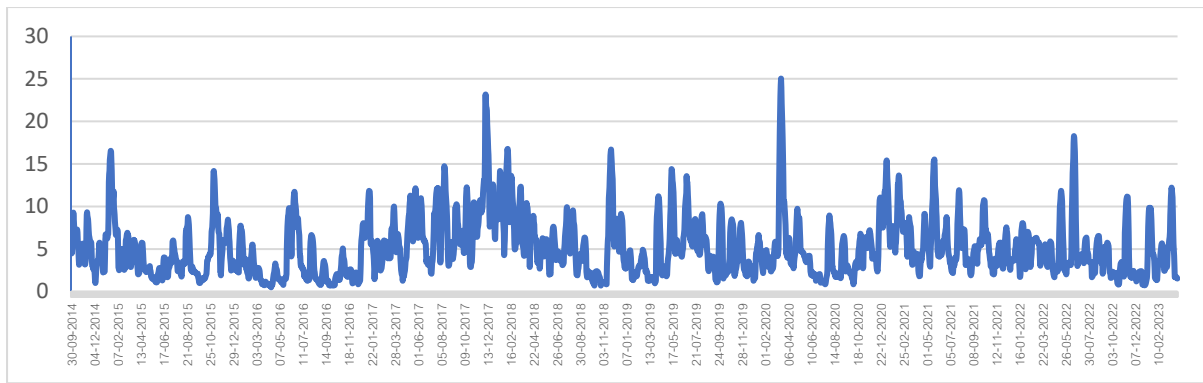


Figure 2 %CV of Bitcoin Price Volatility (in US Dollar) 2014-2023

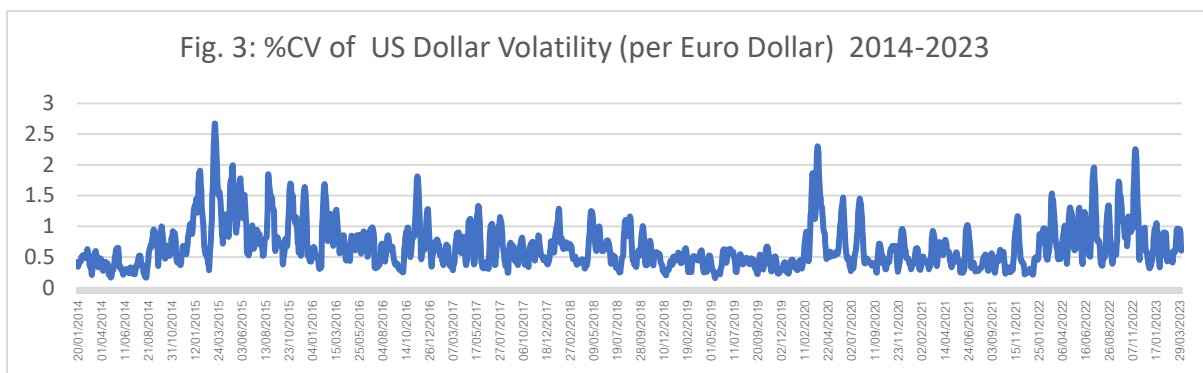


Figure 3 %CV of Bitcoin Price Volatility (in US Dollar) 2014-2023

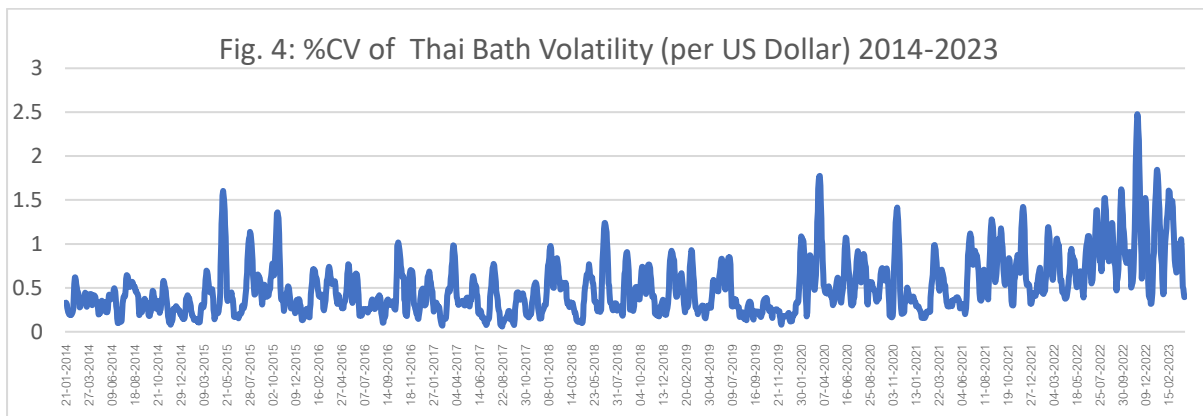


Figure 4 %CV of Thai Bath Volatility (per US Dollar) 2014-2023

In order to perceive the comparison visually, the three series of CVs are shown in the same chart as in Figure 5. It is clearly seen the difference in magnitude of volatility of bitcoin prices and the fiat money values.

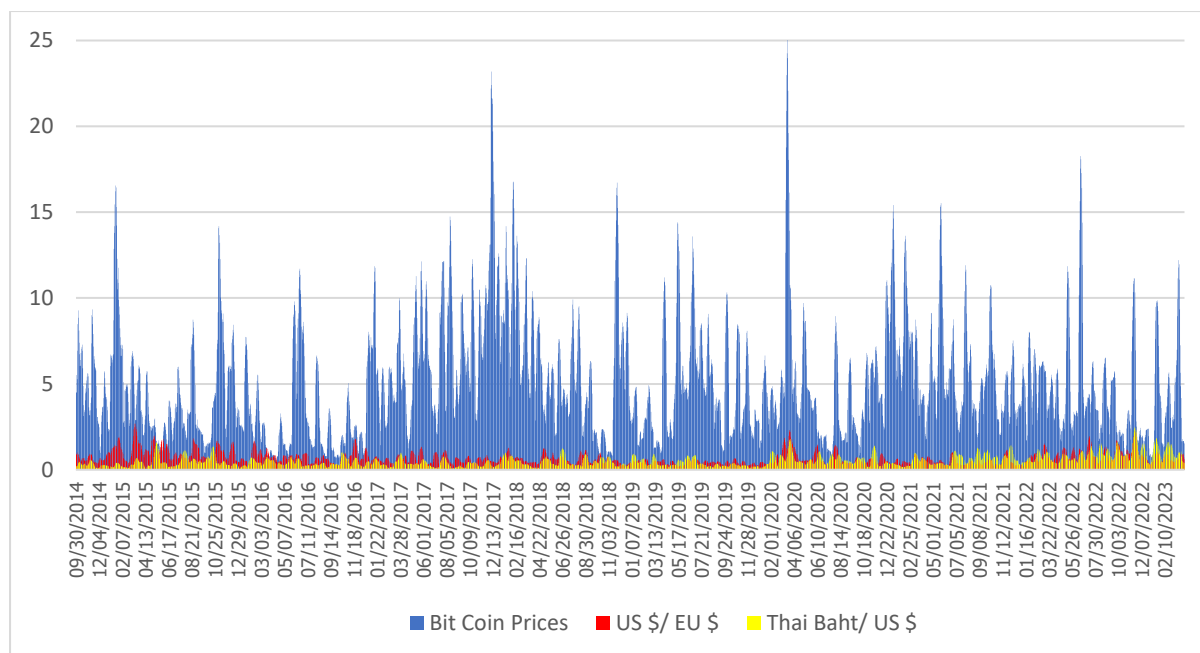


Figure 5 Comparison of Percentage Volatility of Bit Coin Prices, US \$/ EU \$ and Thai Baht/ US \$

To compare the differences of percentage CV of Bitcoin prices and the two fiat money values annually, the table 3 tabulates the average prices (value) and percentage CV of Bitcoin, US Dollar per EU Dollar and Thai Baht per US dollar. The average volatility of Bitcoin prices is higher than the average volatility of US dollar and Thai Baht around 8.24 to 11.32 times during 2014 to 2023

Table 3 The average value and percentage CV of Bitcoin, US Dollar per EU Dollar and Thai Baht per US dollar during 2014-2023

Year	Price of Bitcoin (in US\$)		US\$/ Euro Dollar			Thai Bath/ US \$		
	Average Price	%CV (1)	Average Price	%CV (2)	(1)/(2)	Average Price	%CV (3)	(1)/(3)
2014	363.11	4.89	1.33	0.49	9.98	32.43	0.34	14.38
2015	270.44	4.55	1.11	1.10	4.14	34.18	0.47	9.68
2016	559.63	3.01	1.11	0.75	4.01	35.27	0.41	7.34
2017	3,762.93	7.35	1.13	0.62	11.85	34.00	0.34	21.62
2018	7,763.31	6.17	1.18	0.62	9.95	32.30	0.47	13.13
2019	7,333.94	4.69	1.12	0.42	11.17	31.09	0.38	12.34
2020	10,775.97	4.78	1.14	0.70	6.83	31.27	0.60	7.97

Table 3 (Continue)

Year	Price of Bitcoin (in US\$)		US\$/ Euro Dollar			Thai Bath/ US \$		
	Average Price	%CV (1)	Average Price	%CV (2)	(1)/(2)	Average Price	%CV (3)	(1)/(3)
2021	47,045.10	6.01	1.18	0.48	12.52	31.88	0.59	10.19
2022	28,763.52	4.52	1.05	0.88	5.14	35.01	0.87	5.20
2023	22,435.19	4.54	1.07	0.67	6.78			
Average					8.24			11.32

4. Reasoning against Bitcoin as a unit of account

The quality of money as a unit of account has to fulfill the 3 aspects i.e., divisible, fungible, and countable. Government fiat money have all these 3 qualities. They are divisible, meaning that they can be subdivided into smaller units and can be conveniently used in real life transaction. The US dollar is divided into smallest units as cents, whereby one US dollar has 100 cents. The British pound Sterling is divided into smallest units as pence, whereby one pound Sterling is composed of 100 pence. With the same manner, Thai baht is also subdivided into a smallest unit as stang and one baht is composed of 100 stangs. As for bitcoin, the satoshi is the smallest denomination of bitcoin. The satoshi to bitcoin ratio is 100 million satoshis to one bitcoin. As of the time of this publication, 1 US dollar is 0.000033 bitcoin. Therefore, It is conceivable that it is quite inconvenient in practice to buy a 3-US dollar hamburger with 0.000099 bitcoin.

The small unit of bitcoin that is a million times smaller than its base unit compared to regular fiat money makes it impossible to use bitcoin in real-life trading activities. This is in addition to the phenomenon that the bitcoin value is unrealistically high which is not the scope of this article. The shortcoming of the divisibility qualification of bitcoin overshadows the other attributes of fungibility and countability of bitcoin making it incapable of being a good unit of account.

Conclusion and Suggestion.

The study results in the previous section have shown that the variance of Bitcoin prices are different from the variances of USD and Thai Baht from 2010 to early 2023, implying that a price pattern of cryptocurrencies such as Bitcoin is different from a family of fiat money, take as examples, USD and Thai Baht. Further investigation into the magnitude of the volatility of the three assets using the percentage CV of 14-day moving standard deviation, it finds that the average volatility of Bitcoin prices is higher than the average

volatility of US dollar and Thai Baht around 8.24 to 11.32 times during 2014 to 2023. The finding is consistent with the study of Dirk G. Baur and Thomas Dimpfl (2021) that the volatility of bitcoin prices is higher than those of major exchange rates such as US dollar against the euro and the Japanese yen of almost 10 times. This analysis reflects that Bitcoin cannot function as a medium of exchange.

Such high volatility of Bitcoin also hinders Bitcoin's ability to function as a store of value. As Max Kubát points out based on comparing historical volatility for BTC and assets like currencies, gold, and shares, that to hoard bitcoins is more risky than hold other types of assets. It cancels the store of value money function of Bitcoin (Max Kubát, 2015). As for a unit of account function of money, the small unit of bitcoin that is a million times smaller than its base unit compared to regular fiat money makes it inconvenient to use bitcoin in real-life trading activities and for accounting.

In conclusion, as pointed out that Bitcoin could not meet the three money functions qualification, Bitcoins, therefore could not perform well as money for now even for the future.

References

- Ardia, D., Bluteau, K., & Rüede M (2019) Regime changes in Bitcoin GARCH volatility dynamics. *Finance Research Letters*, 29, 266–271
- Baur, D. G. & Dimpfl, T. (2021). The volatility of Bitcoin and its role as a medium of exchange and a store of value. *Empirical Economics*, Springer. 61(5), 2663-2683
- Bouoiyour, J. & Selmi, R. (2016). Bitcoin: A beginning of a new phase?. *Economics Bulletin*, 36, 1430-1440.
- Bouri E, Azzi G, & Dyrberg AH (2017). On the return-volatility relationship in the Bitcoin market around the price crash of 2013. *Economics: The Open-Access, Open-Assessment E-Journal*, 11 (2017-2), 1–16. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.5018/economics-ejournal.ja.2017-2>
- Chen, J. (2023). *Medium of Exchange: Definition, How It Works, and Example*. Investopedia. Retrieved from <https://www.investopedia.com/terms/m/mediumofexchange.asp>
- Chegg. (n.d.). *Unit Of Account Definition*. Retrieved from <https://www.chegg.com/learn/topic/unit-of-account>
- Dwyer GP (2015) The economics of Bitcoin and similar private digital currencies. *Journal of Financial Stability*, 17, 81–91.
- Downey, L. (2022). *Store of Value: Definition, How Assets Work, and Examples*. Investopedia. Retrieved from <https://www.investopedia.com/terms/s/storeofvalue.asp>.
- Dobija, M. (2014). The Global Currency Area a Way to Constructively End the Era of Reserve Currency. *Modern Economy*, 5(4), 289-302. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.4236/me.2014.54029>

- European Central Bank. (2017). *What is Money?* Retrieved from https://www.ecb.europa.eu/ecb/educational/explainers/tell-me-more/html/what_is_money.en.html
- Graham, F.D. (1940). The Primary Functions of Money and their Consummation in Monetary Policy. *The American Economic Review*, 30 (1), 1-16.
- International Monetary Fund. (2012). *What is Money?*. Retrieved from <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/2012/09/basics.htm>
- Ingram, O. (1960). *Contributions to Probability and Statistics: Essays in Honor of Harold Hotelling*. USA: Stanford University.
- Klemens, S. (2020). *How long Does a Bitcoin Transaction Take? Bitcoin Unconfirmed Transactions*. Retrieved from <https://www.exodus.com/news/how-long-does-a-bitcoin-transaction-take/>
- Katsiampa, P. (2017) Volatility estimation for bitcoin: a comparison of GARCH models. *Economics Letters*, 158, 3–6
- Krishnan, A. (2020). Blockchain Empowers Social Resistance and Terrorism Through Decentralized Autonomous Organizations. *Journal of Strategic Security*, 13 (1), 41-58.
- Levene, H. (1960). *Robust tests for equality of variances*. In Ingram Olkin: Harold.
- Luther, W. (2016). Bitcoin and the Future of Digital Payments. *The Independent Review*, 20 (3), 397-404.
- Max, K. (2015). Virtual currency bitcoin in the scope of money definition and store of Value. *Procedia Economics and Finance*, 30(2015), 409 – 416.
- Moshirian, F. (2007). Global financial services and a global single currency. *Journal of Banking & Finance*, 31(1), 3-9.
- Mishkin, F. S., Gamber, E., & Hakes, D. (2006). *The Economics of Money, Banking and Financial Markets*. USA: Addison-Wesley Longman.
- Nakamoto S (2008) Bitcoin: a peer-to-peer electronic cash system. Retrieved from <https://bitcoin.org/bitcoin.pdf>
- Pierce, D. G., & Tysome, P. J. (2014). *Monetary Economics, Theories, Evidence and Policy* (2nd ed.). Cambridge, UK: University Press
- Trend Spider Learning Center. (n.d.) *What is the Moving Standard Deviation (MSD)*. Retrieved from <https://trendspider.com/learning-center/what-is-the-moving-standard-deviation-msd/>
- Yang, B. Z. (2007). WHAT IS (NOT) MONEY? MEDIUM OF EXCHANGE ≠ MEANS OF PAYMENT. *The American Economist*, 51 (2), 101-104.
- Spruzen, B. (2001). The Social Constructions of Money. *Australian Journal of Environmental Education*, 17 (2001), 127-129.

FACTORS INFLUENCING EMPLOYEE PERFORMANCE: A CASE OF FANGGUANG (BEIJING) INTERNATIONAL EXHIBITION SERVICE CO., LTD.

Hongsheng Yin¹ and Poompichai Tarndamrong²

¹Student in Master Business Administration, Faculty of Business Administration, Thongsook College.

²Lecturer, Faculty of Business Administration, Thongsook College.

*Corresponding author E-mail: poompichai.t@gmail.com

Received 12 March 2023

Revised 22 June 2023

Accepted 22 December 2023

Abstract

The productivity of its workforce is essential to its continued existence and expansion. To meet strategic objectives and gain a competitive edge in today's dynamic business environment, companies are continuously looking for ways to increase staff productivity. To achieve this goal, it is critical to determine and comprehend the elements that affect employee performance. The objective of this study was (1) to study the direct influence of perceived organizational support on the performance of employees of Fangguang (Beijing) International Exhibition Service Co., Ltd., (2) to study the direct influence of motivation factors on the performance of employees of Fangguang (Beijing) International Exhibition Service Co., Ltd., and (3) to study the influence of perceived organizational support and motivation factors on the performance of employees of Fangguang (Beijing) International Exhibition Service Co., Ltd. through job satisfaction. The samples used in this study was 360 employees of Fangguang (Beijing) International Exhibition Service Co., Ltd., using the criteria of Hair, Black, Babin and Anderson (2010), convenience sampling. The main data collection instrument used to collect data was a set of questionnaires. Statistics used in data analysis were frequency, percentage, Mean, and Standard Deviation and used partial least squares structural equation modelling (PLS-SEM) with the Adanco program. The results found that motivating factors and perceptions of organizational support had a statistically significant influence on employee performance at the level of 0.05 and that motivating factors had a positive influence on employee career satisfaction. Statistically significant at the .000 level.

Keywords: perceived organization support, motivation factors, job satisfaction, employee performance

Introduction

Today's business organization has changed a lot. In particular, the change in the rate of manpower of the organization is reduced to a limited extent. Modification of the work structure implementation of the quality assurance system and the impact of the economic downturn make welfare and rewards received less. The ineffective remedy of this issue can result in suboptimal personnel operations and hamper the desired effectiveness, which in turn can cause a cascade of issues that may put the agency's success in jeopardy. Despite this, it is essential to recognize that any problem, regardless of how challenging it may be, has the potential to be successfully resolved by making skilled use of the available human resources. When people inside an organization are provided with the tools and inspiration necessary to work hard for their development as well as the development of the business as a whole, the likelihood of overcoming obstacles and achieving success is considerably increased.

As a result, today's businesses need to place equal emphasis on the growth of their departments and their human resource capacities at the same time. This comprises creating goals to increase productivity while also ensuring that workers are happy with their jobs. When this is done, companies have a much better chance of reaching their goals successfully. The management of staff is one of the most important aspects of every organization, regardless of whether they are run by the state, the private sector, or the public sector. When staff are managed efficiently to optimize their contributions, the organization can make progress. To increase productivity at work, it is essential to cater to the emotional requirements of workers by providing them with encouragement and fulfilment in their work. In addition, companies that can instil a sense of contentment in their workforce are more likely to have staff members who have favourable attitudes and feelings toward the work they do. This takes place when employees' material and mental demands are addressed, which prompts a willingness to devote time, physical effort, and thinking to fulfil the requirements of the business (Maichan, 2017). Work efficiency is caused by satisfaction in the work of personnel in the organization as well. It also affects the success of the work and the organization including the happiness of the workers. It can be said that if any organization's personnel are not satisfied with their work, it may be one of the reasons for inefficient work and performance. Consequently, a decline in the quality of work poses a considerable risk to businesses, increasing the likelihood that projects will be jeopardized and

leading to a rise in the number of disciplinary problems. On the other hand, when workers are pleased with their jobs, it has a favourable effect on their performance, which draws attention to the productiveness of the organization's operations and the skill of its leadership. Companies that understand the aspects and components that drive performance within their departments have a better understanding of the significance of personnel efficiency within those departments. They never forget that the level of enthusiasm that people have for their job might change over time. According to Frederick Herzberg's two-factor theory (1987), it is essential to assess the level of an organization's personnel's operational requirements. This theory emphasizes the importance of hygiene factors in addressing human discontent and prospective issues that could escalate into strikes. However, even if all of these hygiene factors are addressed, individuals may not experience optimal satisfaction, resulting in feelings of isolation. Satisfying hygiene needs alone can reduce workplace discontent, but it cannot entirely satisfy individuals.

In contrast, when individuals' incentive requirements are adequately met, they feel satisfied and are more likely to work with passion and commitment. They devote their physical and mental energy willingly and without feeling exhausted to the organization. Possessing knowledge and understanding of the tasks performed, a conducive working environment, positive relationships with colleagues, job stability, and high morale all contribute to job satisfaction.

In conclusion, Herzberg's two-factor theory emphasizes the influence of both hygiene and incentive factors on employee satisfaction and performance. While addressing hygienic needs can prevent dissatisfaction, addressing motivational needs is essential for fostering job satisfaction and commitment. Important roles in determining employee satisfaction and overall work performance are played by factors such as employment knowledge, working environment, relationships, stability, and morale. Efficiency in operations is, therefore, important in doing business. In essence, companies that prioritize operational efficacy are more likely to achieve financial success. To gratify customers and reach predetermined objectives, it is necessary to concentrate on delivering high-quality work that exceeds client expectations. In addition, task outcomes must align with stated or anticipated objectives, operations must adhere to established principles and standards regarding time requirements, and expenses must be properly managed to reduce costs. When determining the success and efficacy of an organization, it is necessary to consider several factors that influence these outcomes. Prioritizing and focusing on these factors will increase the likelihood that an

organization will effectively achieve success. The productivity of an organization's workforce is directly proportional to the effectiveness of its operations. According to Boonrattanakittibhumi, Rattanasirivilai, Chienwattanasook, and Sriyakul (2021), the individuals who are involved in the operations of an organization have a considerable influence on whether or not the operations of the company are successful. The likelihood of an organization accomplishing its objectives and obtaining a level of job performance that is satisfactory is greatly increased when that organization employs personnel that is highly competent and efficient. Fangguang (Beijing) International Exhibition Service Co., Ltd. runs several exhibition-related businesses. Operational efficiency concerns hinder the company's efficiency. These concerns are caused by delays in display setups, the desire to boost operational efficiency in the competitive Beijing market, and difficulties in coordinating experienced and new staff. Work quality and turnaround time are also affected by poor working environments and unstandardized processes.

Given these issues, Fangguang (Beijing) International Exhibition Service Co., Ltd. must investigate employee performance aspects. To learn how employees view these performance-related elements and find ways to improve their performance and reduce operational inefficiencies. This research will help the company increase operational efficiency and guide other comparable companies trying to maximize performance. Thus, this study examines Fangguang (Beijing) International Exhibition Service Co., Ltd.'s staff performance factors. It seeks to understand employees' views of these aspects and propose organizational improvement strategies. This study could improve the company's operational efficiency and offer insights for other firms in similar situations.

Research Objectives

1. To study the direct influence of perceived organizational support on the performance of employees of Fangguang (Beijing) International Exhibition Service Co., Ltd.
2. To study the direct influence of motivation factors on the performance of employees of Fangguang (Beijing) International Exhibition Service Co., Ltd.
3. To study the influence of perceived organizational support and motivation factors on the performance of employees of Fangguang (Beijing) International Exhibition Service Co., Ltd. through job satisfaction.

Research hypothesis

H1: Perceived organizational support has a direct influence on the performance of employees of Fangguang (Beijing) International Exhibition Service Co., Ltd.

H2: Motivation factors have a direct influence on the performance of employees of Fangguang (Beijing) International Exhibition Service Co., Ltd.

H3: Perceived organizational support and motivation factors influence the performance of employees of Fangguang (Beijing) International Exhibition Service Co., Ltd. through job satisfaction.

Conceptual framework

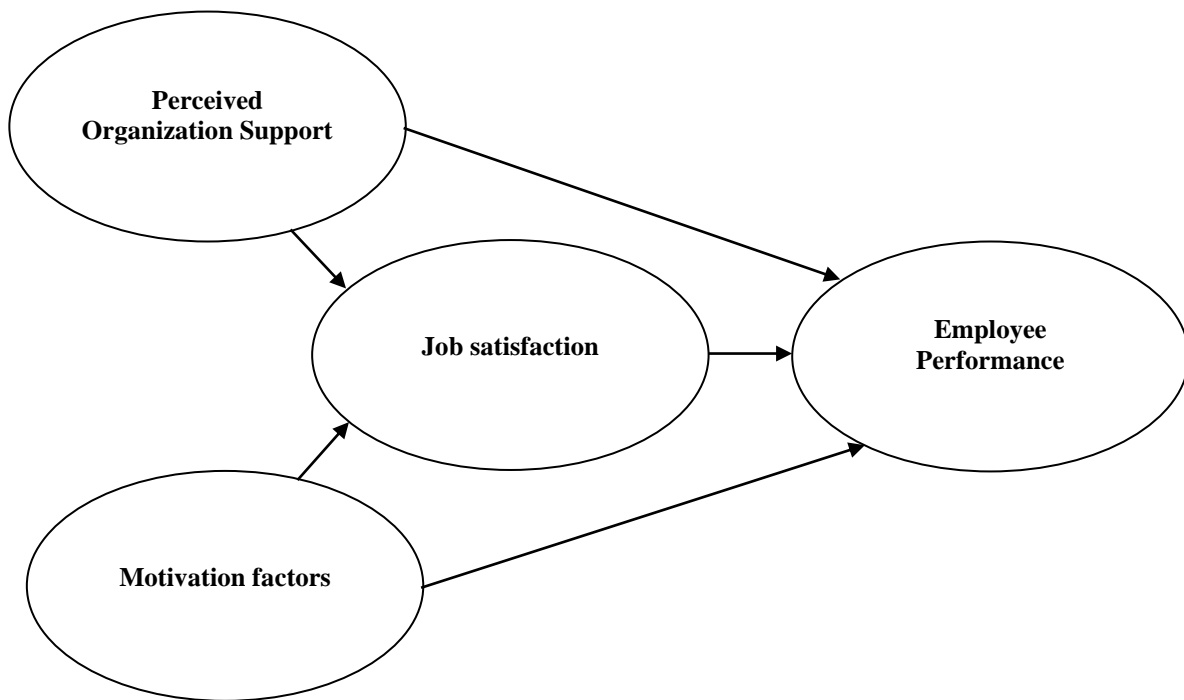


Figure 1. The conceptual framework

Literature Review

1. Concept and Theories of Perceived Organization Support

The concept of "perceived organizational support" (POS) was developed by Eisenberger and colleagues in 1986. This concept refers to the degree to which employees believe that their employer values and cares about both their job and their well-being. It encompasses a diverse range of forms of

assistance, from the more tangible aspects like pay increases, promotions, and improved working conditions to the less evident aspects such as the company's culture, ideals, and acceptance of employees. Employees generate an opinion about how much their employer cares about them based on the degree to which they are recognized and cared for, and this opinion has a direct bearing on how they feel their performance is rewarded. The concept of "perceived organizational support" encompasses a wider range of ideas than simply the concept that a group is supportive. It covers what workers believe and feels about how good or awful the organization is, which is based on what they know about the company's policies, norms, processes, and acts. It also includes what employees know about the organization's rules, norms, processes, and activities. This perception affects the psychological and social needs of employees, leading them to believe that the firm cares about them and is prepared to assist them in a variety of ways whenever they require such assistance (Prasadcha, 2022). Hutchison and Garstka (1996) went on to emphasize that the only things that count as viewed as organizational support are actions or policies that come from the organization or its representatives. However, other things can fall into this category. The research conducted by Zagenczyk in 2006 provided more evidence for the concept by demonstrating that workers consider the perceived assistance they receive from their managers, executives, and the company to be three distinct aspects. Because employees' well-being, motivation, and performance are all affected by how they feel about the assistance they receive from their employer, businesses need to learn how their workers feel about the assistance they receive from the firm. Companies can increase employee happiness, engagement, and loyalty by emphasizing a constructive view of organizational support in their internal communications. Therefore, employees have a greater incentive to put out their best effort and ensure that their objectives are congruent with those of the organization in which they are employed.

2. Concept and theories of Motivation factors

According to Vroom (1964), the word "motivation" originates from the Latin word "movere," which means "to move." One's own set of needs is what ultimately motivates them to achieve their goals. According to Schulze and Steyn (2003), understanding the concept of wants or motives is essential for managers and supervisors to make sense of employees' activities in the workplace. Employees will be "moved" to take action once they have access to this information. According to Robbins (2001), employees are more willing to put in extra effort to attain the organization's goals if they feel like their needs are being satisfied. Workers' actions and thoughts can be better understood

with the use of motive theories (Rowley, 1996). One such theory is the content theory, which proposes that people's desires are the primary motivators of their actions. Several prominent theorists, including Maslow (1954), McClelland (1961), Herzberg (1959), and Alderfer (1969), have made significant contributions to this field. Process theories, in contrast to content theories, investigate the interplay between the various components that contribute to an individual's motivation. Some of the most influential authors in this area include Heider (1958), Vroom (1964), Adams (1965), Locker (1976), and Lawler (1973). However, this paper is dedicated to Herzberg's theory of motivation.

Herzberg's motivation-hygiene theory also referred to as the two-factor theory, has received considerable attention due to its pragmatic approach to the question of what motivates employees. In 1959, Herzberg conducted an investigation in which two hundred engineers and accountants from nine distinct United States-based companies participated. These professionals were asked to characterize situations that made them feel either extremely negative or extremely positive about their professions and to rate the emotions associated with those situations. Positive experiences were generally associated with the job's content (motivators), whereas negative experiences were associated with the job's context (hygiene variables). Motivators are intrinsic to the employment and include accomplishment, recognition, and responsibility, as well as advancement opportunities. Hygiene factors, on the other hand, are non-intrinsic aspects of the job, such as interpersonal connections, compensation, supervision, and company policy (Herzberg, 1966). Subsequent investigations that evaluated the two-factor theory produced contradictory results. Certain characteristics Herzberg (1966) classified as sanitation factors have the potential to also serve as motivators, according to the findings of a few studies. Due to factors such as the level of physical exertion required and the duration of employment, Herzberg's theory may produce varying results when applied to various disciplines of work (Nave, 1968). In recent days, there has been considerable debate regarding the distinction between hygienic elements and motivators. Certain factors, such as pay, are ambiguous as to whether they function as motivators or hygiene factors (Pienchaloen & Sulong, 2021). While some factors fit clearly into one of the two categories, others do not (Pienchaloen & Sulong, 2022).

3. Concept and theories of job satisfaction

Job satisfaction means reducing everything that can generate stress. If the worker experiences stress at work, it will cause dissatisfaction with the performance of the work, which is based on unmet human needs. At the same time, if given the desired response, it can reduce

stress and will result in job satisfaction (Suksawat, Sanont, & Yamakanith, 2022). The aggregate of these views is referred to as job satisfaction, and it is influenced by some factors, including monetary compensation, the degree of job security, the culture of the workplace, the potential for advancement, and the level of recognition received. Essential components of job satisfaction include a person's sense of belonging to the activity being performed at work and their willingness to complete an allotted task in a manner consistent with the company's objectives. It is a form of contentment that can only be achieved when the work produces both material and psychological rewards in addition to satisfying the worker's basic needs. Good (1973) defines job satisfaction as the quality, condition, or degree of satisfaction resulting from the interests and attitudes of the individual executing the job. This definition can be thought of as the quality, state, or level of satisfaction resulting from a job well done.

4. Concept and theories of employee performance

Employee performance is a condition and an assumption for the performance and success of a company on the market (Wetsanarat, 2021). To ensure competitive ability, the quality of human resources, their management, and related measurement and performance assessment are at the forefront of company interest (Szabo, Mlkva, Vanova, & Markova, 2017). Peterson and Plowman (1953) separate this into 3 components including (1) Quality of product – the product should be high quality because the consumers will get the benefit and be satisfied with the product. (2) Quantity of product – quantity of the product should achieve the target of the company and should follow the production plan of the company and (3) Time – the time used for production should be appropriate with the quantity of product and one should always develop a method of work for faster production.

Research Methodology

The population used in this study was employees of Fanguang (Beijing) International Exhibition Service Co., Ltd. 1,130 people. The sample group used in the research was employees of Fanguang (Beijing) International Exhibition Service Co., Ltd. The researchers used the criteria of Hair, Black, Babin and Anderson (2010), which is a ratio of not less than 1: 20 between the number of parameters or observed variables. In this research, there were 26 observed variables. To obtain complete data, the researcher set up 360 samples by convenience sampling.

The research tool used to correct data in this research was a questionnaire developed from the study research Literature review and related research. It is divided into 5 parts as follows: Part 1 part of the questionnaire on demographic factors; Part 2 Questionnaire about Motivation Factors; Part 3 Questionnaire about Perceived Organization Support. Part 4 Questionnaire about Job Satisfaction and Part 5 Questionnaire about Employee performance and Part 6 Other Suggestions and Comments. The correlation coefficient of Cronbach's Alpha question was expected to be greater than 0.70 or 70 percent to be considered reliable. This research later found that the questionnaire had a confidence value between 0.817-0.946.

Data analysis: (1) Descriptive statistics are frequency, percentage, Mean and Standard Deviation to explain the preliminary data. (2) Inferential Statistic Analysis is the test of the research hypothesis with a statistical significance level of .05 with the multiple regression analysis

Results

The respondents in this study were female (56.11%), aged between 31 - 40 years old (36.67%), had a bachelor's degree (48.33%), and had an average monthly income not exceeding 2,000 yuan (38.06%).

Table 1 shows the mean and standard deviations

Motivation Factors	Mean	SD	Opinion level
Achievement	3.78	0.71	High
Recognition	3.74	0.73	High
Responsibility	3.67	0.79	High
Work itself	3.68	0.78	High
Advancement	3.57	0.97	High
Perceived Organization Support	Mean	SD	Opinion level
Returns and benefits	3.71	0.72	High
Opportunities for progress	3.63	0.71	High
Occupational Security	3.67	0.71	High
Social Psychology	3.60	0.73	High
Working conditions	3.58	0.96	High

Table 1 (Continue)

Job Satisfaction	Mean	SD	Opinion level
1. You have done a job that suits your knowledge, your skills, and a job that challenges your level of intelligence.	4.03	0.63	High
2. You have been given equality in considering goodness, preferences, promotions or positions, and fair rewards are satisfactory.	3.84	0.84	High
3. You were very pleased with the support and assistance he received from the organization.	3.69	0.92	High
4. You have received great support and support from your colleagues.	3.62	0.96	High
5. You think you have the right personality to work with.	3.69	0.94	High
Employee performance	Mean	SD	Opinion level
Quality	3.67	0.67	High
Quantity	3.68	0.77	High
Time	3.64	0.70	High

Table 2 Results of measurement model and factor loading tests

Factors	Loading	AVE	Dijkstra-Henseler's rho (ρ_A)	Jöreskog's rho (ρ_C)	Cronbach's alpha (α)
Motivation Factors		0.806	0.941	0.954	0.939
- X1	0.857				
- X2	0.941				
- X3	0.911				
- X4	0.883				
- X5	0.894				

Table 2 (Continue)

Factors	Loading	AVE	Dijkstra-Henseler's rho (ρ_A)	Jöreskog's rho (ρ_c)	Cronbach's alpha (α)
Perceived Organization Support		0.823	0.947	0.959	0.946
- POS1	0.897				
- POS2	0.898				
- POS3	0.918				
- POS4	0.925				
- POS5	0.897				
Job Satisfaction		0.580	0.835	0.872	0.817
- JS1	0.618				
- JS2	0.726				
- JS3	0.824				
- JS4	0.796				
- JS5	0.823				
Performance		0.766	0.899	0.907	0.850
- Y1	0.899				
- Y2	0.797				
- Y3	0.924				

Table 2 displays the results of the model fitting, showing that all of the observable variables had significant weights of 0.5 or above (range from 0.618 to 0.941). The accuracy with which Dijkstra-Henseler rho (ρ_A) values are measured is indicated by these weights. Jöreskog's rho (ρ_c) values also landed in a high-reliability zone, between 0.835 and 0.947. Internal consistency was also high, with Cronbach's alpha (α) values clustering between 0.872 and 0.959.

Average variance extracted (AVE) values more than 0.5, spanning 0.580 to 0.823, were also found for the model's latent variables, indicating excellent classification fidelity (Henseler, Hubona, & Ray, 2016).

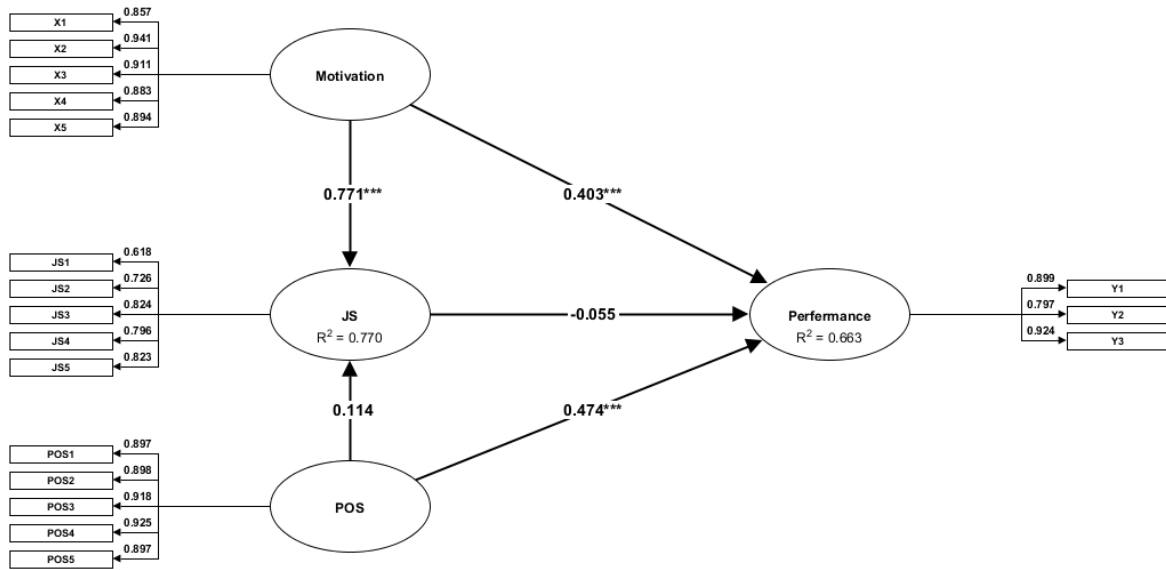


Figure 2. Results of hypothesis tests

Table 3 Results of hypothesis tests

Effects	OF	IE	TOO	t-value	p-value	Cohen's F ²
Motivation -> Performance	0.403	-0.042	0.361	3.473	0.000***	0.050
Job satisfaction -> Performance	-0.055		-0.055	-0.651	0.258	0.002
POS -> Performance	0.474	-0.006	0.468	5.487	0.000***	0.093
Motivation -> Job satisfaction	0.771		0.771	9.276	0.000***	0.364
POS -> Job satisfaction	0.114		0.114	1.288	0.099	0.008

*** Statistically significant at .001 level.

** Statistically significant at .01 level.

* Statistically significant at .05 level.

Table 3 shows that there is a highly significant relationship between employee performance and both intrinsic motivation and the perception of organizational support (= 0.403, t = 3.473, Sig = 0.000; = 0.474, t = 5.487, Sig = 0.000). Career satisfaction was also shown to be

positively affected by intrinsic motivators ($r = 0.771$, $t = 9.276$, $Sig = 0.000$), a finding that was statistically significant at the 0.000 level. The research also found that employees' motivation and their sense of organizational support are not linked to occupational satisfaction.

Discussions

From the study of the motivation factor, it can be seen that the respondents agreed strongly with the overall and individual aspects. The majority of respondents believed that achievement received the highest mean score, followed by recognition. This is because employees working in the organization wish of achieving the work that they have been assigned as well as they also try to find ways to improve the work they are doing. After they can achieve their work, they will be able to be recognized and accepted by organizational members including supervisors, colleagues and subordinates. This can finally lead them to have higher performance, higher positions, and higher compensation which can help them have good life quality. The study is consistent with the study done by Kanfer, Frese, and Johnson (2017) who also indicated that work motivation is a crucial topic in work performance. Indeed, the study done by Niati, Siregar, and Prayoga (2021) also found a relationship among work performance, career development and motivation.

Concerning the study of perceived organisational support, the majority of respondents agreed strongly with the overall and individual aspects, according to the survey. The majority of respondents believed that returns and benefits received the highest mean score, followed by occupational security. This is because the employees want to have good returns and benefits which can help them to stay their life and have better life quality. In addition, many employees in the organization also want to have occupational security which makes them feel secure in their work and position. The study is consistent with the study done by Wen, Huang, and Hou (2019) who found that perceived organizational support can be correlated to job satisfaction.

In terms of the study related to job satisfaction, the study concluded that most of the respondents agreed highly on the work that suits employees' knowledge, skills, as well as the level of intelligence. In addition, the employees feel satisfied when they have been given equality in considering goodness, preferences, promotions or positions, and fair rewards. This is because it is believed that if the employees can feel fairness in the workplace, they will feel better and happy

to work. On another point, the employees feel so happy if they can work on what they are capable to do. This study is consistent with the study done by JudgeZhang and Glerum, (2020) who indicated that job satisfaction is a crucial workplace psychological construct.

The hypothesis testing result summarized that motivation factors and perceived organization supports influenced employee performance at the statistically significant level and motivation factors influenced employee career at the statistically significant level. This is because when the employees have been motivated by what they are wishing and it can fulfil the need of the employees, the employee will be willing to do it. According to the findings of the research, it was noticed that the company's efforts to enhance employee motivation through various means, such as engaging them in challenging tasks, assigning them responsibilities, offering support, fostering trust among supervisors and colleagues, providing opportunities for career advancement, and ensuring satisfactory returns and benefits, were effective in boosting their work performance. Specifically, this was observed to be the case. As a direct consequence of this, workers demonstrated a higher level of passion to their jobs and worked far harder than before. The study is consistent with the study done by Basalamah, and As'ad (2021) who found that work motivation and work environment can improve job satisfaction. It is similar to the study done by Kuvaas et al. (2017), Sudiardhita et al. (2018), and Jensen and Bro (2018).

Implications of the study

The organization should provide good motivation to the employees. This motivation can include achievement, recognition, responsibility, work itself, and advancement such as the opportunity for the employees to grow in their career, the opportunity to develop knowledge and work experience (going to work, training, seminars, etc.), appropriate salary or other compensation (bonuses, overtime allowances, diligence allowances).

The organization should provide well-perceived organizational support including returns and benefits, opportunities for progress, occupational security, social psychology, and working conditions. For example, the organization should give salary or other compensation such as bonuses, overtime allowances, and diligence allowances for the employees. Or, the organization should encourage employees to have the opportunity to advance in their practice or other field. In

addition, the organization should recognize the integrity of employees to maintain knowledgeable and competent employees.

Finally, the study on perceived organizational support, motivation factors, job satisfaction, and employee performance paints a concrete picture of a workplace where employees feel valued and supported by their organization. When employees perceive a high level of support from their organization, it fosters a positive work environment and enhances their motivation. This, in turn, leads to higher levels of job satisfaction, where employees experience a sense of fulfillment and contentment in their roles. As a result, their performance is positively impacted, and they are likely to demonstrate increased productivity, engagement, and overall success in their work endeavors.

Future Research

1. It is conceivable that other factors that are as important were overlooked in this study since the focus was placed on the causal effect of work motivation and perceived organizational supports on employee satisfaction and performance. For this reason, the following research needs to take into consideration incorporating prospective variables such as technology utilization, organizational culture, external and internal environment, and so forth.

2. The quantitative research methodology was prioritized as the best option for achieving the objectives of this study because of its potential to provide accurate and precise results. As a consequence of this, additional research may make use of other research methods, such as qualitative research, which makes use of interview techniques to glean insights from significant individuals, or a mixed method, which combines qualitative research with quantitative research. Both of these methods are discussed in more detail in the following paragraphs.

References

Adams, J. S. (1965). Inequity in social exchange. In *Advances in experimental social psychology*, 2, 267-299. Retrieved from [http://dx.doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60108-2](http://dx.doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60108-2)

Alderfer, C. P. (1969). An empirical test of a new theory of human needs. *Organizational behavior and human performance*, 4(2), 142-175.

- Basalamah, M. S. A., & As'ad, A. (2021). The Role of Work Motivation and Work Environment in Improving Job Satisfaction. *Golden Ratio of Human Resource Management*, 1(2), 94-103.
- Boonrattanakittibhumi, C., Rattanasirivilai, S., Chienwattanasook, K., & Sriyakul, T. (2021). The influence of industry 4.0 revolution on the business process in the sugar industry in Asean countries. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 24, 1–12.
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., & Sowa, D. (1986). Perceived organizational support. *Journal of Applied psychology*, 71(3), 500.
- Good, C. V., & Merkel, W. R. (1973). *Dictionary of education*. New York: McGraw-Hill.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). London: Pearson Education Limited.
- Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: updated guidelines. *Industrial management & data systems*, 116(1), 2-20.
- Herzberg, F. (1966). *Motivate employees*. Harvard Business Review.
- Herzberg, F.I. (1959). *Working and the Nature of Man*. New York: Smith Tendall & Hulin Crowell.
- Jensen, U. T., & Bro, L. L. (2018). How transformational leadership supports intrinsic motivation and public service motivation: The mediating role of basic need satisfaction. *The American Review of Public Administration*, 48(6), 535-549.
- Kanfer, R., Frese, M., & Johnson, R. E. (2017). Motivation related to work: A century of progress. *Journal of Applied Psychology*, 102(3), 338.
- Kuvaas, B., Buch, R., Weibel, A., Dysvik, A., & Nerstad, C. G. (2017). Do intrinsic and extrinsic motivation relate differently to employee outcomes?. *Journal of Economic Psychology*, 61, 244-258.
- Lawler, E. E. (1973). *Motivation in work organizations*. New York: McGraw-Hill.
- Locke, E. A. (1976). *The nature and causes of job satisfaction*. Handbook of industrial and organizational psychology.
- Maichan, A. (2017). *The factors affecting performance efficiency among employees in machine installed production line, Songkhla Province*. MBA thesis, Faculty of Management Sciences, Prince of Songkla University. Songkla, Thailand.
- Maslow, A. H. (1954). *Motivation and personality*. New York: Harper and Row.
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. USA: Van Nostrums.

- Moyer, J. H., Heider, C., Pevey, K., & Ford, R. V. (1958). The effect of treatment on the vascular deterioration associated with hypertension, with particular emphasis on renal function. *The American journal of medicine*, 24(2), 177-192.
- Nave Jr, H. J. (1968). Construction personnel management. *Journal of the Construction Division*, 94(1), 95-105.
- Niati, D. R., Siregar, Z. M. E., & Prayoga, Y. (2021). The effect of training on work performance and career development: the role of motivation as intervening variable. Budapest *International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(2), 2385-2393.
- Peterson, E., & Plowman, E. G. (1953). *Business organization and management—home wood*. Illinois: Richard D. Irwin.
- Pienchaloen, S., & Sulong, M. (2022). Transformational leadership and corporate culture affecting employee work motivation: A case study of a contractor in an industrial factory. *Humanities and Social Science Research Promotion Network Journal*, 5(3), 80-98.
- Prasadcha, T. (2022). Book review: Human resource planning strategies. *Journal of Value Chain Management and Business Strategy*, 1(1), 67-68.
- Rowley, D. B. (1996). Age of initiation of collision between India and Asia: A review of stratigraphic data. *Earth and Planetary Science Letters*, 145(1-4), 1-13.
- Steyn, G. M., & Schulze, S. (2003). Assuring quality of a module in human resource management: learners' perceptions. *Education*, 123(4), 668-681.
- Sudiardhita, K. I., Mukhtar, S., Hartono, B., Sariwulan, T., & Nikensari, S. I. (2018). The effect of compensation, motivation of employee and work satisfaction to employee performance Pt. Bank Xyz (Persero) Tbk. *Academy of Strategic Management Journal*, 17(4), 1-14.
- Suksawat, S., Sanont, R., & Yamakanith, P. (2022). Job satisfaction and organizational commitment of supermarket's employees in Bangkok: Comparative before and during the covid-19 situation. *Social Science Journal of Prachachuen Research Network*, 4(3), 18-34.
- Szabo, P., Mlkva, M., Vanova, J., & Markova, P. (2017). Employee performance in the context of the problems of measurement and evaluation in practice. *Slovak University of Technology in Bratislava*, 25(41), 63-70.

- Szabó, P., Mlíkva, M., Vaňová, J., & Marková, P. (2017). Employee Performance in the Context of the Problems of Measurement and Evaluation in Practice. *Vedecké Práce Materiálovotechnologickej Fakulty Slovenskej Technickej Univerzity v Bratislave so Sídrom v Trnave, 25(41), 63-70.*
- Vroom, V. H. (1964). *Work and Motivation*. Now York: Wiley and Sons Inc.
- Wen, J., Huang, S. S., & Hou, P. (2019). Emotional intelligence, emotional labor, perceived organizational support, and job satisfaction: A moderated mediation model. *International Journal of Hospitality Management, 81, 120-130.*
- Wetsanarat, N. (2021). Soft skill competency development to enhance competitiveness of Thai Incentive travel industry. *RICE Journal of Creative Entrepreneurship and Management, 2(1), 53-65.*
- Zagenczyk, T. J. (2006). *A social influence analysis of perceived organizational support*. Doctoral dissertation, University of Pittsburgh.

การเรียนการสอนวิทยาศาสตร์สำหรับผู้เรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานในศตวรรษที่ 21

ณัฐฐา รัตนปัญญา^{1*} วริศนันท์ เดชปานประสงค์² และมนูญพงศ์ ชัยพันธุ์³

¹อาจารย์ประจำฝ่ายการศึกษาทั่วไป สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ

^{2,3}อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาหลักสูตรและการจัดการเรียนรู้ คณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ

THE SCIENCE TEACHING TECHNIQUES FOR BASIC EDUCATION LEARNERS IN THE 21ST CENTURY

Natta Rattanapanya¹, Warisanan Dechpanprasong² and Manoonpong Chaiyaphan³

¹Lecture of General Education Program, Suvarnabhumi Institute of Technology

^{2,3} Lecture of Curriculum and Learning Management Program,

School of Education and Liberal Arts, Suvarnabhumi Institute of Technology

* Corresponding author e-mail: natta.raa@svit.ac.th

วันที่รับบทความ (Received) 16 พฤษภาคม 2566

วันที่รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 21 สิงหาคม 2566

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 14 กันยายน 2566

บทคัดย่อ

บทความนี้มีจุดมุ่งหมายสำคัญ คือ การนำเสนอเทคนิคการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนวิทยาศาสตร์สำหรับผู้เรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานในศตวรรษที่ 21 ซึ่งได้จากการสังเคราะห์รูปแบบจัดการเรียนการสอน 3 แบบ คือ การเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem-based learning: PBL) การเรียนการสอนแบบโครงงาน (Project-based learning) และ การเรียนการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (Inquiry-based learning: 5Es) แล้วนำมากำหนดเป็นกระบวนการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ที่สอดคล้องกับศตวรรษที่ 21 สำหรับผู้เรียนในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานซึ่งมี 9 ขั้นตอน คือ ขั้นที่ 1 สำรวจความสนใจของผู้เรียน ขั้นที่ 2 กำหนดประเด็นที่สนใจศึกษาขั้นที่ 3 กำหนดค่านิยมหรือคำอธิบายรายละเอียดของประเด็นที่ศึกษา ขั้นที่ 4 ศึกษาและเลือกวิธีการในการศึกษาประเด็นที่กำหนด ขั้นที่ 5 วางแผนการศึกษา ขั้นที่ 6 ดำเนินการศึกษาตามแผนที่กำหนดไว้ ขั้นที่ 7 วิเคราะห์และสรุปผลการศึกษา ขั้นที่ 8 นำเสนอผลการศึกษาต่อผู้เรียนทั้งชั้น และขั้นที่ 9 นำองค์ความรู้หรือประสบการณ์ไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาตนเองและสังคม

คำสำคัญ: รูปแบบการเรียนการสอนวิทยาศาสตร์ ผู้เรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานในศตวรรษที่ 21

Abstract

The main objective of this article is to present a technique for organizing science teaching and learning activities for basic education students in the 21st century that is obtained from the synthesis of three types of teaching and learning models. There are Problem-based learning (PBL), Project-based learning, and Inquiry-based learning (5Es) which can be defined as a science learning process that corresponds to the 21st century for learners at the basic education level and which has nine steps: Step 1 explores students' interests; Step 2 determines the issues of interest to study; Step 3 determines the definition or details of the issues studied; Step 4 studies and select methods for studying the issues; Step 5 develops a study plan; Step 6 executes the study according to the plan; Step 7 analyzes and concludes study results; Step 8 presents study results to the whole class; and Step 9 apply knowledge or experience to develop oneself and society.

Keywords: science teaching model, basic education learners in 21st century

บทนำ

การจัดการเรียนการสอนวิทยาศาสตร์ในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานในยุคศตวรรษที่ 21 เป็นการปูพื้นฐานในการพัฒนาการคิดอย่างมีเหตุผล และมีหลักฐานอ้างอิงประจักษ์ชัดเจนเป็นรากฐานของการพัฒนาทักษะการคิดระดับสูง (Higher Order Thinking) ตลอดจนทักษะการสืบค้นข้อมูล รวมถึงทักษะในการแก้ปัญหา อันเป็นเป้าหมายสำคัญในการสอนวิทยาศาสตร์ที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจในสาระความรู้ทางวิทยาศาสตร์ ธรรมชาติของวิทยาศาสตร์ ทักษะที่จำเป็นในการศึกษาค้นคว้าทดลองทางวิทยาศาสตร์ ตลอดจนทักษะของบุคคลในศตวรรษที่ 21 และส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความตระหนักถึงความสัมพันธ์ระหว่างวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี สังคมและสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมให้ผู้เรียนเป็นคนดี มีคุณธรรม สามารถนำความรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างเหมาะสมและสร้างสรรค์ (ภัทรภร พิกุลขวัญ และคณะ, 2564) ในปัจจุบันนี้ กระบวนการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ ได้กำหนดให้จัดการเรียนรู้ตามหลักการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ (Child-Centered Learning) อย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกับการเรียนรู้ในกลุ่มสาระการเรียนรู้อื่นตามโครงสร้างของหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 รวมถึงหลักสูตรฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2560 อีกด้วย ซึ่ง ศิริดา วิชาชัย (2560) ได้กล่าวถึงแนวคิดในการจัดการเรียนรู้ที่ยึดผู้เรียนเป็นสำคัญว่า การเรียนรู้ที่ยึดผู้เรียนเป็นสำคัญต้องตระหนักอยู่เสมอว่า ผู้เรียนเป็นผู้มีความสามารถที่จะเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้เสมอ และถือว่าในกระบวนการเรียนการสอนนั้นผู้เรียนคือผู้ที่มีสำคัญที่สุด การจัดการเรียนรู้จะต้องส่งเสริมให้นักเรียนได้พัฒนาตนเองตามธรรมชาติและ เต็มศักยภาพของแต่ละบุคคล ประการสำคัญนั้นการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับธรรมชาติของวิชาวิทยาศาสตร์ จะต้องเป็นการเรียนรู้ที่ผู้เรียนเป็นผู้ลงมือกระทำ การค้นคว้า ทดลองและสร้างองค์ความรู้ที่มีความหมายด้วยตนเอง นอกจากนี้การเรียนรู้วิทยาศาสตร์ยังต้องมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ คิดหาเหตุผล และมีความกระตือรือร้นในการเสาะหาความรู้ ตลอดจนข้อเท็จจริงในเชิงวิทยาศาสตร์ รวมถึงให้ผู้เรียนสามารถที่นำวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาใช้ในการเรียนรู้ได้อย่างเหมาะสม และใช้ในการดำเนินชีวิตในฐานะสมาชิกของสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้การจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ในปัจจุบัน จะต้องจัดการให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของโลกในศตวรรษที่ 21 อีกด้วย ซึ่ง ดิเรก วรรณเศียร (2566) กล่าวถึงการเรียนรู้

ที่สอดคล้องกับศตวรรษที่ 21 ว่า ต้องเป็นการเรียนรู้ที่เน้นให้ผู้เรียนสร้างสามารถสร้างองค์ความรู้ใหม่ และสามารถประดิษฐ์คิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ โดยใช้กระบวนการทางปัญญา กระบวนการทางสังคม และส่งเสริมให้ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ตลอดจนมีส่วนร่วมในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตได้อย่างเหมาะสม โดยผู้สอนมีบทบาทเป็นเพียงผู้อำนวยความสะดวกในการจัดการเรียนรู้ให้กับผู้เรียน จัดการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับความสนใจ ความสามารถและความถนัดของผู้เรียนอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถบูรณาการความรู้วิทยาศาสตร์กับศาสตร์สาขาต่างๆได้อย่างเหมาะสม ครูต้องใช้วิธีการสอนที่หลากหลาย ใช้แหล่งความรู้ที่สามารถพัฒนาศักยภาพทางปัญญา ตามแนวคิดหุปัญญาของผู้เรียนได้อย่างหลากหลาย รวมทั้งเน้นการวัดและประเมินผลตามสภาพจริง (Authentic Assessment) สอดคล้องกับข้อเสนอของสำนักบริหารงานการมัธยมศึกษาตอนปลาย สพฐ. (2566) ที่เสนอว่า การจัดการเรียนรู้ที่จะทำให้ผู้เรียนบรรลุผลลัพธ์ที่สำคัญตามมาตรฐานและตัวชี้วัดที่กำหนดไว้ในหลักสูตรนั้น การจัดการเรียนรู้ควรมุ่งเน้นให้นักเรียนสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง โดยมุ่งพัฒนาการเรียนรู้เพื่อการดำรงชีวิตในโลกยุคศตวรรษที่ 21 อย่างมีคุณภาพ ครูต้องยกเลิกการสอนหนังสือที่เป็นการนำสาระที่มีในตำราบอก หรือบรรยายให้นักเรียนจดจำเพื่อนำไปสอบวัดความรู้ ครูต้องจัดการเรียนรู้ให้ผู้เรียนมีศักยภาพเพียงพอที่จะนำไปใช้เพื่อการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 อย่างแท้จริง ครูเป็นผู้ออกแบบการเรียนรู้ และอำนวยความสะดวก (Facilitate) ในการเรียนรู้ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากการปฏิบัติจริง ใช้คำถามกระตุ้นความอยากรู้อยากเห็นและสร้างแรงบันดาลใจให้มีความต้องการที่จะเรียนอย่างเหมาะสม กระตุ้นให้ผู้เรียนมีความกระตือรือร้น ที่จะค้นคว้า รวบรวมความรู้จากแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลายมาสนับสนุน หรือโต้แย้งสมมติฐานคำตอบที่คาดการณ์ไว้ หรือประสบการณ์ที่ได้รับมาจากการศึกษาค้นคว้า สร้างเป็นกระบวนการทัศน์ใหม่แทนกระบวนการทัศน์เดิมได้อย่างเหมาะสม

ดังนั้นครูผู้สอนหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนการสอนวิทยาศาสตร์เพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้เรียนในยุคศตวรรษที่ 21 จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาค้นคว้าเทคนิควิธี กระบวนการหรือรูปแบบการจัดการเรียนการสอนที่มีความเหมาะสมสอดคล้องกับสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ และธรรมชาติของผู้เรียนในยุคศตวรรษที่ 21 อย่างแท้จริงเพื่อให้กระบวนการเรียนการสอนสามารถดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลสูงสุดสำหรับผู้เรียนต่อไป ซึ่ง ประสาท เนิ่งเฉลิม (2558) ได้กล่าวถึงการเรียนการสอนวิทยาศาสตร์ในศตวรรษที่ 21 ว่า การเรียนการสอนวิทยาศาสตร์ในศตวรรษที่ 21 ต้องพัฒนาการจัดการเรียนรู้จากเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญไปสู่การพัฒนาทักษะที่จำเป็นเพื่อการดำรงชีวิตและเรียนรู้อย่างเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก จัดการเรียนเนื้อหาสาระและเพิ่มเติมการพัฒนาคุณลักษณะต่าง ๆ ให้แก่ผู้เรียนโดยการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เหมาะสม โดยที่ คลังความรู้ SciMath (2566) ได้เสนอว่า การเรียนรู้วิทยาศาสตร์ต้องมีการบูรณาการคุณลักษณะของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 ได้แก่ การคิดอย่างมีวิจารณญาณและการแก้ปัญหา (Critical Thinking and Problem Solving) คือ มีทักษะการคิดวิเคราะห์ การคิดอย่างมีวิจารณญาณและสามารถแก้ไขปัญหาได้ 2) การคิดเชิงสร้างสรรค์และคิดเชิงนวัตกรรม (Creativity and Innovation) 3) ความเข้าใจในความแตกต่างของวัฒนธรรมและกระบวนการคิดข้ามวัฒนธรรม (Cross-cultural Understanding) 4) ความร่วมมือ การทำงานเป็นทีม และภาวะความเป็นผู้นำ (Collaboration Teamwork and Leadership) 5) มีทักษะในการสื่อสารและการรู้เท่าทันสื่อ (Communication Information and Media Literacy) 6) มีทักษะการใช้คอมพิวเตอร์และรู้เท่าทันเทคโนโลยี (Computing and IT Literacy) 7) มีทักษะอาชีพและการเรียนรู้ (Career and Learning Skills) และ 8) มีความเมตตากรุณา มีคุณธรรม และมีระเบียบวินัย (Compassion)

ดังนั้นการเรียนการสอนวิทยาศาสตร์จึงมีเทคนิควิธีและรูปแบบการเรียนการสอนที่สอดคล้องเหมาะสมกับธรรมชาติของสาระการเรียนรู้ ธรรมชาติของผู้เรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานและสภาพของโลก ยุคศตวรรษที่ 21 ซึ่งเทคนิควิธี กระบวนการหรือรูปแบบการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์สำหรับผู้เรียนในระดับ การศึกษาขั้นพื้นฐานจึงต้องใช้วิธีการจัดการเรียนรู้ที่หลากหลาย ซึ่งในบทความนี้ผู้เขียนจึงขอนำเสนอรูปแบบ การเรียนการสอนวิทยาศาสตร์สำหรับผู้เรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานในศตวรรษที่ 21 จำนวน 3 รูปแบบ เพื่อให้ครูวิทยาศาสตร์หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนการสอนวิทยาศาสตร์ในระดับการศึกษา ดังกล่าวได้นำไปประยุกต์ใช้ ได้แก่ รูปแบบการเรียนการสอนโดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem-based Learning: PBL) การจัดการเรียนการสอนแบบโครงงาน (Project-based Learning) และ การจัดการเรียน การสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (Inquiry-based Learning: 5Es) เนื่องจากรูปแบบการเรียนการสอนดังกล่าว เป็นรูปแบบที่เน้นการลงมือปฏิบัติ ค้นคว้า ทดลองและสรุปองค์ความรู้ด้วยตนเองของผู้เรียนและเน้น ปฏิสัมพันธ์ในการเรียนรู้ระหว่างผู้เรียนด้วยกันอย่างต่อเนื่อง เป็นการเรียนรู้แบบร่วมมือกันเพื่อช่วยเหลือ เกื้อกูลกันและแก้ปัญหาร่วมกันจนนำไปสู่ข้อค้นพบหรือองค์ความรู้ที่มีความหมายสำหรับตนเองร่วมกัน ซึ่ง กระบวนการเรียนรู้ดังกล่าวนี้มีความสอดคล้องกับธรรมชาติของการจัดการเรียนการสอนวิทยาศาสตร์ที่มุ่งการ ลงมือปฏิบัติ ค้นคว้าและทดลองและสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองของผู้เรียนอย่างชัดเจน ซึ่งผู้เขียนจะได้นำเสนอรายละเอียดของกระบวนการเรียนการสอนเหล่านี้ต่อไป

การจัดการเรียนการสอนโดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem-based Learning: PBL)

การจัดการเรียนการสอนโดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem Based Learning: PBL) เป็นรูปแบบ หรือเทคนิคการเรียนการสอนที่มีความสอดคล้องเหมาะสมกับการเรียนการสอนวิทยาศาสตร์อีกแบบหนึ่งซึ่งมี รายละเอียด ดังนี้ (ทีศนา แชมมณี, 2556; สุริยา ฟองเกิด, 2560; กมลฉัตร กล่อมอ้อม , 2560; อีรพัฒน์ วงศ์คุ้มสิน, 2562; ไพศาล สุวรรณน้อย, 2563; พระพันธวัฒน์ ธมมวฑฒโน (ภูมิรัง) และ วิทยา ทองดี, 2565 และ สุริยา สาแก้ว, 2566)

ลักษณะสำคัญ

การจัดการเรียนการสอนแบบการใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem-based Learning: PBL) มีลักษณะ ของการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่สำคัญ ได้แก่ 1) จัดให้ผู้เรียนเป็นบุคคลที่สำคัญในการจัดการเรียนรู้ อย่าง ต่อเนื่องสม่ำเสมอ (Student-centered Learning) 2) แบ่งผู้เรียนเป็นกลุ่มย่อย ที่มีสมาชิกในกลุ่มประมาณ 5-8 คน 3) ผู้สอนอำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ (Facilitator) หรือผู้เป็นผู้ชี้แนะชี้แนะในกระบวนการ เรียนรู้ (Guide) 4) ใช้ปัญหาหรือคำถามกระตุ้น (สิ่งเร้า) ให้เกิดความกระตือรือร้นในการเรียนรู้ 5) กำหนด ลักษณะของปัญหาที่มีความคลุมเครือสำหรับผู้เรียนได้เรียนรู้ และเป็นการเรียนรู้ที่มีวิธีการแก้ไขปัญหาย่าง หลากหลายวิธี โดยข้อคำถามหรือปัญหานั้นอาจมีคำตอบได้หลายคำตอบ 6) ให้ผู้เรียนเป็นผู้แก้ปัญหาโดยการ แสวงหาข้อมูลใหม่ๆ ด้วยตนเอง (Self-directed Learning) 7) การประเมินผลใช้การวัดและประเมินผลตาม สภาพจริง (Authentic Assessment) ซึ่งเป็นการประเมินจากความสามารถ หรือผลงานที่มาจากการปฏิบัติ ของผู้เรียนในขณะทำกิจกรรมการเรียนรู้ (Learning Process or Learning Product)

กระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน

ขั้นตอนของกระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนมี 7 ขั้นตอน คือ 1) ทำความ เข้าใจคำศัพท์ ข้อความสำคัญที่ปรากฏอยู่ในปัญหาให้ชัดเจน (Clarifying Unfamiliar Terms) โดยใช้ความรู้ พื้นฐานของสมาชิกในกลุ่มหรือการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารตำราหรือสื่ออื่น ๆ 2) ระบุปัญหาหรือข้อมูลสำคัญ ร่วมกัน (Problem Definition) โดยผู้เรียนทุกคนในกลุ่มเรียนรู้ร่วมกันทำความเข้าใจปัญหา เหตุการณ์ หรือ

ปรากฏการณ์ที่ระบุหรืออธิบายไว้ในปัญหานั้น 3) ระดมสมองเพื่อการวิเคราะห์ปัญหา (Brainstorm) โดยกลุ่มผู้เรียนร่วมกันหาเหตุผลมาอธิบาย โดยอาศัยความรู้เดิมของสมาชิกกลุ่มแต่ละคน ช่วยกันคิดอย่างมีเหตุมีผล สรุปรวบรวมความรู้และแนวคิดของกลุ่มเกี่ยวกับกลไกการเกิดปัญหา เพื่อนำไปสู่การสร้างสมมติฐานที่สมเหตุสมผลสำหรับการแก้ปัญหาที่กำหนดขึ้น 4) อธิบายและตั้งสมมติฐานที่เชื่อมโยงกันกับปัญหา (Analyzing The Problem) โดยกลุ่มผู้เรียนอธิบายและตั้งสมมติฐานที่เชื่อมโยงกันกับปัญหาตามที่ได้ระดมสมองกัน แล้วนำผลการวิเคราะห์มาจัดลำดับความสำคัญตามความรู้เดิมของผู้เรียน และการแสดงความคิดอย่างมีเหตุผล 5) กำหนดวัตถุประสงค์การเรียนรู้ (Formulating Learning Issues) โดยกลุ่มผู้เรียน ค้นหาข้อมูลที่จะอธิบายผลการวิเคราะห์ที่ตั้งไว้ ผู้เรียนสามารถบอกได้ว่าความรู้ส่วนใดรู้แล้ว ส่วนใดต้องกลับไปทบทวน ส่วนใดยังไม่รู้หรือจำเป็นต้องไปค้นคว้าเพิ่มเติม 6) ค้นคว้ารวบรวมสารสนเทศจากสื่อและแหล่งการเรียนรู้ (Self-study) เพื่อพัฒนาทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self-directed Learning) และ 7) รายงานข้อมูลสารสนเทศใหม่ที่ได้เข้ามา (Reporting) โดยกลุ่มผู้เรียนนำมาอภิปราย วิเคราะห์ สังเคราะห์ ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ แล้วนำมาสรุปเป็นหลักการและแนวทางเพื่อนำไปใช้อีกต่อไป

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการนำรูปแบบ 7 ขั้นตอนไปใช้คืออาจจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในแต่ละขั้นตอนตามลำดับขั้นเพื่อไม่ให้เกิดความซับซ้อนครูผู้สอนอาจดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ได้แก่ 1) ผู้เรียนทำความเข้าใจกับปัญหาหลังจากที่ได้รับโจทย์ปัญหา โดยทำความเข้าใจหรือทำความเข้าใจในคำศัพท์ที่อยู่ในโจทย์ปัญหานั้นจนเกิดความเข้าใจตรงกัน 2) การจับประเด็นข้อมูลที่สำคัญหรือระบุปัญหาในโจทย์ 3) ระดมสมองเพื่อวิเคราะห์ปัญหา อภิปรายหาคำอธิบายแต่ละประเด็นปัญหาให้ชัดเจนว่าเกิดขึ้นได้อย่างไร มีสาเหตุอย่างไร โดยอาศัยพื้นความรู้เดิมที่ผู้เรียนมีอยู่ในโครงสร้างของสมอง 4) ตั้งสมมติฐานเพื่อหาคำตอบของปัญหาประเด็นต่างๆ พร้อมจัดลำดับความสำคัญของสมมติฐานที่เป็นไปได้อย่างมีเหตุผล 5) ผู้เรียนประเมินความรู้ความเข้าใจของตนเองว่ารู้เรื่องใดบ้างและมีเรื่องใดที่ยังไม่รู้ หรือขาดความรู้อะไรและความรู้อะไรที่จะต้องใช้ในการพิสูจน์สมมติฐานที่กำหนดไว้ โดยกลุ่มผู้เรียนจะเป็นผู้กำหนดประเด็นการเรียนรู้ (Learning Issue) หรือวัตถุประสงค์การเรียนรู้ (Learning Objective) เพื่อการค้นคว้าหาข้อมูลต่อไป 6) ผู้เรียนค้นคว้าหาข้อมูลและศึกษาเพิ่มเติมจากทรัพยากรการเรียนรู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น หนังสือ ตำรา วารสาร สื่อการเรียนสอนต่างๆ การศึกษาในห้องปฏิบัติการ คอมพิวเตอร์ช่วยสอน อินเทอร์เน็ต หรือปรึกษาอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญในเนื้อหาสาขาเฉพาะ เป็นต้น พร้อมทั้งประเมินความถูกต้อง 7) นำข้อมูลหรือความรู้ที่ได้มาสังเคราะห์อธิบาย พิสูจน์สมมติฐานและประยุกต์ให้เหมาะสมกับโจทย์ ปัญหา พร้อมสรุปเป็นแนวคิดหรือหลักการทั่วไป

บทบาทของครูและผู้เรียน

บทบาทของครู คือ เป็นผู้อำนวยการความสะดวกในการเรียนรู้ เป็นผู้กำกับให้กิจกรรมการเรียนการสอนดำเนินไปตามแผนที่กำหนดไว้ เป็นผู้ให้ความกระจ่างโดยอธิบายหรือให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการทำกิจกรรมหรือเนื้อหาสาระบทเรียนแก่ผู้เรียนเมื่อผู้เรียนต้องการความช่วยเหลือ ประเมินผลผู้เรียนแบบองค์รวมตามสภาพจริง (Authentic Assessment) ทั้งก่อนเรียน ระหว่างเรียนและหลังเรียน แล้วให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) เกี่ยวกับการเรียนรู้ของผู้เรียนเพื่อให้ผู้เรียนได้ปรับปรุงตนเองให้ดีขึ้นในการทำกิจกรรมการเรียนการสอนครั้งต่อไป

บทบาทของผู้เรียน คือ ทำความเข้าใจกับปัญหาหรือสถานการณ์ให้กระจ่าง ตั้งสมมติฐานในคำตอบของปัญหาหรือสถานการณ์ร่วมกัน วางแผนการแก้ปัญหาหรือสร้างองค์ความรู้ร่วมกันในระบบกลุ่มสัมพันธ์ลงมือปฏิบัติการเพื่อค้นคว้าหาคำตอบหรือพิสูจน์สมมติฐานที่ตั้งไว้ ประเมินการปฏิบัติการของกลุ่มตนเองอย่างสม่ำเสมอ สรุปผลจากการปฏิบัติ และนำเสนอผล การปฏิบัติของกลุ่มตนเองเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับ

ผู้เรียนกลุ่มอื่น ๆ นำองค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาและปฏิบัติกิจกรรมไปประยุกต์ใช้ และรายงานผลการประยุกต์ใช้ความรู้ต่อผู้เรียนทั้งชั้นต่อไป

ข้อดีและข้อจำกัด

ข้อดีของรูปแบบการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน คือ ผู้เรียนจะมีทักษะในการตั้งสมมติฐานและการให้เหตุผลดีขึ้น สามารถพัฒนาทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเอง ทำงานเป็นกลุ่มและสื่อสารกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดความคงทนในการเรียนรู้ดีกว่าการเรียนรู้แบบบรรยาย และบรรยากาศการเรียนรู้เป็นไปอย่างมีชีวิตชีวา กระตุ้นให้ผู้เรียนมีความกระตือรือร้นในการเรียนรู้มากขึ้น และยังส่งเสริมความร่วมมือและการทำงานร่วมกันเป็นทีม

ข้อจำกัดของการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน คือ ครูมีความกังวลว่า ผู้เรียนจะมีความรู้น้อยลง ความรู้ที่ได้รับจะไม่เป็นระบบ ความถูกต้องของเนื้อหาหรือข้อมูลที่ผู้เรียนไปค้นคว้า ศึกษาอาจจะไม่ถูกต้องตลอดจนครูต้องมีทักษะที่หลากหลายมากกว่าการสอนแบบบรรยาย ในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ส่วนของผู้เรียนจะกังวลเกี่ยวกับความถูกต้องของเนื้อหา ไม่นับใจว่าสิ่งที่ตนเองไปเรียนรู้มาถูกต้องหรือไม่ รวมถึงความแตกต่างกันของครูหรือผู้สอนประจำกลุ่ม นอกจากนี้อาจยังมีข้อจำกัดด้านงบประมาณหรือสิ่งสนับสนุนซึ่งต้องใช้จำนวนมาก และต้องมีการบริหารจัดการหรือประสานงานและร่วมมือจากทุกฝ่ายอย่างดี

การจัดการเรียนการสอนแบบโครงการ (Project-based Learning)

การจัดการเรียนการสอนแบบโครงการ (Project-based Learning) เป็นรูปแบบการเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนได้ฝึกการวางแผนการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อการเรียนรู้อย่างมีลำดับขั้นตอน เน้นให้ผู้เรียนลงมือปฏิบัติกิจกรรมตามทีออกแบบไว้อย่างเคร่งครัด มีการประเมินกระบวนการปฏิบัติกิจกรรมโครงการด้วยตนเองอย่างต่อเนื่องเพื่อนำผลการประเมินมาปรับปรุงโครงการของตน ซึ่งรายละเอียดของการจัดการเรียนการสอนแบบโครงการ มีดังนี้ (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2558; ศูนย์ประกันคุณภาพการศึกษา มจพ., 2558; อัญชลี ทองแถม, 2561; เอกชัย บุญอาจ, 2566 และ วัชรินทร์ โพธิ์เงิน และคณะ, 2566)

ลักษณะสำคัญ

การจัดการเรียนรู้แบบโครงการเป็นวิธีการจัดการเรียนรู้ที่ให้ผู้เรียนได้ศึกษาค้นคว้า หรือปฏิบัติงานตามหัวข้อที่ผู้เรียนสนใจ ซึ่งผู้เรียนจะต้องฝึกกระบวนการทำงานอย่างมีขั้นตอน มีการวางแผนในการทำงานหรือการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ จนการดำเนินงานสำเร็จบรรลุตามวัตถุประสงค์ส่งผลให้ผู้เรียนมีทักษะการเรียนรู้ที่หลากหลาย อันเป็นประสบการณ์ตรงที่มีคุณค่า สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานต่าง ๆ ได้ ซึ่งวิธีการสอนโครงการสามารถสอนต่อเนื่องกับวิธีการสอนแบบบูรณาการได้ ทั้งในรูปแบบบูรณาการภายในกลุ่มสาระการเรียนรู้ และบูรณาการระหว่างกลุ่มสาระการเรียนรู้ เพื่อให้ผู้เรียนได้นำองค์ความรู้และประสบการณ์ที่ได้มาบูรณาการเพื่อทำโครงการ โดยประเภทของโครงการ แบ่งตามลักษณะของกิจกรรมได้ 4 ประเภท คือ 1) โครงการประเภทสำรวจ (Survey Research Project) 2) โครงการประเภททดลอง (Experimental Research Project) 3) โครงการประเภทสิ่งประดิษฐ์ (Development Research Project) และ 4) โครงการประเภททฤษฎี (Theoretical Research Project)

กระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน

การจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบโครงการมีขั้นตอนของกระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ 6 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ขั้นกำหนดปัญหา หรือสำรวจความสนใจ โดยผู้สอนเสนอสถานการณ์หรือตัวอย่างที่เป็นปัญหาและกระตุ้นให้ผู้เรียนหาวิธีการแก้ปัญหาหรือช่วยผู้เรียนมีความต้องการใคร่เรียนใคร่รู้ในเรื่องนั้น 2) ขั้นกำหนดจุดมุ่งหมายในการทำโครงการ โดยผู้สอนแนะนำให้ผู้เรียนกำหนดจุดมุ่งหมายให้ชัดเจนว่าจะทำโครงการนั้น

เพื่ออะไร ซึ่งทำให้ผู้เรียนสามารถกำหนดโครงการ และแนวทางในการดำเนินการโครงการได้อย่างสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ 3) ชั้นวางแผนและวิเคราะห์โครงการ เป็นการให้ผู้เรียนวางแผนการแก้ปัญหาหรือปฏิบัติโครงการ ซึ่งการเรียนรู้โดยการจัดทำโครงการสามารถจัดได้ทั้งโครงการเดี่ยวหรือกลุ่มก็ได้ แล้วเสนอแผนการดำเนินโครงการให้ผู้สอนพิจารณาความเหมาะสม และให้ข้อเสนอแนะการวางแผนโครงการของผู้เรียน แล้วให้ผู้เรียนเขียนโครงการตามหัวข้อที่เป็นองค์ประกอบของโครงการ ได้แก่ ชื่อโครงการ หลักการและเหตุผล วัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมาย ผู้จัดทำโครงการ ที่ปรึกษาโครงการ แหล่งเรียนรู้ สถานที่ดำเนินการโครงการ ระยะเวลาในการปฏิบัติโครงการ งบประมาณ วิธีดำเนินการ เครื่องมือที่ใช้และผลที่คาดว่าจะได้รับ 4) ชั้นลงมือปฏิบัติโครงการหรือแก้ปัญหาที่กำหนดไว้ ให้ผู้เรียนลงมือปฏิบัติหรือแก้ปัญหตามแผนการที่กำหนดไว้โดยผู้สอนเป็นที่ปรึกษา คอยสังเกต ติดตาม แนะนำให้ผู้เรียนรู้จักสังเกต เก็บรวบรวมข้อมูล บันทึกข้อมูล ดำเนินการปฏิบัติโครงการด้วยความมานะอดทน มีการประชุมอภิปราย ปรึกษาหารือกันอย่างต่อเนื่อง ให้ผู้เรียนเป็นผู้ใช้ความคิด ความรู้ในการวางแผนและตัดสินใจทำด้วยตนเอง โดยครูเข้าไปเกี่ยวข้องในการเรียนรู้ของผู้เรียนเมื่อเกิดความจำเป็นเท่านั้น 5) ชั้นประเมินผลระหว่างปฏิบัติงาน ผู้สอนแนะนำให้ผู้เรียนรู้จักประเมินผลก่อนดำเนินการ ระหว่างดำเนินการและหลังดำเนินการ โดยต้องพิจารณาว่าก่อนที่จะดำเนินการ สภาพปัญหาเป็นอย่างไร เหตุใดจึงจำเป็นต้องจัดทำโครงการนี้ ระหว่างที่ดำเนินงานตามโครงการมีปัญหาหรืออุปสรรคอะไรบ้าง มีสิ่งใดที่บกพร่องซึ่งจะต้องปรับปรุงแก้ไข มีวิธีแก้ไขอย่างไรบ้าง เมื่อดำเนินการไปแล้วผู้เรียนมีแนวคิดอย่างไร มีความพึงพอใจหรือไม่ ผลของการดำเนินโครงการทำให้ผู้เรียนได้รับความหรือประสบการณ์รู้อะไรบ้าง โครงการนั้นมีประโยชน์อย่างไร และสามารถนำความรู้ไปใช้ได้อย่างไรบ้าง โดยให้ผู้เรียนประเมินโครงการของตนเองหรือเพื่อนร่วมประเมินก็ได้ จากนั้นผู้สอนจึงประเมินผลโครงการตามแบบประเมินที่ครูกำหนดไว้ โดยให้ผู้ปกครองเข้ามามีส่วนร่วมในการประเมินโครงการด้วยก็ได้ และ 6) ชั้นสรุปรายงานผล และเสนอผลงาน เมื่อผู้เรียนดำเนินการตามแผนและเก็บข้อมูลแล้ว ให้ผู้เรียนทำการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปและเขียนรายงานเพื่อนำเสนอผลงานของตนด้วยเทคนิคหรือรูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสม เช่น นำเสนอโดยใช้เอกสาร แผนภูมิ แผนภาพ กราฟ แบบจำลอง หรือของจริงประกอบการนำเสนอ โดยการจัดนิทรรศการ การแสดงละคร หรือการสาธิต ก็ได้

บทบาทของครูและผู้เรียน

บทบาทของครู คือ เป็นผู้อำนวยความสะดวกและเป็นที่ปรึกษาโครงการ อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เป็นผู้ชี้แนะชี้แนะหรือให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการแก้ปัญหาในการทำกิจกรรมโครงการ ให้ความช่วยเหลือในเรื่องต่างๆ เมื่อนักเรียนต้องการความช่วยเหลือ เพื่อให้การดำเนินการจัดทำโครงการดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ ประเมินผลผู้เรียนแบบองค์รวมตามสภาพจริง (Authentic assessment) ทั้งก่อนเรียน ระหว่างเรียนและหลังเรียน รวมถึงเป็นผู้ประเมินความสำเร็จของโครงการของนักเรียนแล้วให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) เกี่ยวกับข้อบกพร่อง ข้อดีและข้อจำกัดในการทำโครงการของผู้เรียนเพื่อให้ผู้เรียนได้พัฒนาและปรับปรุงโครงการของตนเองให้ดีขึ้น รวมถึงการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการในการทำกิจกรรมการเรียนการสอนของนักเรียนด้วย

บทบาทของผู้เรียน คือ กำหนดประเด็นที่จะทำโครงการ เลือกประเภทของโครงการที่จะนำมาจัดกิจกรรม วางแผนการจัดทำโครงการ มีส่วนร่วมในการจัดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกับครู ลงมือปฏิบัติกิจกรรมโครงการตามที่กำหนดไว้อย่างรอบคอบ แสวงหาข้อมูล สร้างองค์ความรู้และสรุปความรู้ได้ด้วยตนเอง ให้ความร่วมมือในการทำโครงการที่ต้องใช้กระบวนการกลุ่ม หรือทำโครงการร่วมกับผู้อื่นเป็นทีม ยอมรับข้อดีและข้อจำกัดในการเรียนรู้ของสมาชิกในกลุ่ม ประเมินโครงการของตนเองหรือของกลุ่มตนเอง นำเสนอผลลัพธ์ของการทำโครงการและร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับเพื่อนร่วมชั้นเรียนคนอื่นๆโดยยึดหลักการของประชาธิปไตย

ข้อดีและข้อจำกัด

ข้อดีของการจัดการเรียนรู้แบบโครงงาน คือ 1) เป็นการสอนที่มุ่งให้ผู้เรียนมีบทบาท มีส่วนร่วมในการจัดกระบวนการเรียนรู้ได้ปฏิบัติจริง คิดเอง ทำเองอย่างละเอียดรอบคอบ และเป็นระบบ 2) เป็นการเรียนรู้ที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนรู้จักวิธีแสวงหาข้อมูล สร้างองค์ความรู้และสรุปความรู้ได้อย่างถูกต้องด้วยตนเอง 3) ทำให้ผู้เรียนมีทักษะในการแก้ปัญหา มีทักษะกระบวนการในการทำงาน มีทักษะในการใช้ร่างกายของตนในการปฏิบัติงาน 4) ทำให้ผู้เรียนได้ฝึกกระบวนการทำงานกลุ่มผู้เรียนมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน และผู้เรียนได้ทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ 5) ฝึกความเป็นประชาธิปไตย การรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น ความมีเหตุผล การยอมรับในความรู้ความสามารถของผู้อื่น 6) ผู้เรียนได้ฝึกฝนการมีนิสัยที่ดีในการทำงาน เช่น การจดบันทึกข้อมูล การเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ ความรับผิดชอบ ความซื่อตรง ความเอาใจใส่ ความขยันหมั่นเพียรในการทำงาน รู้จักทำงานอย่างเป็นระบบ ทำงานอย่างมีแผน ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ และ 7) ผู้เรียนเกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และสามารถนำความรู้ ความคิด หรือแนวทางที่ได้ไปใช้ในการแก้ปัญหาในชีวิต หรือในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อจำกัดของการจัดการเรียนรู้แบบโครงงาน คือ การจัดการเรียนการสอนแบบโครงงานนั้นมีค่าใช้จ่ายหรืองบประมาณในการดำเนินการจัดกิจกรรมค่อนข้างสูง ครูผู้สอนต้องมีความรู้และแม่นยำในเนื้อหาสาระตลอดจนกระบวนการจัดการเรียนการสอนแบบโครงงานอย่างเพียงพอ การสอนแบบโครงงานอาจทำให้ผู้เรียนได้รับความรู้ที่เป็นเนื้อหาหลักการแนวคิดทฤษฎี ตามโครงสร้างของหลักสูตรไม่เพียงพอ และประสบการณ์บางอย่างในชีวิตจริงไม่สามารถนำมาวางแผนสำหรับการเรียนรู้แบบโครงงานได้

การจัดการเรียนการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (Inquiry-based Learning: 5Es)

ลักษณะสำคัญ

Hogan and Berkowitz (2000) กล่าวว่า กระบวนการสืบเสาะหาความรู้ นั้น ทำให้ผู้สอนสามารถกำหนดการจัดกิจกรรมให้ผู้เรียนได้เรียนรู้วิทยาศาสตร์ผ่านกระบวนการต่าง ๆ ในการสืบเสาะหาความรู้ตามบริบทแวดล้อมของผู้สอน ผู้เรียน โรงเรียน และแหล่งเรียนรู้ที่มีอยู่ตามความเหมาะสม โดยครูเป็นผู้อำนวยความสะดวกในการสำรวจปรากฏการณ์ต่าง ๆ ของผู้เรียนและ กระตุ้นให้ผู้เรียนสร้างความเข้าใจทางวิทยาศาสตร์ด้วยตนเองได้อย่างถูกต้อง

Budnitz (2003) กล่าวว่า การสืบเสาะหาความรู้ เกี่ยวข้องกับกระบวนการเรียนรู้ที่ใช้วิธีการที่หลากหลาย เช่น การใช้คำถาม ออกแบบการสำรวจและเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การสรุปผลการศึกษา การคิดค้นหรือประดิษฐ์นวัตกรรมการเรียนรู้ การแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นและสื่อสารสื่อสารระหว่างบุคคล

Wu and Hsieh (2006) กล่าวว่า การสืบเสาะหาความรู้เป็นกระบวนการที่นักวิทยาศาสตร์ใช้ศึกษาอธิบายปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ ซึ่งต้องอาศัยหลักฐาน ข้อมูลเชิงประจักษ์หรือเหตุผลที่มีความสอดคล้องกันมาประกอบ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือเป็นกระบวนการที่ผู้เรียนใช้ใน การค้นคว้าหาคำตอบอย่างมีระบบเพื่อนำคำตอบมาอธิบายเหตุการณ์หรือปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่ทำการศึกษา

ธนภัค แสงมณี (2566) กล่าวว่า การสืบเสาะหาความรู้ เป็นการ ใช้คำถามกระตุ้น ความสงสัยและกำหนดปัญหา เพื่อให้ผู้เรียนสามารถสืบค้นหาคำตอบได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมกับธรรมชาติของผู้เรียน และสามารถสื่อสารคำตอบที่เป็นผลจากการสืบเสาะหาความรู้ได้อย่างถูกต้อง

จากการศึกษาลักษณะสำคัญของการจัดการเรียนการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (Inquiry-based learning: 5Es) สรุปได้ว่า กระบวนการเรียนการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้เป็นกระบวนการเรียนรู้ที่เน้นการ

ใช้คำถามเพื่อการกระตุ้นข้อสงสัยของผู้เรียน หรือการเสนอประเด็นปัญหาเพื่อให้ผู้เรียนใช้ความพยายามในการค้นคว้าหาคำตอบด้วยตนเอง โดยการวิเคราะห์ปัญหา วางแผน การแก้ปัญหา โดยกำหนดวิธีการค้นหา คำตอบ เลือกวิธีการค้นคว้าหาคำตอบที่ถูกต้องเหมาะสม ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์หาคำตอบ แล้วนำคำตอบไปทำการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้อื่น จากนั้นจึงทำการสรุปแล้วนำเสนออธิบาย เหตุการณ์หรือปัญหาที่ต้องการหาคำตอบต่อไป

กระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน

กระบวนการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (Inquiry) 5Es ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนดังนี้ (Hogan & Berkowitz, 2000; Budnitz, 2003; Wu & Hsieh, 2006 และ ธนภักดิ์ แสงมณี, 2566 : ออนไลน์) 1) ขั้นสร้างความสนใจ (engagement) เป็นการนำเข้าสู่บทเรียนหรือเรื่องที่สนใจ ซึ่งอาจเกิดขึ้นจากความสงสัย หรืออาจเริ่มจากความสนใจของตัวผู้เรียนเอง หรือเกิดจากการอภิปรายในกลุ่มแล้วเกิดประเด็นปัญหาขึ้นก็ได้ 2) ขั้นสำรวจและค้นคว้าข้อมูล (exploration) เพื่อทำความเข้าใจในประเด็นหรือคำถามที่สนใจจะศึกษาให้ชัดเจน วางแผนเพื่อกำหนดแนวทางการสำรวจหรือสืบค้นข้อมูล ทำการตั้งสมมติฐาน กำหนดวิธีการหรือขั้นตอนการสืบค้นข้อมูล แล้วลงมือปฏิบัติเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นคำถามหรือปัญหา 3) ขั้นอธิบายและลงข้อสรุป (explanation) เป็นการนำข้อมูล ข้อสนเทศที่ได้จากการสืบค้นมาวิเคราะห์ แปลผล สรุปผล และนำเสนอผลการวิเคราะห์โดยใช้รูปแบบที่เหมาะสม แล้วทำการบรรยายสรุปว่าสอดคล้องหรือขัดแย้งกับสมมติฐานที่กำหนดไว้หรือไม่อย่างไร 4) ขั้นขยายความรู้ (elaboration) เป็นการนำความรู้ที่สร้างขึ้นไปเชื่อมโยงกับความรู้เดิมหรือแนวคิดที่ได้ค้นคว้าเพิ่มเติม หรือนำข้อสรุปที่ได้ไปใช้อธิบายสถานการณ์หรือเหตุการณ์อื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน และ 5) ขั้นประเมินผล (evaluation) เป็นการประเมินการเรียนรู้ด้วยกระบวนการต่าง ๆ ว่านักเรียนมีความรู้อะไรบ้าง อย่างไรและมากน้อยเพียงใด แล้วนำไปสู่การประยุกต์ใช้ในการเรียนรู้เรื่องอื่น ต่อไป

บทบาทของครูและผู้เรียน

บทบาทของครู คือ เป็นผู้ใช้คำถามเพื่อกระตุ้นให้ผู้เรียนมีความพยายามในการค้นคว้าหาคำตอบในสถานการณ์หรือปัญหาต่างๆที่นำมาสู่การเรียนการสอน เป็นผู้อำนวยการควบคุมในการค้นคว้าหาความรู้ของผู้เรียน และให้ความกระจ่างในประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติกิจกรรม และทำการประเมินผลผู้เรียน ทั้งก่อนเรียน ระหว่างเรียนและหลังเรียนตลอดจนให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) เกี่ยวกับการเรียนรู้ของผู้เรียนปรับปรุงตนเองให้เพื่อการปรับปรุงกระบวนการเรียนรู้ของผู้เรียนต่อไป

บทบาทของผู้เรียน คือ ทำความเข้าใจโดยวิเคราะห์สถานการณ์ปัญหาหรือคำถามที่จะศึกษาให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ ออกแบบกระบวนการค้นคว้าเพื่อหาคำตอบในประเด็นที่ศึกษาโดย กำหนดแนวทางการสำรวจค้นคว้า เลือกทางเลือกที่เป็นไปได้ แล้วลงมือปฏิบัติตามที่ออกแบบไว้อธิบายคำตอบที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า แปลผล สรุปผล และนำเสนอผลงานการศึกษาค้นคว้า และนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้กับสถานการณ์อื่น ๆ ที่มีความสอดคล้องกัน

ข้อดีและข้อจำกัด

ข้อดีของรูปแบบการเรียนการสอนนี้ คือ ผู้เรียนเกิดทักษะการตั้งสมมติฐาน การวางแผนออกแบบการทดลอง การค้นคว้าหรือสืบค้นข้อมูลเพื่อหาคำตอบในประเด็นที่ศึกษามีทักษะในการสืบค้นข้อมูล สรุปข้อมูลอย่างมีเหตุผลและมีหลักฐานที่ชัดเจน ได้พัฒนาทักษะ การนำเสนอและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในประเด็นที่สืบค้น

ข้อจำกัด คือ ครูต้องใช้เวลาในการเตรียมประเด็นปัญหา สถานการณ์ สื่อ อุปกรณ์

และแหล่งเรียนรู้ที่เหมาะสม ตลอดจนการกำหนดคำถามเพื่อนำเข้าสู่การศึกษาค้นคว้าของนักเรียนที่มีความชัดเจนและสามารถหาคำตอบได้ในเวลาที่เหมาะสม ทำให้ต้องใช้เวลาในการทำกิจกรรมค่อนข้างมาก เช่นเดียวกับการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน

เทคนิคการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ที่สอดคล้องกับศตวรรษที่ 21

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ และแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับศตวรรษที่ 21 สามารถนำมาสังเคราะห์เพื่อกำหนดเป็นเทคนิคสำหรับการเรียนการสอนวิทยาศาสตร์ ระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานที่สอดคล้องกับศตวรรษที่ 21 ได้ดังนี้

ลักษณะสำคัญ

การจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ที่สอดคล้องกับศตวรรษที่ 21 ในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ควรมีลักษณะสำคัญคือ 1) เป็นการจัดการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับธรรมชาติ ความสนใจและบริบทในการดำเนินชีวิตของผู้เรียน 2) เป็นการจัดการเรียนรู้ที่มีลักษณะเชิงรุก (Active Learning) 3) เป็นการเรียนรู้ที่นำนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาเป็นสื่อในการเรียนการสอน 4) เป็นการเรียนรู้ที่ผู้เรียนเป็นผู้ลงมือสร้างองค์ความรู้ที่มีความหมายด้วยตนเอง 5) เป็นการเรียนรู้ที่ใช้กระบวนการกลุ่มสัมพันธ์ 6) เป็นการเรียนรู้ที่ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้เรียน และ 7) เป็นการเรียนรู้ที่เน้นการนำองค์ความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันและพัฒนาสังคม

กระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน

กระบวนการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ที่สอดคล้องกับศตวรรษที่ 21 สำหรับผู้เรียนในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน มี 9 ขั้นตอน คือ ขั้นที่ 1 สำรวจความสนใจของผู้เรียน โดยครูให้ผู้เรียนศึกษาความสนใจในประเด็นที่เกี่ยวกับการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ในบริบทของตนเอง ขั้นที่ 2 กำหนดประเด็นที่สนใจศึกษา โดยครูและผู้เรียนร่วมกันศึกษา วิเคราะห์ประเด็นที่ควรศึกษา แล้วร่วมกันกำหนดประเด็นที่ควรศึกษาร่วมกัน ขั้นที่ 3 กำหนดค่านิยามหรือคำอธิบายรายละเอียดของประเด็นที่ศึกษาเพื่อทำความเข้าใจกับประเด็นนั้นอย่างชัดเจน ขั้นที่ 4 ศึกษาแนวทางหรือวิธีการในการศึกษาประเด็นที่กำหนดที่หลากหลายและเลือกแนวทางในการศึกษาที่มีความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ ขั้นที่ 5 วางแผนการศึกษา โดยสมาชิกทุกคนในกลุ่มร่วมกันกำหนดแผนการในการศึกษาที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มของตนเอง เช่น การกำหนดโครงงาน การกำหนดเค้าโครงการศึกษา การกำหนดกลยุทธ์ในการศึกษา และการทำแผนที่ความคิดสำหรับการศึกษา เป็นต้น ขั้นที่ 6 ดำเนินการศึกษาตามแผนที่กำหนดไว้โดยยึดหลักการของการทำงานในระบบกลุ่มสัมพันธ์ ขั้นที่ 7 วิเคราะห์ผลการศึกษาและสรุปผลการศึกษาที่ได้จากการดำเนินการตามแผนที่กำหนดไว้ ขั้นที่ 8 นำเสนอผลการศึกษาต่อผู้เรียนกลุ่มอื่นๆทั้งชั้น โดยครูกระตุ้นผู้เรียนให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน อาจมีการอภิปรายและเสนอแนะจากผู้เรียนคนอื่น ๆ ได้อย่างอิสระโดยมีครูเป็นผู้ให้ความกระจ่างเพิ่มเติมตามความเหมาะสม และขั้นที่ 9 นำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ โดยผู้เรียนรายบุคคลหรือรายกลุ่มนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับจากการศึกษาไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันของตนอีกทั้งการพัฒนาชุมชนและสังคมที่ตนเองเป็นสมาชิกตามความเหมาะสม

บทบาทของครูและผู้เรียน

บทบาทของครู คือ เป็นผู้กระตุ้นให้ผู้เรียนสำรวจความสนใจของตนเองในการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ ร่วมกับผู้เรียนในการวางแผนการเรียนการสอน และเป็นผู้ให้คำปรึกษาในการทำกิจกรรมของผู้เรียน เป็นผู้อำนวยความสะดวกในการเรียนรู้เพื่อให้การเรียนการสอนดำเนินไปอย่างราบรื่น และเป็นผู้ประเมินผลการปฏิบัติกิจกรรมทั้งระหว่างการทำกิจกรรมและเมื่อเสร็จสิ้นการทำกิจกรรมโดยเน้นการประเมินที่เป็นการประเมินตามสภาพจริง (Authentic Assessment)

บทบาทของผู้เรียน คือ สำรวจความสนใจของตนเองที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ที่สอดคล้องกับบริบทในการดำเนินชีวิตของตน และร่วมกับกลุ่มของตนในการกำหนดประเด็นปัญหาที่ศึกษา วางแผน ดำเนินการตามแผน วิเคราะห์และสรุปองค์ความรู้ นำเสนอ ร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับกลุ่มอื่น ๆ และนำความรู้หรือประสบการณ์ไปใช้ในชีวิตประจำวันรวมถึงพัฒนาสังคมของตน โดยตลอดกระบวนการเรียนการสอนเน้นการเรียนแบบกลุ่มสัมพันธ์อย่างเข้มข้น

ข้อดีและข้อจำกัด

ข้อดีของรูปแบบการเรียนรู้ คือ ผู้เรียนได้เรียนรู้สาระวิทยาศาสตร์ภายใต้บริบทที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของตน ได้พัฒนาทักษะในการวางแผนการทำงานและทักษะการทำงานเป็นทีมโดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีมาประกอบการทำกิจกรรมอย่างเหมาะสม ได้รับการพัฒนาความสามารถในการนำเสนออย่างมีเหตุผล และรู้จักการประยุกต์ใช้ความรู้หรือประสบการณ์ในโรงเรียนมาใช้ในชีวิตประจำวันและช่วยเหลือสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อจำกัด คือ ใช้เวลาในศึกษาวิเคราะห์ เตรียมสื่อ อุปกรณ์และแหล่งเรียนรู้ค่อนข้างมาก และการให้เวลากับประเด็นที่ศึกษามากเกินไปอาจทำให้ไม่สามารถเรียนเนื้อหาอื่น ๆ ที่ระบุในหลักสูตรได้ครบถ้วน และความแตกต่างระหว่างบุคคลทำให้แต่ละคนมีประเด็นที่สนใจแตกต่างกันจึงอาจยุ่งยากต่อการจัดกลุ่มผู้เรียนที่สนใจคล้ายกันตามมา

สรุป

จากการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานที่สอดคล้องกับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 นั้น ผู้เขียนขอสรุปและเพิ่มเติมประเด็นที่มีความเกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนรู้ดังกล่าวว่า การเรียนรู้วิทยาศาสตร์นั้นมีธรรมชาติของกระบวนการเรียนรู้ที่แตกต่างจากสาระการเรียนรู้อื่น ๆ เนื่องจากการเรียนรู้สาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์โดยส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับการลงมือปฏิบัติในสถานการณ์ที่กำหนดขึ้นหรือสถานการณ์จริง เพื่อค้นคว้าหาคำตอบด้วยการทดลอง ค้นคว้าและสืบค้นข้อมูลอย่างหลากหลาย เพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบหรือองค์ความรู้ที่มีลักษณะเป็นเชิงประจักษ์หรือมีเหตุผลสนับสนุนที่ชัดเจนอย่างแท้จริง และเป็นองค์ความรู้ที่สามารถตรวจสอบได้ด้วยวิธีการหรือเทคนิคของตรวจสอบข้อเท็จจริงแบบต่าง ๆ ในเชิงวิทยาศาสตร์ ทำให้กระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ ต้องเริ่มต้นจากความสนใจในปัญหาหรือเหตุการณ์ที่ผู้เรียนจะต้องศึกษา กำหนดสมมติฐานเพื่อเป็นกรอบหรือทิศทางในการค้นคว้าหาคำตอบ ออกแบบหรือวางแผนการศึกษาค้นคว้าด้วยเทคนิคต่าง ๆ เช่น แผนผังความคิด โครงงาน หรือการกำหนดเป็นยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ในการสืบค้นคำตอบ เป็นต้น จากนั้นก็ลงมือปฏิบัติตามแผนที่กำหนดไว้เมื่อได้คำตอบจะทำการพิสูจน์ ตรวจสอบข้อมูลหรือคำตอบที่ได้ให้แน่ใจว่าเป็นคำตอบที่ถูกต้องอย่างมีหลักฐานและเหตุผลสามารถอธิบายได้ ซึ่งในศตวรรษที่ 21 มีเทคโนโลยีต่าง ๆ มากมายที่สามารถนำมาช่วยในการค้นคว้าหาคำตอบได้อย่างถูกต้อง เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ โดยเน้นการทำกิจกรรมในระบบกลุ่มที่มีการทำงานร่วมกันเป็นทีม มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายในทีมและระหว่างทีมอย่างต่อเนื่อง จนมีความมั่นใจว่าคำตอบหรือองค์ความรู้ที่มีความถูกต้อง จึงนำมาอธิบายปรากฏการณ์หรือเหตุการณ์ที่ได้ศึกษา และมีการเผยแพร่คำตอบหรือองค์ความรู้ต่อสาธารณชนเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์อื่น ๆ ต่อไป

อย่างไรก็ดี จากการศึกษากระบวนการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ดังกล่าวข้างต้น ผู้เขียนสามารถนำมาวิเคราะห์และกำหนดเป็นกระบวนการสอนวิทยาศาสตร์ที่มีความเหมาะสมกับการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้เรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานในศตวรรษที่ 21 ได้ดังนี้ 1) สำรวจความสนใจของผู้เรียน 2) กำหนดประเด็นที่สนใจศึกษา 3) กำหนดค่านิยมหรือคำอธิบายรายละเอียดของประเด็นที่ศึกษา 4) ศึกษาและเลือกวิธีการใน

การศึกษาประเด็นที่กำหนด 5) วางแผนการศึกษา 6) ดำเนินการศึกษาตามแผนที่กำหนดไว้ 7) วิเคราะห์และสรุปผลการศึกษา 8) นำเสนอผลการศึกษาต่อผู้เรียนทั้งชั้น และ 9) นำองค์ความรู้หรือประสบการณ์ไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาตนเองและสังคม ซึ่งรูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่มีขั้นตอนและกระบวนการจัดการเรียนรู้เป็นไปตามกระบวนการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ในศตวรรษที่ 21 มากที่สุด ได้แก่ รูปแบบการเรียนการสอนโดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem-based Learning: PBL) รูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบโครงการ (Project-based Learning) และ รูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (Inquiry-based Learning: 5Es) ตามที่ได้เสนอรายละเอียดของแต่ละรูปแบบไปแล้ว นั้นเอง

เอกสารอ้างอิง

- กมลฉัตร กล่อมอ้อม. (2560). การจัดการเรียนรู้แบบการใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem-based Learning): รายวิชาการออกแบบและพัฒนาหลักสูตร สำหรับนักศึกษาวิชาชีพครู. วารสารบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, 11(2, พฤษภาคม - สิงหาคม 2560), 179-192.
- คลังความรู้ SciMath. (2566). การสอนวิทย์แบบสร้างสรรค์ในศตวรรษที่ 21. สืบค้นจาก <https://www.scimath.org/article-science/item/9607-21-9607>.
- ดิเรก วรรณเศียร. (2566). MACRO model: รูปแบบการจัดการเรียนรู้สำหรับศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ทิตินา แคมมณี. (2556). ศาสตร์การสอน: องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชนภาค แสงมณี. (2566). การสอนแบบสืบเสาะความรู้ (5Es). สืบค้นจาก file:///C:/Users/User/Downloads/84101600_1_20210404-210214.pdf.
- ธีรพัฒน์ วงศ์คุ้มสิน และเฉลิมขวัญ สิงห์วี (2562). การสังเคราะห์การเรียนรู้แบบใช้โครงการเป็นฐาน: บูรณาการความรู้จิตวิทยาชุมชนสู่การบริการสังคมสู่การพัฒนาทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21. วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 45(1, มกราคม-มิถุนายน, 2562), 229-268.
- ประสาธ เนืองเฉลิม. (2558). จุดมุ่งหมายของการเรียนการสอนวิทยาศาสตร์ในศตวรรษที่ 21. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 9(4, ตุลาคม - ธันวาคม, 2558), 136-154
- พระพันธ์วัฒน์ ธมมวาทธน (ภูมิรัง) และ วิทยา ทองดี. (2565). การจัดการเรียนรู้แบบใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem-based Learning). วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์, 7(1, มกราคม-เมษายน, 2565), 967-976.
- ไพศาล สุวรรณน้อย. (2563). การเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem-based Learning: PBL). ขอนแก่น: สถาบันพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ฝ่ายวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ภัทรภร พิกุลขวัญ, นริยกุลิโน๊ะอูเอะ และจีระวรรณ เกษสิงห์ (2565). เป้าหมายการเรียนวิทยาศาสตร์และวิธีการพัฒนาทักษะเชิงพฤติกรรมในชั้นเรียนวิทยาศาสตร์: ทักษะของครูระดับประถมศึกษาตอนปลาย. วารสารศึกษาศาสตร์ มสธ, 15(1, มกราคม - มิถุนายน, 2565), 100-114.
- วัชรินทร์ โพธิ์เงิน พรจิต ประทุมสุวรรณ และ สันติ หุตะมาน. (2566). การจัดการเรียนการสอนแบบโครงการ. กรุงเทพฯ: ภาควิชาครุศาสตร์เครื่องกล คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

- ศิริดา วิชาชัย. (2560). การพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้ทางการเรียนวิทยาศาสตร์แบบซิปปาโมเดล เรื่อง แรงโน้มถ่วงของโลก ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3. กรุงเทพฯ : โรงเรียนเขมะสิริอนุสสรณ์.
- ศูนย์ประกันคุณภาพการศึกษา มจพ. (2558). การเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน. *วารสาร News ข่าวประกันคุณภาพการศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ*, 334 (เมษายน 2558)
- สุรียา พองเกิด. (2560). *สรุปความรู้การจัดการเรียนการสอนแบบ PBL*. ชลบุรี: วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี.
- สุรียา สาแก้ว. (2566). *เทคนิคการสอนแบบ PBL*. สืบค้นจาก ss.esdc.go.th/thaksa-kar-ni-the-sk/thehnikh-kar-sxn-baeb-pbl.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2558). *การจัดการเรียนรู้แบบโครงงาน*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- สำนักบริหารงานการมัธยมศึกษาตอนปลาย สพฐ. (2566). *แนวทางการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21*. สืบค้นจาก https://webs.rmutl.ac.th/assets/upload/files/2016/09/20160908101755_518.
- อัญชลี ทองแถม. (2561). การเรียนรู้โดยใช้โครงงานเพื่อพัฒนาผู้เรียนในศตวรรษที่ 21. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 8(3), 185-199.
- เอกชัย บุญอาจ. (2566). *การจัดการเรียนการสอนแบบโครงงาน*. สืบค้นจาก <https://www.gotoknow.org/posts/436015>.
- Budnitz, N. (2003). *What do We Mean by Inquiry?*. Retrieved from http://www.biology.duke.edu/cibl/inquiry/what_is_inquiry.htm
- Hogan, K. & Berkowitz, A.R.. (2000). Teachers as Inquiry Learners. *Journal of Science Teacher Education*, 11(1), 1-25.
- Wu H. & Hsieh, C. (2006). Developing Sixth Grades Inquiry Skills to Construct Explanations in Inquiry-Based Learning Environment. *International Journal of Science Education*, 28(11), 1289-1313.

การมีส่วนร่วมของชุมชนท่องเที่ยววิถีแห่งนวัตกรรม

บดินดี เสาวภาภรณ์^{1*} และ สุพิชฌาย์ เพ็ชรสดี²

^{1,2}คณะเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

PARTICIPATION OF INNOVATIVE TOURISM COMMUNITY

Bundit Saowapaporn^{1*} and Suphitcha Petchsodsai²

^{1,2} Faculty of Social Technology, Rajamangala University of Technology Tawan-ok

*Corresponding author e-mail: bundit_sa@rmutto.ac.th

วันที่รับบทความ (Received) 3 พฤศจิกายน 2566

วันที่รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 22 พฤศจิกายน 2566

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 24 พฤศจิกายน 2566

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนท่องเที่ยววิถีแห่งนวัตกรรมโดยใช้วิธีการสังเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 4 ประเด็นหลัก ดังนี้ 1) การยกระดับตามแนวคิดและทฤษฎีการท่องเที่ยวโดยชุมชน 2) พฤติกรรมสู่ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว 3) แนวคิดและกระบวนการสร้างการมีส่วนร่วม และ 4) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรม ผลการศึกษาสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติ สังคม วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น แหล่งท่องเที่ยว เกิดระบบเศรษฐกิจ กระจายรายได้อย่างเท่าเทียม เกิดการจ้างงานภายในชุมชน นอกจากนี้ การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เช่น ท่าทาง คำพูด หรือสีหน้า อูบนิสัย ความพึงพอใจ โดยมีกระบวนการการตัดสินใจภายใต้ปัจจัยส่วนตัว รายได้ ครอบครัว หรือฐานะทางสังคม นอกจากนี้การมีส่วนร่วมภายในชุมชนยังเป็นสิ่งสำคัญ ได้ศึกษาการระดมความคิด รวมกันตัดสินใจ ใช้ประสบการณ์ที่ตนมี ให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชน ผ่านกระบวนการการมีส่วนร่วม เพื่อความสำเร็จของชุมชนที่ยั่งยืนได้ นวัตกรรมจึงเข้ามาบทบาทที่สำคัญอย่างยิ่ง เพราะเป็นการสร้างสิ่งที่ไม่เคยมีมาก่อนหรือเป็นสิ่งที่พัฒนาจากสิ่งที่มีมาก่อนแล้ว ให้ทันสมัยและใช้ได้ผลดียิ่งขึ้นอาจเป็นสินค้าและบริการ เพื่อให้สามารถแข่งขันในปัจจุบันที่มีแข่งขันกันอย่างรุนแรง ดังนั้น เมื่อนำแนวความคิดมาประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติ และสามารถใช้อย่างเป็นรูปธรรมเป็นผลสำเร็จ เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนท่องเที่ยววิถีได้

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวโดยชุมชน พฤติกรรมนักท่องเที่ยว สร้างการมีส่วนร่วม นวัตกรรม

Abstract

The purpose of this academic article is to investigate the creative methods in which the tourist community participates. Based on relevant research and document synthesis techniques, the following four primary parts consist of 1) Elevating according to community tourism concepts and theories, 2) behavior toward tourist experiences, 3) participation-building concepts and processes, and 4) innovation ideas and theories. The research findings indicated that local tourism. It examines nature, society, and culture. Local customs and ways of life, tourism destinations, financial structures, and equitable income distribution. Employ people from the neighborhood. Additionally, observing the posture, voice, and facial expressions of

tourists as well as their personality qualities. depending on one's level of satisfaction with the decision-making process in the face of negative personal, familial, or social influences. Furthermore, involvement in the community is crucial. have researched collaborative brainstorming make use of your experience to help the community by participating in the process for long-term, sustainable success. For this reason, innovation is quite significant. Considering that it is producing anything entirely new or something evolved from something that was already existing. For products and services to be more contemporary and practical. Therefore, when putting the concept in practice and may be used effectively in a tangible method It is advantageous to examine the involvement of the Nawatwithi tourist community in order to be able to compete in today's highly competitive market.

Keywords: Community Tourism, Tourist Behavior, Participation, Innovation

บทนำ

อุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยคือการท่องเที่ยว เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย มีเอกลักษณ์เฉพาะอันโดดเด่น ที่กระจายอยู่ในชุมชนท้องถิ่นที่หลากหลาย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565) ถือได้ว่ามีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว มีทรัพยากรทางวัฒนธรรมและธรรมชาติที่สมบูรณ์เป็นอย่างมาก ประเด็นที่มีความสำคัญในแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) จึงเป็นจุดสำคัญในการเชื่อมต่อกับ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ.2566-2570) มีเป้าหมายเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน และความเสมอภาคในสังคมเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ ทำให้รายได้สูงขึ้น ปัญหาความยากจนลดลง คุณภาพชีวิตคนในชุมชนดีขึ้น สอดคล้องกับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้วิเคราะห์ตลาดในประเทศ กองกลยุทธ์การตลาด ไตรมาสที่ 4 (เดือน ตุลาคม – ธันวาคม 2565) ช่วงวันหยุดยาวหลายช่วง อาทิ วันรัฐธรรมนูญ วันหยุดสิ้นปี รวมทั้งมีมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ ทำให้ท่องเที่ยวในไตรมาสสุดท้ายของปีมีการเติบโตเพิ่มขึ้น อีกทั้ง (สุรเจต ไชยพันธ์พงษ์, 2563) เกิดผลดีต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจในท้องถิ่นและการเรียนรู้วิถีชีวิตของท้องถิ่น ก่อให้เกิดการยกระดับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

มุมมองการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หากพิจารณาในเชิงลึกทำให้พบสิ่งที่เป็นจุดอ่อนของการท่องเที่ยวชุมชน คือ ชุมชนไม่สามารถดึง ทรัพยากร ศักยภาพที่ชุมชนมี อัตลักษณ์ หรือวิถีชีวิตของตน ออกมานำเสนอให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง (สุตถนอม ต้นเจริญ, 2561) ด้วยประเด็นที่ได้กล่าวมานี้ การมีส่วนร่วมของชุมชนท่องเที่ยววิถีแห่งนวัตกรรม จึงมีวัตถุประสงค์ให้ชุมชนสามารถบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวได้ด้วยตนเองไปพร้อมกับการสร้างรายได้ที่มั่นคงภายในชุมชน สร้างรายได้ให้กับชุมชน สามารถนำหรือดึงเสน่ห์ ภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์มาแปลง ก่อให้เกิดรายได้กระจายภายในชุมชน สร้างชุมชนเข้มแข็ง คนในชุมชนพร้อมเป็นเจ้าของที่ดี

การยกระดับตามแนวคิดและทฤษฎีการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน หมายถึง การเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม รวมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในชุมชน ที่เชื่อมโยงถึงการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน การกระจายรายได้

สู่ชนบท เกิดการพัฒนาชุมชน พัฒนาตนเอง โดยมีกระบวนการเรียนรู้ในรูปแบบต่าง ๆ เกิดผลดีต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจในท้องถิ่นและการเรียนรู้วิถีชีวิตของท้องถิ่น (สุรเจต ไชยพันธ์พงษ์, 2563) ที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ การท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องคำนึงถึงสังคมในท้องถิ่น สถานที่ที่มีความสวยงาม ตลอดจนระบบนิเวศวิทยาภายในชุมชนที่มีความหลากหลายทาง ต่างวัฒนธรรม โดยมุ่งเน้นที่คนในชุมชนเป็นองค์ประกอบสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และต้องคำนึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และชุมชน โดยยังเหมือนกันกับ (ณิกษ์ กุสิศร์, 2561) ทศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนต้อง ทราบข้อมูลของคนในท้องถิ่น เข้าใจถึงวิถีคนในชุมชน มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติและเป็นแหล่งวัฒนธรรมที่สำคัญ การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ต้องเกิดจากการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับคนในท้องถิ่น รวมทั้งคนในชุมชนเองมีส่วนร่วมในการวางแผนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนความร่วมมือที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ (กมลชนก จันทร์เกตุ, 2560) ได้ให้ความสำคัญของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่าเป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว ทำให้มีรายได้หมุนเวียนในประเทศอย่างมากมายก่อให้เกิดการจ้างงานขึ้นมากมาย เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวกันมากขึ้น สร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น เกิดอุตสาหกรรมต่อเนื่องแก่คนท้องถิ่น เช่น การบริการที่พัก การนำเที่ยว การอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่นนอกจากนั้นแล้ว (ธง คำเกิด, 2564) ยังเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยว ที่มีบทบาทในการกำหนดทิศทางโดยชุมชนเอง ยังเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยในการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการจัดการทรัพยากรและวัฒนธรรม โดยใช้กระบวนการการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวอีกด้วย

ตารางที่ 1 สังเคราะห์จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับ การยกระดับตามแนวคิดและทฤษฎีการท่องเที่ยวโดยชุมชน

	สุรเจต ไชยพันธ์พงษ์, (2563)	องค์การการท่องเที่ยว World Tourism Organization, (1993)	ณิกษ์ กุสิศร์, (2561)	กมลชนก จันทร์เกตุ (2560)	ธง คำเกิด (2564)	ผลรวมความถี่
1. การเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติสังคม วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น	✓	✓	✓	✓	✓	5
2. เกิดการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน	✓	✓	✓		✓	4
3. กระจายรายได้อย่างเท่าเทียม	✓		✓			2
4. เกิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	✓	✓	✓			3
5. การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน		✓	✓	✓		3
6. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน	✓		✓	✓		3

จากตารางที่ 1 ผู้วิจัยพบว่า การยกระดับตามแนวคิดและทฤษฎีการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยการสังเคราะห์ประเด็นสำคัญ สรุปได้ดังนี้ การท่องเที่ยวโดยชุมชน หมายถึง การเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติ สังคม วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น ทำให้เกิดการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนที่ดีขึ้น ทั้งนี้การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ให้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เกิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนกระจายรายได้อย่างเท่าเทียม เกิดการจ้างงานภายในชุมชน เกิดเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

พฤติกรรมสู่ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว

ประเทศไทยได้มีการผ่อนคลายมาตรการการเดินทางเข้าประเทศเพื่อเตรียมพร้อมเปิดประเทศอย่างเต็มรูปแบบกับจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการเดินทางเข้ามายังประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้น ระดับหลักล้านคนในเดือนกรกฎาคม 2565 หลังจากมีการยกเลิกการลงทะเบียน Thailand Pass ประกอบกับการดำเนินงานส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ททท. ปี 2565 พบว่า

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ระบุ สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทยในเดือนกันยายน 2566 มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากถึง 2,130,596 คน โดยเดินทางมาจากกลุ่มเอเชียตะวันออก เอเชียใต้ มากที่สุด รองลงมา คือกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ และกลุ่มยุโรป ตามมา

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ระบุ งานวิเคราะห์ตลาดในประเทศ กองกลยุทธ์การตลาด ไตรมาสที่ 4 (เดือน ตุลาคม – ธันวาคม 2565) ช่วงวันหยุดยาวหลายช่วง อาทิ วันรัฐธรรมนูญ วันหยุดสิ้นปี รวมทั้งมีมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ ทำให้ท่องเที่ยวในไตรมาสถัดท้ายของปีมีการเติบโตเพิ่มขึ้น

ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี ระบุ คาดรายได้การท่องเที่ยวไทยปี 2566 เพิ่มขึ้น 1 ล้านล้านบาท จากปีก่อนพุ่งแตะระดับ 2.25 ล้านล้านบาท จากพฤติกรรมและรูปแบบการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติที่ต่างไปจากเดิม

Experiential and Immersive Travel ระบุ การเดินทางเชิงประสบการณ์ เรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่น

Echtner and Ritchie (2003) กล่าวว่า การที่นักท่องเที่ยวประเมินสถานที่ท่องเที่ยว สภาพแวดล้อม ภาพลักษณ์ ซึ่งมีผลต่อการเลือกเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ

พฤติกรรมสู่ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว การที่นักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลแสดงออกมาจากพฤติกรรมของตนเอง เกิดความพึงพอใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว มาเป็นกระบวนการและลำดับขั้นตอนต่าง ๆ ในการตัดสินใจนำไปสู่การเดินทางออกไปท่องเที่ยว ว่าส่งต่อการท่องเที่ยวอย่างไร นอกจากนั้นแล้ว การที่นักท่องเที่ยวนั้นประพุดหรือปฏิบัติ มักจะเป็นการแสดงออกต่าง ๆ อาจจะแสดงออกเป็นคำพูด ท่าทางหรือแม้แต่การกระทำสีหน้า ซึ่งการแสดงออกดังกล่าวอาจจะมาจากอุปนิสัยหรือความต้องการขั้นพื้นฐานของแต่ละคนที่จะมีความคล้ายคลึงหรือแตกต่างกันไป การกระทำของนักท่องเที่ยว ที่บุคคลอื่นสังเกตได้ โดยพฤติกรรมภายนอก ผู้อื่นสามารถสังเกตได้ โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายใน เป็นความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ ทั้งนี้จะมีความสัมพันธ์กันโดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอก ลักษณะของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่อาจจะจะเป็นปัจจัยทำให้นักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลคน การแสดงออกของการกระทำที่มีความคล้ายคลึงกันหรือบ่อยครั้ง จนกลายเป็นเอกลักษณ์ของตน โดยมีการกำหนดการท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัยส่วนตัว ความพึงพอใจ ความชอบ รายได้ หรือ ประสบการณ์เดินทาง เป็นต้น บุคคลหรือกลุ่มบุคคลตัดสินใจซื้อบริการหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยว ซึ่งจะเกิดกระบวนการในการรับรู้ ชอบหรือไม่ชอบ ทศนคติที่

แตกต่างกัน รวมไปถึงปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพล อาทิ ปัจจัยส่วนบุคคล ครอบครัว สังคม เป็นต้น ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมทำให้นักท่องเที่ยวแสดงออกแตกต่างกันออกไป

ตารางที่ 2 ตารางสังเคราะห์จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับ พฤติกรรมสู่ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว

	กิตติยา โนนธรรมรักษา (2559)	บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา(2555)	ณัฐชนก เพชรพรม (2554)	ศุภลักษณ์ อังคราภรณ์ (2551)	ลักษณ์ อังคราภรณ์(2551)	ผลรวมความถี่
1. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวแสดงออกมากการกระทำ พฤติกรรมท่าทาง คำพูด หรือสีหน้า	✓	✓	✓	✓	✓	5
2. เกิดจากความพึงพอใจที่ต้องการออกมาท่องเที่ยว	✓		✓	✓	✓	4
3. มีองค์ประกอบและกระบวนการในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว	✓			✓	✓	3
4. การเลือกแหล่งท่องเที่ยวเกิดจากอุปนิสัยของตัวนักท่องเที่ยวเอง		✓	✓	✓	✓	4
5. การออกมาท่องเที่ยวมีปัจจัยส่วนตัวรายได้ ครอบครัว หรือฐานะทางสังคมมาเป็นส่วนเกี่ยวข้อง		✓		✓	✓	3

จากตารางที่ 2 ผู้วิจัยพบว่า พฤติกรรมสู่ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว โดยการสังเคราะห์ประเด็นสำคัญ สรุปได้ดังนี้ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวแสดงออกมาในรูปแบบของการกระทำ พฤติกรรม ท่าทาง คำพูด หรือสีหน้า มีความคล้ายคลึงกับอุปนิสัยของตัวนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดความพึงพอใจ โดยมีกระบวนการในการตัดสินใจภายใต้ปัจจัยส่วนตัว รายได้ ครอบครัว หรือฐานะทางสังคม

แนวคิดและกระบวนการสร้างการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมของประชาชนต้องมีการดำเนินการสม่ำเสมอตามวิธีการที่เหมาะสม วิธีชีวิตหรือวัฒนธรรมที่มีอยู่ในชุมชน ถือว่า เป็นการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างแท้จริง การพัฒนาชุมชนเมื่อประชาชนได้รวมกัน เกิดการรวมพลังของสมาชิก ให้สามารถประสานงานในการพัฒนาชุมชนร่วมกัน (ธัญญาลักษณ์ ใจเที่ยง, 2563 อ้างถึง สนธยา พลศรี 2556, น. 214-217) นอกจากนั้นแล้ว (อรทัย พระทัต, 2558) การมีส่วนร่วมของประชาชนต้องมีขั้นตอนและกระบวนการที่ชัดเจน เกิดผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม และได้รับการยอมรับจากประชาชน รวมถึงประชาชนเองนั้นมีความสำนึกร่วมกัน ซึ่งกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนต้อง ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ แก้ไขปัญหาและร่วมกันพัฒนาที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ (รัฐพงศ์ บุญญานวัตร, 2552) นโยบายที่ทำให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม จำเป็นต้องเริ่มตั้งแต่การมีส่วนร่วม การระดมความคิด วางแผน ดำเนินกิจกรรม รับผิดชอบร่วมกัน ทำให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนอย่างแท้จริง และทำคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นและชุมชน ยังให้ความหมายคล้ายกันกับ (สุธาวิ กลิ่นอุบล, 2562) การมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นส่วนสำคัญในการพัฒนา และเพิ่มขีดความสามารถของชุมชน รวมถึงการใช้

ทรัพยากรที่มีอยู่ในสังคม เพื่อประโยชน์ร่วมกัน ดังนั้นจึงเป็นการให้ประชาชนเข้ามามีบทบาทหลักในการพัฒนาเพื่อความสำเร็จของชุมชน นอกจากนี้ (Chambers, Pacay & Thrupp, 1989) ความจำเป็นในการมีส่วนร่วมการที่ให้ทุกคนมีส่วนร่วมใช้ประสบการณ์ ความรู้ คิดค้นปัญหา แล้วนำไปและนำมาแบ่งปันความรู้ซึ่งกันและกัน

ตารางที่ 3 ตารางสังเคราะห์จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับ แนวคิดและกระบวนการสร้างการมีส่วนร่วม

	อรรถย พะรัต (2558)	รัฐพงศ์ บุญญาวัตร (2552)	สุธาวี กลิ่นอบล (2562)	Chambers, Pacay and Thrupp (1989)	ธัญญลักษณ์ ใจเที่ยง (2563)	ผลรวมความถี่
1. รวมกลุ่มกันเพื่อให้เกิดการระดมความคิดร่วมกันคิด ร่วมกันตัดสินใจ	✓	✓	✓	✓	✓	5
2. มีขั้นตอนและกระบวนการการมีส่วนร่วมช่วยกันวางแผนอย่างเป็นระบบ	✓	✓		✓		3
3. มีแนวทางในการรับมือกับปัญหาและสามารถแก้ไขปัญหหรือรับผิดชอบร่วมกัน	✓	✓		✓		3
4. ชุมชนเกิดการพัฒนา เป็นไปตามแผนที่มีความหมายที่กำหนดไว้ชัดเจน		✓			✓	2
5. มีการกำหนดภาระหน้าที่และบทบาทความรับผิดชอบโดยมีวัตถุประสงค์เดียวกันเพื่อความสำเร็จของชุมชน			✓			1

จากตารางที่ 3 ผู้วิจัยพบว่า แนวคิดและกระบวนการสร้างการมีส่วนร่วม โดยการสังเคราะห์ประเด็นสำคัญ สรุปได้ดังนี้ การมีส่วนร่วมเกิดจากการระดมความคิด ให้ทุกคนร่วมกันคิด ร่วมกันตัดสินใจให้ประสบการณ์ที่ตนมี ให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชน ผ่านกระบวนการการมีส่วนร่วม ช่วยกันวางแผน แก้ไขปัญหา และรับผิดชอบร่วมกัน ให้ชุมชนเกิดการพัฒนาเป็นไปตามแผนที่มีความหมายที่ชัดเจน โดยการกำหนดหน้าที่และบทบาท เพื่อความสำเร็จของชุมชน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรม

ศูนย์พัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน. (2562) ได้ให้ความหมายของคำว่า นวัตกรรม ไว้ว่า สิ่งที่เกิดขึ้นใหม่ เรื่องใหม่ อาจเป็นความคิดใหม่หรือสิ่งใหม่ที่ถูกระทำให้เกิดขึ้น อาจเป็นผลิตภัณฑ์ การบริการหรือกระบวนการผลิตใหม่ ที่ทำให้เกิดการบูรณาการความรู้และความคิด เพื่อสร้างสรรค์ประโยชน์ เกิดความแตกต่างจากสิ่งที่มีอยู่ก่อนแล้ว จาก แผนแม่บทการจัดการนวัตกรรมปี (2566 – 2570) ได้มีการแบ่งประเภทของนวัตกรรมเพื่อให้เกิดการสร้างมูลค่าใหม่ แบ่งออกเป็น 2 ประการ ได้แก่ ประการที่ 1 คือนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ บริการ ที่นำไปสู่การสร้างคุณค่าให้กับองค์กร ไม่ว่าจะเป็นการสร้างรายได้ สร้าง

ผลกำไร หรือการลดค่าใช้จ่าย ประการที่ 2 คือ นวัตกรรมเชิงสังคม หมายถึง ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ในรูปแบบธุรกิจใหม่ ที่มีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการ และความคาดหวังของสังคม ชุมชน ได้ เพื่อเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตของกลุ่มคน มีการเสริมสร้างและให้ความเป็นธรรม เพื่อลดความเหลื่อมล้ำที่เกิดขึ้นสังคม สุขัญญา แซ่มซ้อย (2565, น. 10) นวัตกรรมยังเป็นสิ่งใหม่ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้มีมูลค่าใหม่อาจนำไปใช้ประโยชน์ได้ทั้งความคิด และรูปแบบต่าง ๆ การสร้างการเปลี่ยนแปลงไม่ว่าจะเป็นขนาดเล็กและขนาดใหญ่ทั้งการเปลี่ยนแปลงพลิกโฉมหรือแบบเริ่มเปลี่ยนแปลงเพื่อเล็กน้อย ทั้งพัฒนาและต่อยอด เพื่อให้ได้สิ่งใหม่เกิดขึ้น นอกจากนั้นแล้ว ซัยโรจน์ นพเฉลิมโรจน์ (2564) นวัตกรรม เป็นการคิดหรือประดิษฐ์สิ่งใหม่ ๆ ที่ยังไม่เคยมีมาก่อน หรือจากการต่อยอดจากสิ่งที่มีอยู่แล้ว พัฒนาให้มีประสิทธิภาพดีกว่าสิ่งที่เคยมีมาก่อน โดยสามารถประยุกต์หรือดัดแปลงจากของเดิมที่มีอยู่แล้วให้ทันโลกในปัจจุบัน นอกจากนั้นแล้ว ผู้วิจัยจึงได้รวบรวมแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรมตั้งแต่ในอดีตได้ดังนี้ นวัตกรรม คือ สิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ที่ยังไม่เคยมีใช้มาก่อน หรือเป็นการพัฒนาดัดแปลงมาจากของเดิมที่มีอยู่แล้ว ให้ทันสมัยและใช้ได้ผลดียิ่งขึ้น เมื่อนำนวัตกรรมมาใช้จะช่วยให้การทำงานนั้นได้ผลดีมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงกว่าเดิม (Gopalakrishnan & Bierly, 1997) เป็นผลจากการใช้ความรู้ในเรื่องตลาดใหม่ และหรือความรู้เชิงเทคนิคใหม่ ๆ ที่นำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Lemon & Sahota, 2004) การสร้างผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกระบวนการที่เป็นของใหม่ (Tushman & Nadler, 1986) เป็นเครื่องมือที่สำคัญของผู้ประกอบการในการสร้างศักยภาพ การแข่งขันในเชิงธุรกิจ และความมั่งคั่ง โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ หรือจากการสร้างขึ้นใหม่ รวมทั้งเป็นการพัฒนาขึ้น จากความรู้ใหม่ (Drucker, 1985; 1993) จากข้อค้นพบดังกล่าว ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้ การสร้างสิ่งที่ไม่เคยมีมาก่อนหรือเป็นสิ่งที่พัฒนาจากสิ่งที่มีมาก่อนแล้ว ให้ทันสมัยและใช้ได้ผลดียิ่งขึ้นอาจเป็นสินค้าและบริการ เพื่อให้สามารถแข่งขันในปัจจุบันที่มีแข่งขันกันอย่างรุนแรง

บทสรุป

การมีส่วนร่วมของชุมชนท่องเที่ยววิถีแห่งนวัตกรรม ผู้วิจัยสรุปได้ประเด็นดังนี้ ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมและผลประโยชน์ตกอยู่ในชุมชน การมีส่วนร่วมเกิดจากการระดมความคิด ให้ทุกคนร่วมกันคิดร่วมกันตัดสินใจให้ประสบการณ์ที่ตนมี ให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชน แก้ไขปัญหาและรับผิดชอบร่วมกัน ให้ชุมชนเกิดการพัฒนามาเป็นไปตามแผนที่มีความหมายที่ชัดเจน โดยการกำหนดหน้าที่และบทบาท เพื่อความสำเร็จของชุมชน ผ่านกระบวนการการมีส่วนร่วม ช่วยกันวางแผนกันตั้งอัตลักษณ์หรือสิ่งที่มีอยู่ในชุมชน นำมาถ่ายทอดเป็นเรื่องราวที่น่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นการเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติ สภาพอากาศและภูมิประเทศ เช่น ทะเล น้ำตก ภูเขา หรือการเรียนรู้เกี่ยวกับสังคม วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นนักท่องเที่ยวเกิดความสนใจและถ้ามีวัฒนธรรมเฉพาะถิ่นที่แตกต่างจากชุมชนอื่น ๆ และมีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่งดงามโดดเด่น นอกจากนั้น ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดการพัฒนารวมและคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนที่ดีขึ้น ทั้งนี้การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ดูแลนักท่องเที่ยวให้ได้รับความสะดวกสบายและความเพลิดเพลิน ให้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เกิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน กระจายรายได้อย่างเท่าเทียม เกิดการจ้างงานภายในชุมชน เกิดเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การดึงดูดนักท่องเที่ยวสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่ง คือการศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว การที่นักท่องเที่ยวแสดงออกมาในรูปแบบของการกระทำ พฤติกรรม ท่าทาง คำพูด หรือสีหน้า มีความคล้ายคลึงกับอุปนิสัยของตัวนักท่องเที่ยว ความต้องการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ทำให้เกิดความพึงพอใจ โดยมี

กระบวนการในการตัดสินใจที่ ภายใต้อัจฉริยะส่วนตัว รายได้ ครอบครัว หรือฐานะทางสังคม เมื่อรู้ถึงพฤติกรรมและความต้องการแล้วประเด็นที่สำคัญคือ ชุมชนเองจะสามารถดึงดูดท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้ทรัพยากรของชุมชนอย่างไร จึงจำเป็นต้องสรรสร้างสิ่งที่ไม่เคยมีมาก่อนหรือเป็นสิ่งที่พัฒนาจากสิ่งที่มีมาก่อนแล้ว ให้ทันสมัยและใช้ได้ผลดียิ่งขึ้นอาจเป็นสินค้าและบริการ เพื่อให้สามารถแข่งขันในปัจจุบันที่มีแข่งขันกันอย่างรุนแรง เกิดเป็นธุรกิจที่มีความโดดเด่นที่ไม่ซ้ำ ดึงลักษณะพิเศษเฉพาะท้องถิ่นออกมา เช่น ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจที่พักโรงแรม ธุรกิจการนำเที่ยว หรือสถานที่จำหน่ายสินค้าที่ระลึก

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). *สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย*. สืบค้นจาก <https://www.mots.go.th>.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565). *รายงานเศรษฐกิจการท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก <https://www.mots.go.th>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2565). *งานวิเคราะห์ตลาดในประเทศกมลยุทธ์การตลาด*. สืบค้นจาก <https://tatreviewmagazine.com/>
- กิตติยา มโนธรรมรักษา. (2559). *การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. (การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- กุลวรา สุวรรณพิมล. (2548). *ความหมายของนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- ชัยโรจน์ นพเฉลิมโรจน์. (2564). *คิดอย่างไรให้ได้นวัตกรรม*. กรุงเทพฯ: มปท.
- ณัฏช กุลิสร์. (2561). *อิทธิพลของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี*. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 12(2, พฤษภาคม – สิงหาคม, 2561), 97-114
- ธง คำเกิด. (2564). *การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานรากวิถีชีวิตชุมชนอย่างยั่งยืนของตำบลต้นตาล อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี*. (รายงานการวิจัย, คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิศูนย์สุพรรณบุรี.)
- ธัญญาลักษณ์ ใจเที่ยง. (2563). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ต่อการพัฒนาทักษะเยาวชนไทย 4.0*. (รายงานวิจัย, สถาบันคิดพัฒนศิลป์)
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). *การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ดีไซน์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน Sustainable tourism development*. กรุงเทพฯ : ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566—2570)*. สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี. (2565). *ราชกิจจานุเบกษา*.
- แผนแม่บทการจัดการนวัตกรรมปี 2566 – 2570*. สืบค้นจาก <https://www.pttplc.com/uploads/Sustainability/2023/TH/:5-6>
- กมลชนก จันท์เกตุ. (2560). *การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนกรณีศึกษา: ชุมชนเกาะยอ จังหวัดสงขลา*. (การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

- รัฐพงศ์ บุญญานวัตร. (2552). รายงานผลการวิจัยการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของ ประชาชนเขตอุตสาหกรรม
กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
- ศูนย์พัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน. (2562). *นวัตกรรมและความยั่งยืนของธุรกิจ. ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. สืบค้นจาก <https://www.setsustainability.com/page/innovation>
- ศุภลักษณ์ อังครางกูร. (2551). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). ขอนแก่น: คลังน่านาวิทยา.
- สรณ์สิริ รวีโรจน์วรกุล. (2551). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดปทุมธานี*.
สืบค้นจาก
https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_Doi=10.14457/NU.the.2008.175
- สุกัญญา แซ่ม้อย. (2565). การบริหารสถานศึกษาเพื่อสร้างนวัตกรรมรุ่นใหม่. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรเจต ไชยพันธ์พงษ์. (2563). แนวคิดว่าด้วยการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน: ศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง
แนวคิด คลัสเตอร์ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เครือข่ายทางสังคม และการจัดการภาคีสาธารณะ) สถาบัน
วิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก. *วารสารสิรินธรปริทรรศน์*, 21(2), 309
- สุธาวิ กลิ่นอุบล. (2562). *การศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนตามแนวทาง
ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง บ้านหัวเขาจีน ตำบลห้วยยางโทน อำเภอบางแพ จังหวัดราชบุรี*.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- สุดถนอม ต้นเจริญ. (2561). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.
วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี, 8(2), 32-41.
- อรทัย พระทัต, (2558). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนในพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์ กรณีศึกษา
ชุมชนป้อมมหากาฬ*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- Chambers, R., Pacey, A., & Thrupp, L. A. (1989). *Farmer first: Farmer innovation and
agricultural research*. London: Longman.
- Drucker, P.F. (1985). The Discipline of Innovation. *Harvard Business Review*, 68(4), 67-72.
- Echtner, C. M. & Ritchie, J. R. B. (2003). The meaning and measurement of the destination
image. *The Journal of Tourism Studie*, 14(1), 37-48.
- Gopalakrishnan, S. & Damanpour ,F. (1997). A Review of Innovation Research in Economics,
Sociology and Technology Management. *The International Journal of
Management Science*, 25(1),15-28.
- Lemon, M. & Sahota, P. S. (2004). Organizational Culture as a Knowledge Repository for
Increased Innovation Capacity, *Technovation*, 24(6), 483-498.
- World Tourism Organization (WTO). (1993). *Sustainable tourism development: A guide for
local planners*. Madrid: World Tourism Organization.

การพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัยด้านการธำรงรักษาแรงงานข้ามชาติอาเซียนสัญชาติเมียนมา
กัมพูชา และลาวหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่

ดวงพร คงพิกุล

อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

DEVELOPMENT OF A RESEARCH CONCEPTUAL MODEL ON RETAINING ASEAN
MIGRANT LABOR (FROM MYANMAR CAMBODIA AND LAOS) AFTER THE
CORONAVIRUS PANDEMIC

Duangporn Kongpikul

Lecture of Faculty of Management Science, Chandrakasem Rajabhat University

E-mail: duangporn778@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received) 25 ตุลาคม 2566

วันที่รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 21 พฤศจิกายน 2566

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 24 พฤศจิกายน 2566

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทบทวนวรรณกรรมด้านการธำรงรักษาแรงงานข้ามชาติอาเซียนสัญชาติเมียนมา กัมพูชา และลาว หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ โดยเจาะจงเลือกแนวคิดการธำรงรักษาแรงงานข้ามชาติที่นักวิชาการต่างประเทศบางท่านนำเสนอ และการวิจัยภาคสนามช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ จากนั้นสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดการวิจัยเพื่อเก็บข้อมูลการวิจัยในสถานประกอบการที่จ้างแรงงานข้ามชาติอาเซียนประเทศไทย ผลจากการทบทวนวรรณกรรมจึงได้กรอบแนวคิดการวิจัยด้านการธำรงรักษาแรงงานข้ามชาติอาเซียนครอบคลุม 6 ประเด็น ได้แก่ การสรรหาและการคัดเลือกแรงงานเข้าทำงาน การอบรมทักษะการทำงานเป็นทีม การดูแลสุขอนามัยและความปลอดภัย การพัฒนาคุณภาพชีวิตแรงงาน การจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการ การสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน โดยที่ประเด็นเหล่านี้คาดว่าจะมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงานและคาดว่าจะเป็นที่คงอยู่ในสถานประกอบการในภาพรวม ซึ่งผู้เขียนจะนำกรอบแนวคิดการวิจัยไปใช้ในการออกแบบระเบียบวิธีวิจัยต่อไป

คำสำคัญ: การธำรงรักษาแรงงานข้ามชาติ ความพึงพอใจในการทำงาน การคงอยู่ในสถานประกอบการ

Abstract

This article paper is aimed to review the literature about retaining ASEAN migrant labor after the Coronavirus Pandemic (COVID-19) which appeared in retaining migrant labor research and academic papers. After reviewing the literature, a development conceptual model will be applied in collecting data on enterprises that hire ASEAN migrant labor (from Myanmar Cambodia and Laos) in Thailand. The result of the literature reviewed shows the research conceptual model in retaining ASEAN migrant labor comprised of recruitment and

selection labor, training in teamwork skills, maintaining occupational health and safety, improving the quality of work life for labor, managing payment and welfare programs and motivating morale and encouragement at work. These six factors were expected to correlate with job satisfaction and retention probability of labor in enterprises. Lastly, this research conceptual model will be arranged for research methodology design and collection of data in the next steps.

Keywords: Retaining Migrant Labor, Job Satisfaction, Retention in Enterprises

บทนำ

ผลจากการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (COVID-19) ที่แพร่กระจายไปทั่วโลก ตั้งแต่ต้นปี พ.ศ. 2563 ยิ่งทำให้ปัญหาการขาดแคลนแรงงานข้ามชาติอาเซียนเข้ามาทำงานในประเทศไทยเพิ่มขึ้น โดยหลังจากช่วงการดำเนินธุรกิจต้องหยุดหรือชะลอตัวจากการแพร่ระบาดหนัก เข้าสู่ช่วงการฟื้นฟูธุรกิจ สถานการณ์คลี่คลาย เริ่มเปิดกิจการได้ สิ่งก็ตามมากลายเป็นผู้ประกอบการต้องการแรงงานข้ามชาติอาเซียน กลับเข้ามาทำงานอีก เพราะแรงงานข้ามชาติที่เคยอยู่ในสถานประกอบการอาจถูกเลิกจ้าง หยุดการทำงานไประยะหนึ่ง ย้ายงานใหม่ หรือย้ายกลับไปประเทศบ้านเกิดตนเองแล้ว (ประชาไท, 2563; พูนพัฒน์ กมลวุฒิพงศ์, 2564, หน้า 184-185) ทั้งนี้การจ้างแรงงานข้ามชาติเข้ามาทำงานในสถานประกอบการมีกระบวนการที่ผู้ประกอบการต้องดำเนินการหลายขั้นตอนและต้องเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินการค่อนข้างสูง อีกทั้งต้องจัดการด้านหน้าที่ความรับผิดชอบในการทำงาน ข้อปฏิบัติเกี่ยวกับแรงงานสัมพันธ์ ค่าตอบแทนและสวัสดิการต่าง ๆ ตลอดจนการทำงานของแรงงานข้ามชาติแต่ละรายใหม่ทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงแรงงานในสถานประกอบการ (กลุ่มนายจ้างที่ใช้แรงงานต่างด้าว : โครงการนายจ้างสีขาว, 2563) ดังนั้นประเด็นหนึ่งที่สำคัญนอกเหนือจากการจ้างแรงงานข้ามชาติเข้ามาทำงานในสถานประกอบการ นายจ้างจึงต้องตระหนักถึงการธำรงรักษาแรงงานข้ามชาติให้คงอยู่ระยะยาว พยายามลดปัญหาค่าตอบแทน สวัสดิการ และแรงงานสัมพันธ์ เพราะหากไม่ธำรงรักษาแรงงานข้ามชาติ เมื่อพวกเขาไม่พึงพอใจต่อการทำงาน สิ่งนี้อาจเกิดขึ้นตามมาคือการลาออกจากงาน ทำให้นายจ้างต้องดำเนินการตามระเบียบขั้นตอนการนำรายชื่อแรงงานข้ามชาติออกจากสถานประกอบการ และหาแรงงานข้ามชาติใหม่มาทดแทน ซึ่งเกิดเป็นวงจรการจัดการแรงงานที่อาจทำให้ต้องเสียต้นทุนและเวลาในการดำเนินการต่อเนื่อง

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้เขียนจึงสนใจสังเคราะห์กรอบแนวคิดการวิจัยการธำรงรักษาแรงงานข้ามชาติสัญชาติอาเซียนที่เข้ามาทำงานในประเทศไทย ซึ่งยังไม่ค่อยปรากฏในงานวิจัยไทยมากนัก เกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการธำรงรักษาแรงงานข้ามชาติอาเซียนให้คงอยู่กับสถานประกอบการยาวนาน ซึ่งในที่นี่มุ่งทบทวนตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการธำรงรักษาแรงงานข้ามชาติ ได้แก่ การสรรหาและการคัดเลือกแรงงานเข้าทำงาน การอบรมทักษะการทำงานเป็นทีม การดูแลสุขอนามัยและความปลอดภัย การพัฒนาคุณภาพชีวิตแรงงาน การจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการ การสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน ว่าตัวแปรใดน่าจะมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงานและการคงอยู่ในสถานประกอบการของแรงงานข้ามชาติระยะยาวบ้าง และหาแนวทางออกแบบระเบียบวิธีวิจัยที่เหมาะสม เพื่อนำไปต่อยอดการวิจัยด้านแนวคิดทฤษฎีการพัฒนาองค์การธุรกิจและการจัดการแรงงานสัมพันธ์ข้ามชาติ รวมถึงเจ้าของธุรกิจสามารถนำไปใช้จัดการแรงงานข้ามชาติสัญชาติเมียนมา กัมพูชา และลาว กลุ่มที่ทำงานใช้แรงงานในกิจการเกษตรและประมงน้ำจืดของไทยให้สอดคล้องกับบริบทในการดำเนินกิจการหลังการระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับการธำรงรักษาบุคลากร

ทุกวันนี้สิ่งที่ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงมากกว่าการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คือ การรักษาทรัพยากรมนุษย์ให้คงอยู่กับองค์กรด้วย เพราะในตัวทรัพยากรมนุษย์ทุกคนล้วนมีองค์ความรู้และทักษะที่จะสามารถนำไปเป็นทรัพยากรเพื่อการแข่งขันขององค์กรได้ (Mathimaran & Kumar, 2017, p. 16) โดยเฉพาะหลังจากการเผชิญกับสถานการณ์การระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ อาจต้องเปลี่ยนแปลง หรือต้องแก้ไขเฉพาะหน้าเพื่อให้องค์กรอยู่รอด นักวิชาการบางส่วนนำเสนอแนวคิดการธำรงรักษาบุคลากรซึ่งสามารถประยุกต์ในทางปฏิบัติได้ดังนี้

1. Yee, et al. (2021) ศึกษาความเครียดและกลยุทธ์ที่ใช้ในการจัดการความเครียดของแรงงานข้ามชาติที่ได้รับการวินิจฉัยว่าติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ในประเทศสิงคโปร์ พบว่า ความเครียดที่เกิดขึ้นกับแรงงานข้ามชาติก่อนติดเชื้อและขณะที่อยู่ในช่วงเวลารักษา ประกอบด้วย ความกังวลไม่สามารถหารายได้เลี้ยงดูครอบครัวในช่วงที่ป่วยเพราะต้องหยุดงาน ความอ่อนไหวง่ายเมื่อต้องอยู่ในที่พักที่มีกลุ่มคนหนาแน่น เพราะกลัวติดเชื้อ ความรู้สึกตกใจกลัวเมื่อได้รับการวินิจฉัยว่าตนเองติดเชื้อทั้งที่ไม่มีอาการใด ๆ และความสับสนในข้อมูลเงื่อนไขการกักตัวและรักษาตัวของสถานพยาบาลแต่ละแห่งที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ แรงงานข้ามชาติเหล่านี้มีวิธีการจัดการความเครียดโดย การติดต่อกับครอบครัวเสมอ การเข้าถึงระบบสาธารณสุขขั้นพื้นฐาน การติดตามข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การระบาด และการสวดภาวนาตามความเชื่อและศาสนาของตน อีกทั้งมีความหวังว่าตนเองจะหายจากการติดเชื้อและมีสุขภาพดีดังเดิม และหลังจากการติดเชื้อจะให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพตนเองเป็นอันดับแรก งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งที่พยายามผลักดันให้ภาครัฐของประเทศสิงคโปร์หรืองานวิจัยอื่นให้ความสำคัญต่อการกำหนดนโยบายช่วยเหลือแรงงานข้ามชาติ ทั้งในด้านที่อยู่อาศัย สภาพแวดล้อมการทำงาน การเข้าถึงระบบสาธารณสุข และการป้องกันทางสังคมในระหว่างและหลังการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่

2. Elsafty and Ragheb (2020) ศึกษาปัจจัยที่ฝ่ายจัดการทรัพยากรมนุษย์ต้องให้ความสำคัญเพื่อการธำรงรักษาบุคลากรในช่วงการระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ในภาคธุรกิจยาและอุปกรณ์ทางการแพทย์ โดยศึกษา 4 ปัจจัย คือ การให้คำแนะนำและสนับสนุนการทำงาน การเข้าถึงสารสนเทศและผลประโยชน์ทางการเงิน การคำนึงถึงปัจจัยด้านสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดี การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ปัจจัยเหล่านี้จะช่วยให้สามารถธำรงรักษาบุคลากรและร่วมกันเผชิญหน้ากับสถานการณ์คับขันในช่วงการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ได้

3. Kamalaveni, Ramesh, and Vetrivel (2019) เสนอบทความทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการธำรงรักษาทรัพยากรมนุษย์เพื่อการนำไปประยุกต์ใช้ในศตวรรษที่ 21 พบปัจจัยที่สามารถนำไปใช้สร้างแนวปฏิบัติเพื่อธำรงรักษาบุคลากรในองค์กร 11 ปัจจัย ได้แก่ การเลือกจ้างงานบุคคลที่เหมาะสมกับองค์การ การให้ความสำคัญกับการอบรมและพัฒนาบุคลากร การสร้างขวัญกำลังใจ ชื่นชม และเห็นคุณค่าในงานของบุคลากร การเก็บข้อมูลสำรวจความพึงพอใจในงานของบุคลากร การเก็บข้อมูลสัมภาษณ์บุคลากรที่ลาออกจากงาน การให้ความเข้าใจแก่บุคลากร การเก็บข้อมูลการสำรวจหรือสัมภาษณ์บุคลากรเกี่ยวกับงานที่มอบหมายเพื่อปรับลดการทำงานซ้ำซ้อน การสร้างกิจกรรมที่ช่วยสนับสนุนบรรยากาศการทำงานที่ดี การให้โอกาสการทำงานจากบ้านสำหรับบุคลากรเพื่อการทำงานที่ยืดหยุ่น การให้ความสำคัญกับชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัวของบุคลากร การให้ความเท่าเทียมกันแก่บุคลากรทุกคน อย่างไรก็ตาม คณะนักวิชาการกลุ่มนี้เสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการนำไปปฏิบัติ โดยฝ่ายจัดการทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรต้องให้ความสำคัญกับนโยบายและแนวปฏิบัติที่ต้องมีความสอดคล้องกับการสรรหาและคัดเลือกคนเข้าทำงาน การอบรมและการพัฒนา การประเมินผลงานและค่าตอบแทนด้วย

4. Mathimaran and Kumar (2017) กล่าวถึง แนวคิดการธำรงรักษาบุคลากร 3R โดยชี้ให้เห็นถึง ปัจจัยการธำรงรักษาพนักงานให้คงอยู่กับองค์กรและเพื่อรักษาความพึงพอใจในการทำงานแก่พนักงานตามหลัก 3R ได้แก่ การให้ความเคารพซึ่งกันและกัน (Respect) การเห็นคุณค่า (Recognition) และการให้รางวัลตอบแทน (Reward) ปัจจัยทั้ง 3 ปัจจัยนี้จะช่วยทำให้พนักงานรู้สึกถึงการได้รับการยอมรับ รู้สึกว่าองค์กรมองเห็นคุณค่าในตัวพวกเขา และรู้สึกถึงการได้รับการดูแลเอาใจใส่จากการทุ่มเททำงานหนักให้แก่องค์กร

5. Pfeffer (1998) นำเสนอแนวปฏิบัติสำหรับธำรงรักษาพนักงานในองค์กรมี 7 ปัจจัย ดังนี้ การให้ความปลอดภัยในการจ้างงาน การคัดเลือกจ้างงานบุคลากรใหม่ในองค์กร การให้ทีมงานสามารถจัดการตัวเองได้ การให้ค่าตอบแทนปรับตามผลประกอบการขององค์กร การให้ความสำคัญกับการอบรมทักษะการทำงาน การลดชนชั้นในองค์กร การเปิดเผยข้อมูลทางการเงินและผลประกอบการ แนวปฏิบัติเหล่านี้นับเป็นปัจจัยที่จะช่วยรักษาบุคลากรและสร้างความพึงพอใจในการทำงาน

การนำเสนอแนวคิดของนักวิชาการดังกล่าวข้างต้น การธำรงรักษาแรงงานหลังสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่จึงสามารถนิยามได้ว่า คือ การดูแลรักษาแรงงานให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานและคงอยู่กับสถานประกอบการในระยะยาว ประกอบด้วย การสรรหาและคัดเลือกแรงงานเข้าทำงาน การอบรมทักษะการทำงานเป็นทีม การดูแลสุขอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน การพัฒนาคุณภาพชีวิตแรงงาน การจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการ การสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการทำงาน

ความพึงพอใจในการทำงานเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญที่ทำให้ทราบได้ว่าแรงงานมีความรู้สึกต่อการทำงานอย่างไร หรือมีทัศนคติต่องานที่ทำอยู่อย่างไร ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีต่อผลิตภาพขององค์กร (Remya & Divyarani, 2020) บทความนี้จะนำเสนอการทบทวนวรรณกรรมของนักวิชาการที่ศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการทำงานของแรงงานข้ามชาติที่สอดคล้องและสามารถนำไปใช้เป็นกรอบแนวคิดการวิจัยในอนาคต ดังนี้

1. Remya and Divyarani (2020) ศึกษาวิจัยความพึงพอใจในการทำงานของแรงงานข้ามชาติที่ต้องเผชิญความยากลำบากในช่วงระหว่างการระบาดและช่วงปิดเมืองของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ที่รัฐเกรละ ที่อยู่ทางตะวันตกเฉียงใต้ของชายฝั่งมะละบาร์ สาธารณรัฐอินเดีย ซึ่งพบว่า แรงงานข้ามชาติต้องเผชิญกับปัญหาการถูกเลิกจ้างงาน ปัญหาการขาดความปลอดภัยทางสังคมเมื่อต้องอยู่ในประเทศที่ไม่ใช่ดินแดนแม่ ปัญหาด้านการจัดการแรงงานข้ามชาติระหว่างประเทศ โดยรัฐเกรละได้จัดการแก้ไขปัญหาเหล่านี้เพื่อให้แรงงานข้ามชาติเกิดความพึงพอใจในการทำงานขณะอยู่ต่างถิ่นเกิดเมืองนอนของตนเองโดยการทำประกันสวัสดิการให้แรงงานข้ามชาติ สิทธิในการเข้ารับการตรวจความเสี่ยงในการติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ การจัดส่งอาหารหรือสิ่งของใช้จำเป็นในระหว่างการล็อกดาวน์ และการจัดตั้งศูนย์ช่วยเหลือในชุมชนของแรงงานข้ามชาติ อีกทั้งจัดตั้งโครงการ APNA GHAR เพื่อดูแลแรงงานข้ามชาติให้พวกเขาารู้สึกเหมือนอยู่ในบ้านเกิดเมืองนอนของตนเอง ผลการวิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาความพึงพอใจในการทำงานของแรงงานข้ามชาติ โดย นายจ้างควรลดภาระงานของแรงงานเมื่อเกิดสถานการณ์การระบาดและมีผู้ติดเชื้อในสถานประกอบการของตน นายจ้างควรพิจารณาให้แรงงานได้รับค่าจ้างทำงานล่วงเวลาและค่าจ้างที่เป็นธรรม นายจ้างควรรับประกันแก่แรงงานข้ามชาติว่าจะได้รับการประกันการคุ้มครองสวัสดิภาพแรงงาน แรงงานควรได้รับการดูแลและการเอาใจใส่เมื่อมีความคับข้องใจในช่วงเวลาที่ต้องเผชิญกับการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่

2. Wang & Jing (2018) ศึกษาความพึงพอใจในการทำงานของแรงงานข้ามชาติ จากตัวชี้วัดด้านอารมณ์ที่แสดงออกมาจากทัศนคติทางบวกที่มีต่อการทำงานในสถานประกอบการหรือจากงานที่ได้รับมอบหมาย พบว่า ความพึงพอใจในการทำงานของแรงงานข้ามชาติสามารถจำแนกเป็น 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยที่

เกี่ยวข้องกับการทำงานและปัจจัยที่ไม่เกี่ยวข้องกับงาน โดยที่ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของแรงงานข้ามชาติ ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมในการทำงาน ลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย และลักษณะส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับงานที่ได้รับมอบหมาย เช่น สมรรถนะในการทำงาน สุขภาพจิต และเพื่อนร่วมงาน ส่วนปัจจัยที่ไม่เกี่ยวข้องกับงาน ประกอบด้วย สภาพผู้คน สภาพวัฒนธรรมและสังคม และสภาพชุมชนของประเทศที่ไปทำงาน งานวิจัยนี้ทำให้สามารถกำหนดปัจจัยที่ใช้วัดความพึงพอใจในการทำงานของแรงงานข้ามชาติได้

กล่าวโดยสรุป การนำเสนอแนวคิดนักวิชาการดังกล่าวข้างต้น ความพึงพอใจในการทำงาน จึงนิยามได้ว่า เป็น อารมณ์ ความรู้สึก หรือทัศนคติที่แรงงานข้ามชาติมีต่อการทำงานในสถานประกอบการ ที่ครอบคลุมไปถึงเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงานและไม่เกี่ยวข้องกับงาน ได้แก่ การได้ทำงานตรงกับความรู้ความสามารถ การได้รับค่าตอบแทนและสวัสดิการในการทำงาน บรรยากาศในการทำงานที่สถานประกอบการ นายจ้าง เพื่อนร่วมงานในที่ทำงาน การได้รับการช่วยเหลือเมื่อเกิดสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ ชุมชนที่พักที่อาศัยอยู่ เพื่อนหรือคนรู้จักนอกที่ทำงานที่อยู่ในชุมชนเดียวกัน สภาพวัฒนธรรมและสังคมของประเทศที่ไปทำงาน

แนวคิดเกี่ยวกับการคงอยู่ในการทำงาน

การศึกษาเกี่ยวกับการคงอยู่ในการทำงานของพนักงานส่วนมากนิยามถึงความตั้งใจที่จะอยู่ทำงานกับนายจ้างในระยะยาว เป็นความคิด ความรู้สึก หรือพฤติกรรมที่แสดงออกทั้งทางบวกหรือลบ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับเหตุผลส่วนบุคคลหรือปัจจัยทางสังคมที่จะทำให้ตัดสินใจทำงานอยู่ในสถานประกอบการในช่วงเวลานั้น (Tamunomiebi & Basse, 2020, pp. 19-20) สำหรับบทความนี้เสนอแนวคิดการคงอยู่ในการทำงานของกลุ่มแรงงานข้ามชาติซึ่งมีนักวิชาการขยายความเข้าใจเหตุผลในการคงอยู่ในสถานประกอบการครอบคลุมไว้ดังนี้

1. Hof, Pemberton and Pietka-Nykaza (2021) ศึกษาการดำรงรักษาแรงงานอพยพในยุโรปและการคงอยู่ของแรงงานข้ามชาติชั่วคราว โดยวิเคราะห์จากสถิติแนวโน้มประชากรระยะยาวของเมืองโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น กับเมืองเบอร์มิงตัน อีตินเบิร์ก และกลาสโกว์ สหราชอาณาจักร และวิเคราะห์ภาวะการขาดแคลนแรงงานที่เกิดขึ้นอย่างฉับพลันในอุตสาหกรรมที่ต้องใช้แรงงานข้ามชาติของประเทศเหล่านี้ ซึ่งปัจจัยที่จะทำให้แรงงานข้ามชาติคงอยู่ระยะยาว ได้แก่ การถือครองสินทรัพย์ การเปลี่ยนแปลงชีวิตของตนเอง ผู้คน และสถานที่ที่ตนเองเกี่ยวข้อง ภาระที่ตนเองมี และความรู้สึกเป็นคนที่ตนเองเข้าไปทำงานแล้ว อย่างไรก็ตามปัจจัยเหล่านี้ศึกษาในบริบทของต่างประเทศ มีความซับซ้อน คลุมเครือ เกี่ยวพันกับมิติที่หลากหลายของระยะเวลาการทำงานและประสบการณ์ชีวิตที่เพิ่มขึ้นของแรงงานข้ามชาติแต่ละบุคคลด้วย

2. Shahid (2018) นำเสนอแนวคิดการศึกษาการคงอยู่ของพนักงานในองค์กร โดยปัจจัยที่ทำให้พนักงานคงอยู่ภายในองค์กร ประกอบด้วย ความมั่นใจที่มีต่อองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ซึ่งหากองค์กรสร้างบรรยากาศในการทำงานทางบวกจะมีส่วนสำคัญเพิ่มอัตราการคงอยู่ในงานของพนักงานได้

การนำเสนอแนวคิดนักวิชาการดังกล่าวข้างต้น การคงอยู่ในการทำงาน จึงสามารถนิยามได้ว่า คือ ความมั่นใจในการทำงานในสถานประกอบการในประเทศนั้นระยะยาวของแรงงานข้ามชาติ ยังไม่คิดที่จะกลับบ้านเกิดหรือย้ายสถานประกอบการใหม่ในขณะนี้ ยังมีความรู้สึกดีกับการทำงานที่นี้ขณะนี้ ยังมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้คน ชุมชน และประเทศที่อยู่ขณะนี้

การพัฒนากรอบแนวคิดปัจจัยการดำรงรักษาแรงงาน ที่คาดว่าจะมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการทำงาน และความน่าจะเป็นในการคงอยู่ในสถานประกอบการ

เมื่อนำปัจจัยที่เกี่ยวกับแนวคิดการดำรงรักษาแรงงาน แนวคิดความพึงพอใจในการทำงาน และแนวคิดเกี่ยวกับการคงอยู่ในการทำงาน สังเคราะห์ สรุปและจัดกลุ่มปัจจัยที่มีความคล้ายคลึงกันไว้ด้วยกันและเรียบเรียงใหม่ เพื่อสร้างกรอบแนวคิดการวิจัยที่สอดคล้องกับบริบทสถานการณ์ภายหลังการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ของประเทศไทย จะได้ผลการสังเคราะห์กรอบแนวคิดการวิจัยที่เกี่ยวกับการดำรงรักษาแรงงาน ความพึงพอใจในการทำงาน และความน่าจะเป็นในการคงอยู่ ดังที่แสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การสังเคราะห์กรอบแนวคิดปัจจัยที่เกี่ยวกับการดำรงรักษาแรงงาน ความพึงพอใจในการทำงาน และความน่าจะเป็นในการคงอยู่

การทบทวนวรรณกรรม	ปัจจัยการดำรงรักษาแรงงาน							
	การสรรหาและคัดเลือกแรงงานเข้าทำงาน	การอบรมทักษะการทำงานเป็นทีม	การดูแลสุขอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน	การพัฒนาคุณภาพชีวิตแรงงาน	การจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการ	การสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน	ความพึงพอใจในการทำงาน	ความน่าจะเป็นในการคงอยู่
ปัจจัยการดำรงรักษาแรงงาน								
Yee., et.al. (2021)					✓			
ความกังวลไม่สามารถหารายได้เลี้ยงดูครอบครัวในช่วงที่ป่วยเพราะต้องหยุดงาน								
ความอ่อนไหวง่ายเมื่อต้องอยู่ในที่พักที่มีกลุ่มคนหนาแน่น เพราะกลัวติดเชื้อ							✓	
ความรู้สึกลังเลใจกลัวเมื่อได้รับการวินิจฉัยว่าตนเองติดเชื้อ ทั้งที่ไม่มีอาการใด ๆ							✓	
ความสับสนในข้อมูลเงื่อนไขการกักตัวและรักษาตัวของสถานพยาบาลแต่ละแห่งที่แตกต่างกัน			✓					
การติดต่อกับครอบครัวเสมอ							✓	
การเข้าถึงระบบสาธารณสุขขั้นพื้นฐาน			✓					
การติดตามข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การระบาด			✓					
การสวดภาวนาตามความเชื่อและศาสนาของตน							✓	
ความหวังว่าตนเองจะหายจากการติดเชื้อและมีสุขภาพดีดังเดิม							✓	
หลังจากหายจากการติดเชื้อจะให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาสุขภาพตนเองเป็นอันดับแรก			✓					
Elsafy and Ragheb (2020)								
การให้คำแนะนำและสนับสนุนการทำงาน		✓						
การเข้าถึงสารสนเทศและผลประโยชน์ทางการเงิน					✓			

ตารางที่ 1 (ต่อ)

การทบทวนวรรณกรรม	ปัจจัยการำรักษาแรงงาน							
	การสรรหาและคัดเลือกแรงงานเข้าทำงาน	การอบรมทักษะการทำงานเป็นทีม	การดูแลสุขอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน	การพัฒนาคุณภาพชีวิตแรงงาน	การจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการ	การสร้างขวัญกำลังใจในการทำงาน	ความพึงพอใจในการทำงาน	ความน่าจะเป็นในการคงอยู่
การคำนึงถึงปัจจัยด้านสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดี			✓	✓				
การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร	✓					✓		
Kamalaveni, Ramesh and Vetrivel (2019)								
การเลือกจ้างงานแก่บุคคลที่เหมาะสมกับองค์การ	✓							
การให้ความสำคัญกับการอบรมและพัฒนาบุคลากร		✓						
การสร้างขวัญกำลังใจ ชื่นชม และเห็นคุณค่าในงานของบุคลากร						✓		
การเก็บข้อมูลสำรวจความพึงพอใจในงานของบุคลากร							✓	
การเก็บข้อมูลสัมภาษณ์บุคลากรที่ลาออกจากงาน								✓
การให้ความเข้าใจแก่บุคลากร						✓		
การเก็บข้อมูลการสำรวจหรือสัมภาษณ์บุคลากรเกี่ยวกับงานที่มอบหมายเพื่อปรับลดการทำงานซ้ำซ้อน				✓				
การสร้างกิจกรรมที่ช่วยสนับสนุนบรรยากาศการทำงานที่ดี						✓		
การให้โอกาสการทำงานจากบ้านสำหรับบุคลากรเพื่อการทำงานที่ยืดหยุ่น				✓				
การให้ความสำคัญกับชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัวของบุคลากร				✓				
การให้ความเท่าเทียมกันแก่บุคลากรทุกคน						✓		
Mathimaran and Kumar (2017)								
การให้ความเคารพซึ่งกันและกัน		✓						
การเห็นคุณค่า		✓						
การให้รางวัลตอบแทน					✓			
Pfeffer (1998)								
การให้ความปลอดภัยในการจ้างงาน			✓					
การคัดเลือกจ้างงานบุคลากรใหม่ในองค์การ	✓							
การให้ทีมงานสามารถจัดการตัวเองได้		✓						
การให้ค่าตอบแทนปรับตามผลประกอบการขององค์การ					✓			
การให้ความสำคัญกับการอบรมทักษะการทำงาน		✓						
การลดชนชั้นในองค์การ		✓						
การเปิดเผยข้อมูลทางการเงินและผลประกอบการ					✓			

ตารางที่ 1 (ต่อ)

การทบทวนวรรณกรรม	ปัจจัยการดำรงรักษาแรงงาน							
	การสรรหาและคัดเลือกแรงงานเข้าทำงาน	การอบรมทักษะการทำงานเป็นทีม	การดูแลสุขอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน	การพัฒนาคุณภาพชีวิตแรงงาน	การจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการ	การสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน	ความพึงพอใจในการทำงาน	ความน่าจะเป็นในการคงอยู่
ความน่าจะเป็นในการคงอยู่								
Hof and Pemberton and Pietka-Nykaza (2021)								
การเปลี่ยนแปลงชีวิตของตนเอง ผู้คน และสถานที่ที่ตนเองเกี่ยวข้อง								✓
ภาระที่ตนเองมี								✓
ความรู้สึกรับรู้ว่าเป็นคนของประเทศที่ตนเองเข้าไปทำงานแล้ว								✓
เวลาการทำงาน								✓
ประสบการณ์ชีวิต								✓
Shahid (2018)								
ความมั่นใจที่มีต่อองค์กร								✓
แรงจูงใจในการทำงาน								✓
สภาพแวดล้อมในการทำงาน								✓
รวม	2	9	6	4	10	11	13	9

จากตารางที่ 1 ผลการสังเคราะห์กรอบแนวคิดปัจจัยที่เกี่ยวกับการดำรงรักษาแรงงาน ความพึงพอใจในการทำงาน และความน่าจะเป็นในการคงอยู่ จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีของนักวิชาการ สามารถสรุปการนิยามปฏิบัติการในกรอบแนวคิดการวิจัยของแต่ละปัจจัยได้ดังนี้

1. ปัจจัยการดำรงรักษาแรงงาน ประกอบด้วย 6 ประเด็นหลัก คือ การสรรหาและคัดเลือกแรงงานเข้าทำงาน การอบรมทักษะการทำงานเป็นทีม การดูแลสุขอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน การพัฒนาคุณภาพชีวิตแรงงาน การจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการ และการสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน เรียงตามลำดับดังนี้

1.1 การสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน คือ ความกังวลหากต้องป่วยและหยุดงานเพราะไม่สามารถหารายได้เลี้ยงดูครอบครัว ความอ่อนไหวง่ายเมื่อต้องอยู่ในที่พักรวมที่มีกลุ่มคนหนาแน่นเพราะกลัวติดเชื้อ การติดต่อกับครอบครัวเสมอ การสวดภาวนาตามความเชื่อและศาสนาของตน ความหวังว่าหากตนเองติดเชื้อจะหายและมีสุขภาพดีดังเดิม การได้รับขวัญกำลังใจ คำชมเชย และความเชื่อใจในการทำงานเท่าเทียมกันทุกคน การมีกิจกรรมงานเลี้ยงสังสรรค์ตามโอกาสสำคัญต่าง ๆ การได้รับความช่วยเหลือดูแลเอาใจใส่ในการใช้ชีวิต ช่วงเวลาการระบอบ (Yee, et al., 2021; Elsafty & Ragheb, 2020; Kamalaveni, Ramesh, & Vetrivel, 2019; Remya & Divyarani, 2020)

1.2 การจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการ คือ การได้รับค่าจ้างทำงานล่วงเวลาและค่าจ้างที่เป็นธรรม การได้รับค่าตอบแทนปรับตามผลประกอบการของสถานประกอบการ การเปิดเผยข้อมูลทางการเงิน

และสถานประกอบการ การแสดงหลักฐานเอกสารการจ่ายเงินค่าตอบแทนอย่างโปร่งใส การทำประกันสังคม ให้แรงงานข้ามชาติ การได้รับสิทธิ์ตรวจความเสี่ยงในการติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ การได้รับอาหาร หรือสิ่งของใช้จำเป็นในระหว่างการล็อกดาวน์ การสามารถขอความช่วยเหลือจากศูนย์ช่วยเหลือแรงงานข้ามชาติในชุมชน การได้รับของขวัญหรือรางวัลจากการทำงานตามโอกาสสำคัญ (Yee, et al., 2021; Elsafty & Ragheb, 2020; Mathimaran & Kumar, 2017; Pfeffer, 1998; Remya & Divyarani, 2020)

1.3 การอบรมทักษะการทำงานเป็นทีม คือ การให้ความสำคัญกับการอบรมทักษะการทำงานให้ เชี่ยวชาญ การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร การให้ความเคารพซึ่งกันและกัน การเห็นคุณค่าของทุก คนในทีมงาน การอยู่ร่วมกันเหมือนคนในครอบครัว การให้ทีมงานสามารถจัดการตัวเองได้ การให้คำแนะนำ และสนับสนุนการทำงาน การลดภาระงานเมื่อเกิดการระบาดและมีผู้ติดเชื้อในสถานประกอบการ (Elsafty & Ragheb, 2020; Kamalaveni, Ramesh, & Vetrivel, 2019; Mathimaran & Kumar, 2017; Pfeffer, 1998; Remya & Divyarani, 2020)

1.4 การดูแลสุขภาพอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน คือ การเข้าถึงสิทธิการเข้า รักษาพยาบาลตามระบบสาธารณสุขขั้นพื้นฐาน การให้ความสำคัญกับการมีสุขภาพแข็งแรงไม่ติดเชื้อไวรัสโคโร นาสายพันธุ์ใหม่ การรับรู้ข้อมูลเงื่อนไขการกักตัวและรักษาตัวของสถานพยาบาลแต่ละแห่งที่แตกต่างกัน การ ติดตามข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การระบาด การให้ความสำคัญกับการใส่หน้ากากอนามัยและการล้างมือ การหลีกเลี่ยงการเข้าไปในสถานที่ที่มีการระบาด การให้คำแนะนำเรื่องความปลอดภัยในการทำงาน การมี อุปกรณ์ป้องกันอุบัติเหตุในการทำงาน (Yee, et al., 2021; Elsafty & Ragheb, 2020; Kamalaveni, Ramesh, & Vetrivel, 2019; Mathimaran & Kumar, 2017; Pfeffer, 1998; Remya & Divyarani, 2020)

1.5 การพัฒนาคุณภาพชีวิตแรงงาน คือ การพูดคุยสนทนาเกี่ยวกับงานที่ได้รับมอบหมายเพื่อ ปรับลดการทำงานซ้ำซ้อน การให้ความสำคัญกับชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัวของบุคลากร การให้ ความสำคัญถึงการมีเวลาใช้ชีวิตนอกรางานที่ดีกับครอบครัว การส่งเสริมหรือสนับสนุนให้มีโอกาสทำ กิจกรรมที่ชอบนอกเวลาทำงาน การลดจำนวนสมาชิกในทีมหรือให้โอกาสสลับวันทำงานเพื่อปฏิบัติตาม มาตรการการรักษาระยะห่างทางสังคมช่วงการระบาด (Elsafty & Ragheb, 2020; Kamalaveni, Ramesh, & Vetrivel, 2019)

1.6 การสรรหาและคัดเลือกแรงงานเข้าทำงาน คือ การนำเข้าแรงงานข้ามชาติที่ถูกต้องตาม กฎหมาย และการคัดเลือกจ้างงานแรงงานข้ามชาติที่เหมาะสม (Kamalaveni, Ramesh, & Vetrivel, 2019; Pfeffer, 1998)

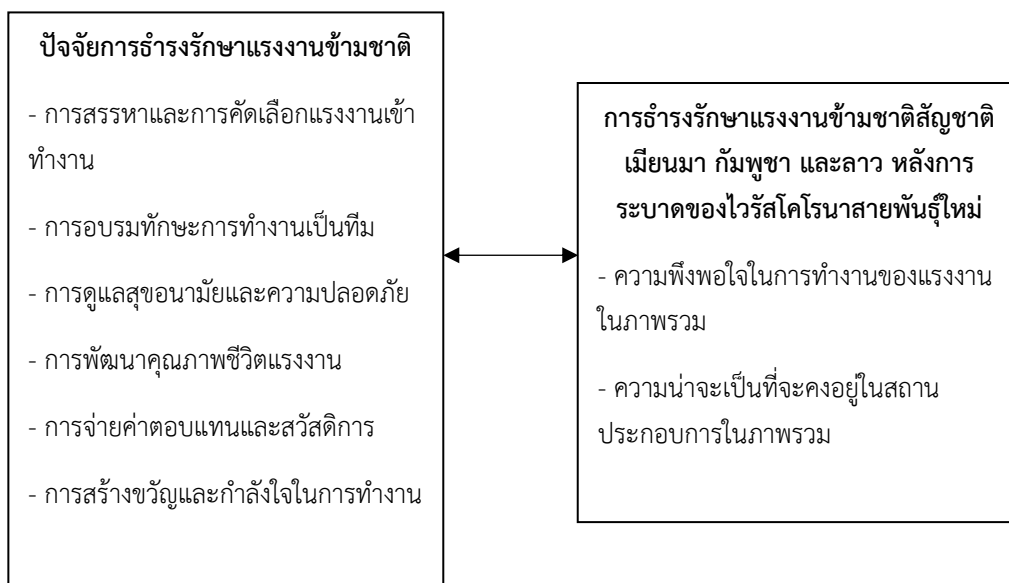
2. ความพึงพอใจในการทำงาน สามารถเรียบเรียงนิยามปฏิบัติการ หมายถึง การเก็บข้อมูลสำรวจความ พึงพอใจในการทำงาน ภาระงานตรงกับความรู้ความสามารถ ค่าตอบแทนและสวัสดิการในการทำงาน บรรยากาศใน การทำงานที่สถานประกอบการ นายจ้าง เพื่อนร่วมงานในสถานประกอบการ ชุมชนที่พักอาศัยอยู่ เพื่อนหรือคนรู้จัก นอกที่ทำงานที่อยู่ในชุมชนเดียวกัน สภาพวัฒนธรรมและสังคมของประเทศไทย (Kamalaveni, Ramesh, & Vetrivel, 2019; Remya & Divyarani, 2020; Wang & Jing, 2018)

3. ความน่าจะเป็นในการคงอยู่ สามารถเรียบเรียงนิยามปฏิบัติการ หมายถึง การเก็บข้อมูล สัมภาษณ์บุคลากรที่ออกจากงาน เวลาการทำงาน ความมั่นใจที่มีต่อองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน สภาพแวดล้อมในการทำงาน ประสบการณ์ชีวิต ภาระที่ตนเองต้องรับผิดชอบ การเปลี่ยนแปลงชีวิตของตนเอง ผู้คน และสถานที่ที่ตนเองเกี่ยวข้อง ความรู้สึกเป็นคนของประเทศที่ตนเองเข้าไปทำงานแล้ว (Kamalaveni, Ramesh, & Vetrivel, 2019; Hof, Pemberton, & Pietka-Nykaza, 2021; Shahid, 2018)

ผลการสังเคราะห์กรอบแนวคิดการวิจัยที่เกี่ยวกับการธำรงรักษาแรงงาน ความพึงพอใจในการทำงาน และความน่าจะเป็นในการคงอยู่ ที่ผู้เขียนเรียบเรียงนิยามปฏิบัติการนี้ สามารถนำไปตั้งข้อคำถามในเครื่องมือการวิจัยได้

การนำเสนอกรอบแนวคิดในการวิจัยเพื่อการธำรงรักษาแรงงานข้ามชาติสัญชาติเมียนมา กัมพูชา และลาว ในอนาคต

ผลจากการสังเคราะห์แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการธำรงรักษาแรงงานข้ามชาติเมียนมา กัมพูชา และลาว ผู้เขียนจึงร่างภาพกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 ภาพร่างกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

จากภาพที่ 1 แสดงภาพร่างกรอบแนวคิดวิจัยที่ได้มาจากการทบทวนงานวิชาการ ซึ่งนำเสนอแนวคิดการธำรงรักษาแรงงานที่อาจสามารถนำไปใช้ในการปฏิบัติได้จริงในสถานประกอบการหรือเคยนำไปใช้ในงานวิจัยบ้างแล้ว สามารถสรุปปัจจัยการธำรงรักษาแรงงานที่เหมาะสมหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 6 ด้าน ได้แก่ การสรรหาและการคัดเลือกแรงงาน การอบรมทักษะการทำงานเป็นทีม การดูแลสุขอนามัยและความปลอดภัย การพัฒนาคุณภาพชีวิตแรงงาน การจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการ การสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน โดยที่ปัจจัยทั้ง 6 ด้านคาดว่าจะมีความสัมพันธ์ต่อการสร้างความพึงพอใจในการทำงานของแรงงานในภาพรวม และความน่าจะเป็นที่จะคงอยู่ในสถานประกอบการในภาพรวม

บทสรุป

การตระหนักถึงการธำรงรักษาแรงงานข้ามชาติสัญชาติเมียนมา กัมพูชา และลาว หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่อาจเป็นทางเลือกหนึ่งในการแก้ไขปัญหาด้านการขาดแคลนแรงงานข้ามชาติอาเซียนของประเทศไทย สอดคล้องตามที่ Hof, Pemberton and Pietka-Nykaza (2021) เสนอแนะให้ปรับมุมมองการจัดการแรงงานข้ามชาติจากเดิมที่เน้นนโยบายดึงดูดแรงงานข้ามชาติเข้ามาทำงาน

เปลี่ยนเป็นการดำรงรักษาแรงงานข้ามชาติในระดับบุคคลให้คงอยู่ที่ประเทศของสถานประกอบการระยะยาวที่สุด บทความนี้จึงพยายามรวบรวมประเด็นการจัดการแรงงานข้ามชาติที่ครอบคลุมตั้งแต่วันแรกที่พวกเขาเข้าสู่สถานประกอบการด้วยการอบรมทักษะ ดูแลสุขอนามัยและความปลอดภัย พัฒนาคุณภาพชีวิต จ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการ อีกทั้งสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน โดยคาดว่าอาจจะให้แรงงานข้ามชาติมีความพึงพอใจในการทำงานและมั่นใจที่จะคงอยู่ในสถานประกอบการให้นานที่สุด

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากกรอบแนวคิดนี้ยังไม่เคยนำไปใช้ในการวิจัย หากนำกรอบแนวคิดการวิจัยนี้ไปเก็บข้อมูลภาคสนามอาจต้องคำนึงถึงบริบทที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ที่คลี่คลายแล้วอาจได้ผลที่คลาดเคลื่อนจากช่วงเวลาที่กำลังเกิดเหตุแพร่ระบาดรุนแรง หรืออาจทำได้เพียงการนำกรอบแนวคิดการวิจัยนี้พัฒนาไปใช้ในกรณีที่มีสถานการณ์โรคอุบัติใหม่ที่คล้ายคลึงกับการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ได้เท่านั้น ซึ่งไม่ครอบคลุมสถานการณ์ขัดแย้งระหว่างประเทศหรือสถานการณ์ฉุกเฉินทางด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรมและเทคโนโลยี อีกทั้งการสร้างกรอบแนวคิดยังมาจากกรทบทวนวรรณกรรมต่างประเทศส่วนใหญ่ ซึ่งยังอาจมีรายละเอียดของตัวแปรบางตัวแปรที่แตกต่างกับการนำมาใช้ในประเทศไทย

ทั้งนี้ ผู้เขียนคาดหวังว่าหากนำผลจากการพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัยนี้ไปใช้ในสนามวิจัยประเทศไทย อาจทำให้ได้ผลวิจัยที่จะนำไปสู่การพัฒนาแนวคิดการดำรงรักษาแรงงานข้ามชาติที่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน เจ้าของธุรกิจที่จ้างแรงงานข้ามชาติในกิจการเกษตรและประมงน้ำจืดจะมีหนทางแก้ไขปัญหาขาดแคลนแรงงานข้ามชาติเมียนมา กัมพูชา และลาว ในระยะยาว อีกทั้งส่งเสริมการตระหนักถึงคุณค่าและศักดิ์ศรีของแรงงานข้ามชาติในฐานะผู้เป็นกำลังสำคัญขับเคลื่อนเศรษฐกิจชาติไทยต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กลุ่มนายจ้างที่ใช้แรงงานต่างด้าว : โครงการนายจ้างสีขาว. (18 กรกฎาคม 2563). *เงื่อนไขเปิดนำเข้า MOU*. เรียกใช้เมื่อ 20 กันยายน 2564 จาก กลุ่มนายจ้างที่ใช้แรงงานต่างด้าว: โครงการนายจ้างสีขาว. สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/GEFW2020>
- ประชาไท. (15 กันยายน 2563). *ประชาไท*. สืบค้นจาก <https://prachatai.com/print/87542>
- พูนพัฒน์ กมลวุฒิพงศ์. (2564). แรงงานข้ามชาติผิดกฎหมายกับโควิด-19 ระบาดระลอกใหม่. *วารสารวิชาการ อาชีววิทยาและนิติวิทยาศาสตร์*, 7(2), 181-188.
- Elsafty, A. S., & Ragheb, M. (2020). The Role of Human Resource Management Towards Employees Retention During Covid-19 Pandemic in Medical Supplies Sector – Egypt. *Business and Management Studies*, 6(2), 50-59.
- Hof, H., Pemberton, S., & Pietka-Nykaza, E. (2021). EU migrant retention and the temporalities of migrant staying : a new conceptual framework. *Comparative migration studies*, 9(19), 1-18. doi:org/10.1186/s40878-021-00225-5
- Kamalaveni, M. S., Ramesh, S., & Vetrivel, T. (2019). A Review of Literature on Employee Retention. *International Journal of Innovative Research in Management Studies*, 4(4), 1-10.

- Mathimaran, B. K., & Kumar, A. A. (2017). Employee Retention Strategies - An Empirical Research. *Global Journal of Management and Business Research: E Marketing*, 17(1), 16-22.
- Pfeffer, J. (1998, winter). Seven Practices of Successful Organization. *California Management Review*, 40(2), 96-124.
- Remya, S., & Divyarani, R. L. (2020, July 4). A study on work satisfaction of migrant labourers. *Dogo rangsang research journal*, 10(7), 252 - 257.
- Shahid, A. (2018). Employee intention to stay: an environment based on trust and motivation. *Journal of management research*, 10(4), 58-71. Retrieved from doi:10.5296/jmr.v10i4.13680
- Tamunomiebi, M. D., & Basse, L. U. (2020, March). Work flexibility and employee intention to stay : examining the issues. *International academy journal of business administration annals*, 6(1), 15-24.
- Wang, Z., & Jing, X. (2018, August). Job satisfaction among immigrant workers: a review of determinants. *Social Indicators research : an international and interdisciplinary journal for quality-of-life measurement*, 139(1), 381-401.
- Yee, K., Peh, H. P., Tan, Y. P., Teo, I., Tan, E. U., Paul, J., . . . Tan, H. K. (2021). Stressors and coping Strategies of migrant workers diagnosed with COVID-19 in Singapore : a qualitative study. *BMJ Open*, 2021, 1-8. Retrieved from doi:10.1136/bmjopen-2020-045949

การเกื้อหนุนของครอบครัวต่อผู้สูงอายุในประเทศไทย

สุวรรณณี จริยะพร

อาจารย์ประจำ, สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ

FAMILY SUPPORT FOR ELDERLY IN THAILAND

Suwannee Jariyaporn

Lecture of Suvarnabhumi Institute of Technology

E-mail: Asstprofpub@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received) 8 พฤศจิกายน 2566

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 4 ธันวาคม 2566

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 6 ธันวาคม 2566

บทคัดย่อ

การสูงวัยของประชากรเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วโลกในรอบทศวรรษนี้ การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจลักษณะการใช้ชีวิตที่มีค่านิยมเปลี่ยนไปตามกระแสบริโภคนิยม การอพยพย้ายถิ่นฐานของบุตรหลานเพื่อแสวงหาอาชีพในชุมชนเมือง จากลักษณะของครอบครัวขยายที่อยู่ร่วมกันหลายคน เปลี่ยนเป็นครอบครัวเดี่ยวที่มีเพียงพ่อแม่ลูก โครงสร้างทางสังคมเปลี่ยนไป ค่านิยมของคนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับการสร้างความมั่นคงด้านการทำงานมากกว่าการมีบุตร เนื่องจากเขาเห็นว่า การเลี้ยงดูบุตรมีค่าใช้จ่ายสูง วิธีการดำเนินชีวิตเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ส่งผลให้การทำกิจกรรมในครอบครัวลดลง ทั้ง ๆ ที่ผู้สูงอายุเป็นวัยที่มีความเสื่อมของร่างกายในทุกระบบ แต่ขาดการดูแลเอาใจใส่จากบุตรหลานและครอบครัว ผู้สูงอายุจึงต้องอยู่เพียงลำพังทั้ง ๆ ที่ครอบครัว ถือเป็นระบบการเกื้อหนุนหลักและสำคัญในการตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุในการดำเนินชีวิตประจำวัน หากสมาชิกในครอบครัวสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อกัน ทำให้ผู้สูงอายุได้รับความสุขอย่างแท้จริง เป็นการแสดงออกถึงความรักความผูกพันทางใจของบุตรหลาน อีกทั้งเป็นโอกาสที่บุตรหลานได้เกื้อหนุนและดูแลผู้สูงอายุ ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความกตัญญูต่อบุพการีอีกด้วย

แม้ว่าประเทศไทยได้มีนโยบายและยุทธศาสตร์รวมทั้งแผนระยะยาวแห่งชาติในการจัดบริการและสร้างเสริม สุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ ให้การสงเคราะห์แก่ผู้สูงอายุ มีหลักประกันการบริการสุขภาพ ขยายบริการพื้นฐานและสวัสดิ การด้านสุขภาพอนามัย ออกกฎหมายและข้อบังคับเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพและสุขภาพผู้สูงอายุ มีระบบของรัฐในการดูแลผู้สูงอายุโดยหน่วยงานราชการต่าง ๆ เพิ่มจำนวนอาสาสมัครดูแลผู้สูงอายุที่บ้าน หรือมีหน่วย งานเอกชนในการดูแลผู้สูงอายุมากขึ้นก็ตาม แต่ก็ยังไม่ทั่วถึง เท่าเทียมเพียงพอและสม่ำเสมอในการดูแลผู้สูงอายุ ดังนั้น รัฐบาลและผู้เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญและสนับสนุนให้ครอบครัวร่วมกันดูแลผู้สูงอายุในระยะยาวอย่างจริงจังและอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้สูงอายุรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง มีสุขภาพกายและจิตใจและมีคุณภาพชีวิตอย่างแท้จริงมากกว่าที่จะให้บุคคลอื่นหรือให้สังคมเป็นผู้ดูแล

คำสำคัญ: ผู้สูงอายุ ครอบครัว การเกื้อหนุนระหว่างผู้สูงอายุ การเกื้อหนุนของครอบครัว

Abstract

Population aging is a worldwide phenomenon occurring this decade. Economic growth and lifestyles with values change according to consumption trends. Children's migration pursue careers in urban communities. The nature of extended families that live together with many people changed to a nuclear family with only parents and children. The social structure has changed. The values of the new generation place more importance on creating job security than having children because parents realize that raising children is expensive. The way of life has changed from before. This results in a decrease in family activities, even though the elderly are an age group that has deterioration in every body system. Lack of care and attention from children and family results in the elderly in living alone. Family is considered the main and important support system for the elderly's needs in their daily lives. If family members build good relationships with each other, it will make the elderly truly happy. It is an expression of love and emotional attachment for children. It is also an opportunity for children to support and care for the elderly based on gratitude to their parents.

Although Thailand has policies and strategies including a national long-term plan to provide services and promote health for the elderly. Assisting the elderly have health service insurance, expanding basic services and health benefits, and issuing laws and regulations regarding the development of the potential and health of the elderly. Although there are system for caring for the elderly by various government agencies, increasing the number of elderly caregivers. There are more increase private agencies to care for the elderly, but it is still not thorough, equitable, adequate, and consistent in caring for the elderly. Therefore, the government and those involved should give importance and encourage families to join care for the elderly in the long term, continuously seriously, to make the elderly feel worthy of themselves, have physical and mental health, and truly have a quality of life rather than other people or society take care of it.

Keywords: Elderly, Family, Aging Support, Family Support

บทนำ

ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกในขณะนี้กำลังมีจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยในปี ค.ศ. 2021 ประชากร โลกประมาณ 7,875 ล้านคน มีผู้สูงวัยที่อายุ 60 ปีบริบูรณ์ขึ้นไปประมาณ 1,082 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 14 ของประชากรทั้งหมด โดยเฉพาะประเทศที่พัฒนาแล้วกำลังก้าวสู่การเป็นสังคมสูงอายุอย่างสมบูรณ์ (Complete Aged Society) ทั้งนี้เป็นผลมาจากอัตราเกิดของเด็กและอัตราการเสียชีวิตลดต่ำลงเป็นอย่างมาก

ความก้าวหน้าทางการแพทย์และสาธารณสุขที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทำให้จำนวนประชากรมีอายุเฉลี่ยที่ยืนยาวขึ้นแต่ทั้งนี้ก็ได้หมายถึง ความว่า คุณภาพชีวิตผู้สูงอายุจะดีตามไปด้วย เพราะผู้สูงอายุจะมีปัญหาทางสุขภาพ และมีความพิการเพิ่มขึ้นด้วย ในขณะที่ประเทศไทยได้เข้าสู่สังคมสูงอายุ (Aged Society) มาแล้วตั้งแต่ พ.ศ. 2548 การพัฒนาระบบทุนนิยมส่งผลให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เกิดการกระจุกตัวในเมือง ค่าครองชีพสูง ลักษณะการใช้ชีวิตที่มีค่านิยมเปลี่ยน ไปตามกระแสบริโภคนิยม ทำให้หนี้ภาคครัวเรือนสูง เกิดการเคลื่อนย้ายของวัยแรงงาน จากชนบทเข้าสู่เมือง เกิดการละทิ้งครอบครัวและถิ่นฐานเพื่อหารายได้ รวมถึงการเข้ามาศึกษาในเมืองใหญ่เพื่อสร้างโอกาสในชีวิต (วรวิศา สุวีระ, 2566) การเปลี่ยนแปลงของสังคมเมือง ทำให้ครอบครัวขยายที่มีการใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันหลายรุ่นกลายเป็นครอบครัวเดี่ยว บุตรหลานต้องออกไปทำงานนอกบ้านหรือไปอยู่ต่างถิ่น ผู้สูงอายุจึงถูกทอดทิ้งให้ต้องอยู่เพียงลำพัง บทบาทในการดูแลเอาใจใส่ผู้สูงอายุของครอบครัวลดลง ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ไม่สามารถช่วยเหลือตนเอง กลายเป็นผู้มีภาวะการพึ่งพิงมากขึ้น (จอห์น โนเดล และคณะ, 2564)

การจัดบริการสุขภาพผู้สูงอายุในประเทศไทย เริ่มต้นเมื่อพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศรมหาภูมิพล อดุยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ทรงมีพระราชดำริให้จัดโครงการสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในปี พ.ศ. 2505 โดยศาสตราจารย์นายแพทย์ ประสพ รัตนากร ได้รับมอบหมายให้ดำเนินการและจัดตั้งคลินิกผู้สูงอายุที่โรงพยาบาลประสาทพญาไทเป็นครั้งแรกเพื่อให้บริการด้านการส่งเสริมสุขภาพแก่ผู้สูงอายุ ความตื่นตัวด้านผู้สูงอายุขยายตัวเพิ่มขึ้น ต่อมามีการออกพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ.2546 เพื่อคุ้มครองสิทธิและดูแลผู้สูงอายุ มีคณะกรรมการผู้สูงอายุแห่งชาติ (กผส) เป็นองค์กรรับผิดชอบด้านผู้สูงอายุ และสำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์เด็ก เยาวชน ผู้ด้อยโอกาส คนพิการและผู้สูงอายุ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์เป็นเลขานุการ โดยกรมสรรพสามิตและกรมศุลกากรเป็นผู้รับผิดชอบในการเรียกเก็บเงินจากผู้ที่มีหน้าที่เสียภาษีเกี่ยวกับสินค้าสุราและยาสูบเพื่อเข้ากองทุนผู้สูงอายุ (พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2560)

จากข้อมูลทะเบียนราษฎร ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2566 ประเทศไทยมีประชากรจำนวน 66,054,830 คน มีประชากรผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไปจำนวน 12,814,778 คนคิดเป็นร้อยละ 19.40 ของประชากรทั้งหมด (สำนักทะเบียนกลาง กระทรวงมหาดไทย) คาดว่าภายในสิ้นปีพ.ศ.2566 ประเทศไทยจะมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป ถึงร้อยละ 20 เท่ากับประเทศไทยจะได้เข้าสู่ภาวะการเป็นสังคมสูงอายุอย่างสมบูรณ์ (Complete Aged Society) และเมื่อคลื่นประชากร ที่เรียกว่ารุ่นเกิดล้าน (ผู้ที่เกิดระหว่างปี 2506 – 2526) เริ่มทยอยเกษียณอายุตั้งแต่ปี 2566 – 2586 ประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมสูงวัยขั้นสุดยอด (Super Aged Society) โดยในปี 2576 ด้วยจำนวนผู้สูงอายุประมาณร้อยละ 28 ของประชากรทั้งหมด ผลของการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างประชากรอย่างก้าวกระโดด ทำให้เกิดปัญหาในการกำหนด นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาประเทศด้านสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุและการดูแลผู้สูงอายุ ระบบการดูแล ระยะเวลาผู้สูงอายุมีไม่ทั่วถึงและครอบคลุมในมิติต่าง ๆ ได้ เพราะผู้สูงอายุแต่ละคนประสบปัญหาทางด้านร่างกาย จิตใจ สังคม และเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน (วรวิศา สุวีระ, 2564)

ความหมายและการจำแนกผู้สูงอายุ

พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ.2546 กำหนดให้บุคคลที่มีอายุ 60 ปีบริบูรณ์และมีสัญชาติไทยเป็นผู้สูงอายุ โดยผู้สูงอายุจะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างค่อยเป็นค่อยไปในแต่ละช่วงอายุ โดยสามารถแบ่งผู้สูงอายุได้ 3 กลุ่ม ดังนี้ (รุจา ภูไพบูลย์ และคณะ, 2562)

1. ผู้สูงอายุตอนต้น อายุ 60 - 69 ปี เป็นผู้สูงอายุที่ยังมีกำลังช่วยเหลือตนเองได้
2. ผู้สูงอายุตอนกลาง อายุ 70 - 79 ปี เป็นผู้สูงอายุที่เริ่มมีอาการเจ็บป่วย ร่างกายเริ่มอ่อนแอ มีโรคประจำตัวหรือโรคเรื้อรัง
3. ผู้สูงอายุตอนปลาย อายุ 80 ปีขึ้นไป เป็นผู้สูงอายุที่เจ็บป่วยบ่อยขึ้น อวัยวะเสื่อมสภาพ และอาจมีภาวะทุพพลภาพ

นอกจากนี้ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขได้จำแนกกลุ่มผู้สูงอายุตามศักยภาพโดยประยุกต์เกณฑ์การประเมินความสามารถในการดำเนินชีวิตประจำวันของดัชนีบาร์เธลเอดีแอล (Barthel ADL Index) ดังต่อไปนี้ (อัญชิษฐฐา ศิริคำเพ็ง และภักดี โพธิ์สิงห์, 2560, น. 238)

กลุ่มที่ 1 ดิตสังคัม ผู้สูงอายุที่ช่วยเหลือตนเองได้ ช่วยเหลือผู้อื่นและสังคม ชุมชนได้ สามารถเดินขึ้นบันไดเองโดยไม่ต้องช่วยเหลือ เดินออกนอกบ้านได้ เดินตามลำพังบนทางเรียบได้ รับประทานอาหารด้วยตนเองได้ดี ใช้สุขาด้วยตนเองได้อย่างเรียบร้อย

กลุ่มที่ 2 ดิตบ้าน ผู้สูงอายุกลุ่มที่ช่วยเหลือตนเองได้บ้าง ไม่สามารถเดินตามลำพังบนทางเรียบได้ต้องใช้อุปกรณ์ช่วยเหลือ ต้องการความช่วยเหลือขณะรับประทานอาหาร ต้องการความช่วยเหลือพาไปห้องน้ำ

กลุ่มที่ 3 ดิตเตียง ผู้สูงอายุที่ป่วยและช่วยเหลือตนเองไม่ได้ มีลักษณะพิการหรือทุพพลภาพ ไม่สามารถย้ายตนเองขณะนั่งได้ ไม่สามารถขยับได้ในท่านอน การรับประทานอาหารกลืนลำบาก แม้ว่า ผู้ดูแลจะป้อนอาหารให้ ต้องขยับถ่ายในท่านอนหรืออยู่บนเตียง สวมใส่ผ้าอ้อมอยู่ตลอดเวลา

การเปลี่ยนแปลงในผู้สูงอายุ

ศศิพัฒน์ ยอดเพชร (2549,น. 80) กล่าวว่า ผู้สูงอายุจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามวัย ร่างกายเกิดการเสื่อมถอยในระบบต่าง ๆ โดยการเปลี่ยนแปลงของอวัยวะในร่างกายของแต่ละคนจะเกิดขึ้นไม่เท่ากัน มีลักษณะของการเปลี่ยนแปลงอย่างค่อยเป็นค่อยไปในแต่ละช่วงอายุ ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น อายุ กรรมพันธุ์ โรคประจำตัวหรือความเจ็บป่วย สิ่งแวดล้อมหรือสิ่งที่ปฏิบัติอยู่ เช่น ดินฟ้าอากาศ อาหาร ความเครียด การออกกำลังกาย การพักผ่อน ฯลฯ การเปลี่ยนแปลงของผู้สูงอายุโดยทั่วไป มักจะมีดังต่อไปนี้ (สมศักดิ์ ศรีสันติสุข, 2552)

1. การเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย จะเกิดขึ้นในทุกอวัยวะ ระบบหน้าที่ของร่างกาย ไม่ว่าจะเป็นระบบผิวหนังบางลง เซลล์ผิวหนังลดลงความยืดหยุ่นของผิวหนังไม่ดี ต่อมไขมันทำงานน้อยลงผิวหนังแห้งและแตกง่าย ระบบประสาทและประสาทสัมผัส ปฏิกริยาการตอบสนองต่อสิ่งต่าง ๆ ลดลง การเคลื่อนไหวและความคิดเชื่องช้า ระบบกล้ามเนื้อและกระดูก หมอนรองกระดูกบางลง ทำให้เกิดหลังค่อมและเอียงมากขึ้น การทรงตัวไม่ดี และการปฏิบัติกิจวัตรประจำวันลดลง ระบบทางเดินหายใจ ความแข็งแรงและการหดตัวของกล้ามเนื้อที่ช่วยในการหายใจเข้าออกลดลง ทำให้หายใจหอบเหนื่อยได้ง่าย ระบบทางเดินปัสสาวะ กล้ามเนื้อ

กระเพาะปัสสาวะอ่อนกำลังลงทำให้ผู้สูงอายุปัสสาวะบ่อย เป็นต้น (Shu Z, Xiao J, Dai X, Han Y, & Liu, Y., 2021)

2. การเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตใจและอารมณ์ สภาวะทางจิตใจเปลี่ยนแปลงตามสภาวะทางร่างกาย ผู้สูงอายุที่เป็นวัยที่ต้องพบกับความสูญเสียในด้านต่างๆ ได้แก่ การสูญเสียบุคคลอันเป็นที่รักในครอบครัว การสูญเสียสภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ การเรียนรู้และความจำของผู้สูงอายุลดลง ผู้สูงอายุขาดความเชื่อมั่นที่จะเข้ากลุ่ม ไม่กล้าแสดงออก ความสัมพันธ์กับชุมชนที่คุ้นเคยลดลง ต้องเปลี่ยนไปสู่สภาพทางสังคมใหม่ทำให้ผู้สูงอายุเกิดความเครียดได้ (พรรณี สมเทศน์, 2552, น. 9-13)

3. การเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม เป็นการเปลี่ยนแปลงสภาพทางสังคมและบทบาททางสังคมของผู้สูงอายุ เช่น การอยู่ร่วมกันในลักษณะครอบครัวใหญ่ สมาชิกทุกรุ่นมีความรักใคร่และเกื้อกูลซึ่งกันและกัน กิจกรรมในครอบครัวเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ปัญหาการปรับตัวให้เข้ากับสมาชิกในครอบครัว เกิดปัญหาความขัดแย้งความไม่เข้าใจกันจนทำให้เกิดการเบียดเบียน เกิดความรู้สึกว่าตนเองเป็นคนที่ไม่มีคุณค่า มีความรู้สึกที่ว่าเหวและซึมเศร้า โดยเฉพาะผู้สูงอายุจะมีผลต่อสุขภาพมากทั้งด้านร่างกายและจิตใจ (รุจา ภูไพบูลย์, และคณะ, 2562)

4. การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ เป็นปัญหาหลักของผู้สูงอายุ รายได้ลดลงในขณะที่ค่าครองชีพสูงขึ้น ผู้สูงอายุที่ยากจนไม่มีเงินสะสมไว้ทำให้ผู้สูงอายุประสบที่อยู่อาศัย/อาหารการกินและส่งผลถึงปัญหาสุขภาพ ไม่มีใครเลี้ยงดู บุตรหลานไปทำงานอยู่ในเมืองเพื่อประกอบอาชีพอื่น ทั้งผู้สูงอายุให้อยู่อย่างโดดเดี่ยวลำพัง ทำให้ผู้สูงอายุมีการเปลี่ยนแปลงอุปนิสัยและอารมณ์ส่งผลต่อการอยู่ในสังคม เช่น ใจน้อย มีทิฐิ รู้สึกไวต่อคำพูดและเหตุการณ์ต่าง ๆ แสดงออกโดยการนิ่ง เงียบเฉย ไม่พูด เพื่อให้บุคคลรอบข้างเอาใจตน มักจะพูดหรือรำลึกถึงเหตุการณ์ในอดีต และชอบเปรียบเทียบเสมอ มีความวิตกกังวล ทุกข์ร้อน กลัวถูกทอดทิ้ง (ศศิพัฒน์ ยอดเพชร, 2549)

ความหมายและหน้าที่ของครอบครัว

Friedman (1998) ให้ความหมายว่า ครอบครัว หมายถึงกลุ่มบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปที่ใช้ชีวิตร่วมกันด้วยความรู้สึกของการเป็นส่วนหนึ่งซึ่งกันและกัน ต่างฝ่ายต่างมีความสำคัญต่อกันและมีความผูกพันทางอารมณ์ ขณะที่ สุธรรม นันทมงคลชัย (2564) ยังให้ความหมายว่า ครอบครัว หมายถึง กลุ่มบุคคลที่มีความสัมพันธ์และแสดงออกถึงความสัมพันธ์นั้นในฐานะที่ตนเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ซึ่งความสัมพันธ์ของกลุ่มอาจเกิดจากการให้กำเนิด การมีสัมพันธ์ภาพทางเพศ การรับเป็นบุตรบุญธรรมหรือความผูกพันทางอารมณ์

ครอบครัว ถือว่าเป็นการดูแลผู้สูงอายุอย่างไม่เป็นทางการ (Informal Care)(Tomini, Groot, & Tomini, 2016) ซึ่งบุตรหลานหรือญาติพี่น้องในครอบครัวจะเป็นผู้ดูแลอย่างใกล้ชิดในการดำเนินกิจวัตรประจำวันต่าง ๆ แต่เมื่อผู้สูงอายุเพิ่มจำนวนมากขึ้น ประกอบกับโครงสร้างของสังคมเปลี่ยนแปลงไป บุตรหลานต้องออกไปทำงานนอกบ้านหรือเข้าไปทำงานในเมืองมากขึ้น ผู้สูงอายุจึงถูกทอดทิ้งให้อยู่เพียงลำพัง (Domenech-Abella, Mundo, and Haro, 2019) ครอบครัว เป็นสถาบันที่ถูกคาดหวังให้ทำหน้าที่ตอบสนองความต้องการของสมาชิกในครอบครัว โดยมีหน้าที่สำคัญ 6 ประการ (Friedman, 1998) คือ

1. หน้าที่ทางด้านความรักเอาใจใส่ เป็นหน้าที่พื้นฐานที่สำคัญของครอบครัว ทำให้ครอบครัวมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (family Unit) คือให้ความรักความเอาใจใส่ ยอมรับนับถือ ให้ความผูกพันและรับรู้ความรู้สึกร่วมกัน ให้สมาชิกรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว
2. หน้าที่ในการสอนสมาชิกให้รู้จักบทบาทของตนเองในสังคม ถ่ายทอดบรรทัดฐาน ค่านิยมและให้โอกาสสมาชิกได้เรียนรู้ในสิ่งที่ถูกต้อง
3. หน้าที่ในการผลิตสมาชิกใหม่ ครอบครัวมีหน้าที่ผลิตสมาชิกใหม่ให้เป็นสมาชิกของสังคม เป็นการสืบเผ่าพันธุ์เชื้อสายของมนุษยชาติ
4. หน้าที่ในการเผชิญปัญหา เนื่องจากในการดำเนินชีวิต ครอบครัวจะถูกรบกวนจากสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก ทำให้เกิดความเครียด รบกวนความสุขของครอบครัว ครอบครัวจึงต้องมีการปรับตัวเพื่อดำเนินชีวิตต่อไปได้
5. หน้าที่ในการจัดหาทรัพยากรทางเศรษฐกิจ ทุกครอบครัวต้องหารายได้เพื่อใช้จ่ายใช้สอย รวมถึงการจัดสรรรายได้ที่ได้มาเพื่อนำมาใช้จ่ายอย่างเหมาะสม
6. หน้าที่ในการจัดหาลำเป็นพื้นฐานทางกายภาพ ซึ่งได้แก่ ปัจจัยสี่รวมไปถึงการจัดหาการบริการ และให้การดูแลทางด้านสุขภาพแก่สมาชิกในครอบครัว

รูปแบบของครอบครัวไทยในปัจจุบัน

ผลจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ เกิดการกระจุกตัวในเมือง ลักษณะการใช้ชีวิตตามกระแสบริโภค นิยม คนในครอบครัวทำกิจกรรมและใช้เวลาร่วมกันน้อยลง กิจกรรมส่วนใหญ่ เป็นเรื่องของเทคโนโลยีที่เข้ามาแทน เรื่องของเวลา ความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวและสังคมลดลง ค่านิยมเป็นโสดมีมากขึ้น พฤติกรรมทางเพศที่หลากหลาย การคุมกำเนิดและไม่ต้องการมีบุตร ส่งผลทำให้รูปแบบของครอบครัวในปัจจุบันเปลี่ยนไปจากเดิม ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ (สุธรรม นันทมงคลชัย, 2564)

1. รูปแบบครอบครัวแบบดั้งเดิม (Traditional Family Pattern) แบ่งเป็นครอบครัวเดี่ยวและครอบครัวขยาย โดยครอบครัวเดี่ยว แบ่งเป็น
 - 1.1 ครอบครัวเดี่ยวแบบดั้งเดิม ประกอบด้วย บิดา มารดา และบุตร
 - 1.2 ครอบครัวเดี่ยวที่สามีและภรรยาทำงานนอกบ้านทั้งคู่และมีบุตรอาศัยอยู่ร่วมบ้านเดียวกัน
 ครอบครัวประเภทนี้ ปัจจุบันมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น
 - 1.3 ครอบครัวที่ไม่มีบุตร อาจเกิดจากภาวะการมีบุตรยากหรือการตัดสินใจไม่มีบุตร
 - 1.4 ครอบครัวพ่อหรือแม่เดี่ยว ซึ่งเป็นผลจากการหย่าร้าง หรือแยกกันอยู่ หรือคนใดคนหนึ่งต้องไปทำงานต่างพื้นที่
 - 1.5 คนโสดที่อาศัยอยู่เพียงคนเดียว เป็นคนโสดที่ไม่ได้แต่งงานและแยกจากครอบครัวเดิมมาอยู่เพียงลำพัง
 - 1.6 ครอบครัวผู้สูงอายุ เป็นครอบครัวที่เหลือเพียงคู่สามีภรรยาสูงอายุเท่านั้น โดยบุตรได้แยกออกไปจากครอบครัวเดิมหมดแล้ว

ส่วนครอบครัวขยาย เป็นครอบครัวขนาดใหญ่ที่ประกอบด้วยครอบครัวเล็ก ๆ หลายครอบครัว มีสมาชิกภรรยา และสมาชิกด้านสามีหรือภรรยาอยู่ร่วมด้วย และครอบครัวเครือญาติซึ่งมีหลายครอบครัวอยู่ร่วมกัน

2.รูปแบบครอบครัวที่แตกต่างจากเดิม (Nontraditional Variant Family Pattern) ได้แก่ ครอบครัวที่มีลักษณะเหล่านี้

2.1 คู่สามีภรรยาอยู่ร่วมกันโดยไม่ได้แต่งงานและยังไม่ตัดสินใจว่าจะครองคู่ต่อไปในอนาคต

2.2 คู่สามีภรรยาที่อยู่ร่วมกันโดยไม่ได้จดทะเบียนสมรส

2.3 ครอบครัว Gay หรือ Lesbian เป็นครอบครัวที่บุคคลเพศเดียวกันอยู่ร่วมกันฉันท์สามีภรรยา

2.4 ครอบครัวคอมมูน เป็นครอบครัวที่อยู่ร่วมกันหลาย ๆ ครอบครัวและไม่ใช่เครือญาติอยู่ร่วมกันในครัวเรือนเดียวกัน มีผลประโยชน์ร่วมกัน แบ่งปันและให้ความช่วยเหลือเมื่อจำเป็น

แนวคิดการเกื้อหนุนของครอบครัว (Family Support)

ครอบครัว เป็นสถาบันทางสังคมพื้นฐานที่มีความสำคัญที่สุด ที่มนุษย์สร้างขึ้นจากความสัมพันธ์ของบุคคลที่มีต่อกัน (Carrascosa, 2015)เป็นตัวแทนของสถาบันสังคมภายนอก (พรหมทิพย์ ศิริวรรณบุศย์, 2545, น. 4) ที่มีความผูกพันกันทั้งทางด้านอารมณ์และด้านจิตใจ มีการดำเนินชีวิตร่วมกันรวมทั้งการพึ่งพิงทางเศรษฐกิจและสังคม มีความสัมพันธ์ทางสายโลหิตหรือไม่ใช่สายโลหิตเดียวกันก็ตาม การอยู่ร่วมกันในลักษณะของครอบครัวขยายที่มีปู่ย่าตายาย พ่อแม่และลูกหลานรวมทั้งพี่ป้าน้าอาอยู่ร่วมกันเป็นครอบครัวใหญ่ (Aldersey, Turnbull, & Turnbull, 2016) ลักษณะของครอบครัวไทยตั้งแต่โบราณ ถือได้ว่าเป็นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัวที่สร้างความอบอุ่นขึ้นภายในครอบครัว มีขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมที่มีการอบรมสั่งสอนและสืบทอดต่อ ๆ กันมาคือเด็กจะต้องเคารพเชื่อฟังผู้ใหญ่ ลูกหลานจะต้องมีความกตัญญู กตเวทีต่อบิดามารดาหรือญาติผู้ใหญ่ ซึ่งลักษณะแบบนี้ไม่ค่อย ปรากฏในสังคมประเทศทางตะวันตก ครอบครัวจึงเป็นผู้ดูแลที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับผู้สูงอายุ โดยที่ผู้สูงอายุจะรู้สึกว่าเป็นบุคคลสำคัญที่ช่วยเหลือทั้งทางด้านร่างกายและสนับสนุนทางด้านจิตใจรวมทั้งเผชิญกับสภาวะการเจ็บป่วยต่าง ๆ โดยผู้ดูแลโดยไม่หวังผลตอบแทนใด ๆ (เบญจลักษณ์ อัครพสุชาติ, 2550, น. 38)

การเกื้อหนุนของครอบครัว หมายถึงการให้ต่างตอบแทนระหว่างบุคคลในครอบครัว (Reciprocity) โดยผู้สูงอายุ จะอยู่ทั้งในฐานะผู้ได้รับการดูแลจากสมาชิกในครอบครัว และในฐานะผู้ให้การเกื้อหนุนสมาชิกในครอบครัว (Lijian, Liu, Xiaodong, & Xiuliang, 2020) หรือการเกื้อหนุนระหว่างผู้สูงอายุกับญาติพี่น้องที่อาศัยอยู่ร่วมกัน เมื่อการแลกเปลี่ยนเกิดขึ้นทั้งสองฝ่ายและการเอาใจใส่บุตรในทุกช่วงวัยของชีวิต เป็นสิ่งที่กำหนดให้บุตรต้องดูแลบิดามารดาเพื่อเป็นการตอบแทนในอนาคต ถือเป็นการแลกเปลี่ยนที่เท่าเทียมกัน และสมาชิกแต่ละคนมีบทบาทของตนเองในบริบทของความกตัญญู (รติพร ถึงฝั่งและสุพรรณิ ไชยอำพร, 2560) ทั้งนี้ การให้ความเคารพนับถือของบุตรหลานมีความสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในชีวิตของผู้สูงอายุเป็นอย่างมาก (พรทิพย์ มาลาธรรม และคณะ, 2552)

ในบทความนี้ ผู้เขียนขอเสนอการเกื้อหนุนของครอบครัวตามแนวคิดของ Turner (1986) ซึ่งเหมาะสมกับสังคมไทย ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ

1. การดูแลด้านร่างกาย เช่น การจัดหาอาหารและการรับประทานอาหาร การพักผ่อนนอนหลับ การจัดที่อยู่อาศัยให้เหมาะสมปลอดภัย จัดหาเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มให้เหมาะสม การพาไปรับการตรวจสุขภาพอย่างสม่ำเสมอ จัดหาอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกให้ผู้สูงอายุ เป็นต้น
2. การดูแลทางด้านจิตใจ เช่น การเอาใจใส่พูดคุยอย่างสม่ำเสมอ การให้ความรักความเคารพ การยกย่องยอมรับนับถือ การพาผู้สูงอายุไปท่องเที่ยวตามโอกาส การให้ความสำคัญตามวันสำคัญต่าง ๆ
3. การดูแลด้านสังคม เช่น การแสดงความยินดีที่จะพาผู้สูงอายุไปร่วมกิจกรรมทางสังคมที่เหมาะสมตามที่ต้องการ เป็นต้น
4. การดูแลด้านเศรษฐกิจ โดยการดูแลเอาใจใส่ช่วยเหลือในด้านการเงินอย่างเพียงพอและสม่ำเสมอ และไม่ควรเบียดเบียนด้านการเงินของผู้สูงอายุ

บทบาทของครอบครัวในการดูแลส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ

ครอบครัว มีความสำคัญในการดูแลและส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุ มีหน้าที่รับผิดชอบช่วยเหลือและดูแลซึ่งกันและกันระหว่างสมาชิกแต่ละคน เช่น บิดามารดามีหน้าที่จะต้องดูแลบุตรหลาน สมาชิกควรจะรับผิดชอบต่อดูแล สุขสบายซึ่งกันและกันปรึกษาหารือและช่วยเหลือในทุก ๆ ด้าน (Wang, Yang, Di, & Dai, 2020) เมื่อบิดามารดาแก่ชราลง ลูกหลานก็จะมีหน้าที่คอยดูแลปรนนิบัติทดแทน ดังนั้น ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบในการดูแลโดยเฉพาะผู้ดูแลที่บ้านต้องรับภาระในการดูแลผู้สูงอายุ นับว่าเป็นภารกิจยาวนานที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ (Donovan, & Blazer, 2020) และยังเป็นสิ่งที่ต้องกระทำด้วยความเข้าใจและตั้งใจ ต้องการทักษะความชำนาญในการให้การดูแล สามารถวางแผนให้การช่วยเหลืออย่างเป็นระบบ (Czaja, Moxley, & Rogers, 2021) โดยบทบาทของครอบครัวในการดูแลส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ มีดังต่อไปนี้ (สุธรรม นันทมงคลชัย, 2564, น.152-154)

1. การดูแลสุขภาพร่างกายของผู้สูงอายุ ปัญหาสุขภาพตามวัย การเจ็บป่วย การเกิดอุบัติเหตุ มักเกิดขึ้นได้ง่ายในผู้สูงอายุ การออกกำลังกายจะช่วยให้ผู้สูงอายุมีร่างกายแข็งแรง กล้ามเนื้อทำงานดีขึ้น การพักผ่อนหย่อนใจ ช่วยให้หายเครียด ทำให้ผู้สูงอายุเห็นคุณค่าของตนเองกับการทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้
2. การดูแลผู้สูงอายุเมื่อเกิดการเจ็บป่วย ครอบครัวควรให้การดูแลอย่างเหมาะสม มีการวางแผนให้ผู้สูงอายุ ได้รับการรักษาพยาบาลที่ดีและต่อเนื่อง ดูแลเรื่องการรับประทานอาหารให้ครบ 5 หมู่ รับประทานยาอย่างถูกต้อง หลีกเลี่ยงการปรุงอาหารหวาน มัน เค็ม และมีกิจกรรมประกอบอาหารร่วมกันเพื่อให้ผู้สูงอายุรู้จักเลือกรับประทานอาหารได้อย่างเหมาะสม
3. การตระหนักและระมัดระวังความรู้สึกของผู้สูงอายุ ครอบครัวต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้สูงอายุ ต้องระมัดระวังเรื่องอารมณ์ หงุดหงิดฉุนเฉียว ควรแสดงออกถึงความห่วงใย ยกย่องชื่นชมและให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุ ในครอบครัว เพื่อให้ผู้สูงอายุมีความสุขและมีสุขภาพจิตที่ดี
4. การกระตุ้นให้ผู้สูงอายุปฏิบัติกิจวัตรประจำวัน ครอบครัวต้องส่งเสริมและกระตุ้นเตือนให้ผู้สูงอายุปฏิบัติกิจวัตรประจำวันของตนเองอย่างสม่ำเสมอ สิ่งใดทำเองได้ ควรให้ทำต่อไป เพื่อให้ร่างกายแข็งแรง กระฉับกระเฉง รู้สึกว่าตนเองยังมีคุณค่า และไม่เป็นภาระของสมาชิกในครอบครัว

5.การทำงานอดิเรกที่ชื่นชอบของผู้สูงอายุ สนับสนุนให้ผู้สูงอายุทำงานอดิเรกที่สนใจ เช่น ปลูกต้นไม้ เลี้ยงสัตว์ เล่นดนตรี ไปทำบุญพึ่งเทศน์ที่วัด เพื่อให้ร่างกายได้เคลื่อนไหว เพลิดเพลินใจ ผ่อนคลาย และเสริมสร้างความ รู้สึกมีคุณค่าในตนเอง

6. การส่งเสริมสัมพันธ์ภาพในครอบครัว ครอบครัวควรชักชวนให้ผู้สูงอายุได้พูดคุยและเล่าประสบการณ์ที่เป็นความภาคภูมิใจประทับใจของผู้สูงอายุ ช่วยให้ผู้สูงอายุมีโอกาสพบปะสังสรรค์กับญาติ หรือเพื่อนในวัยเดียวกัน เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและคลายความเหงาได้

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความสูงอายุ

การทบทวนแนวคิดทฤษฎีที่อธิบายเกี่ยวกับความสูงอายุ พบว่า มีการศึกษากันอย่างกว้างขวางทั้งทฤษฎีทางชีววิทยา (Biological Theory) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพร่างกายของผู้สูงอายุ ทฤษฎีทางจิตวิทยา (Psychological Theory) ที่เกี่ยวข้องทางด้านจิตใจและพฤติกรรมของผู้สูงอายุ ซึ่งทั้ง 2 ทฤษฎีนี้ยังแบ่งย่อยออกได้อีกหลายแนวคิด แต่ในบทความนี้ ผู้เขียนขอนำเสนอเฉพาะทฤษฎีทางสังคมวิทยา ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ได้กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในวัยสูงอายุ จำนวน 5 ทฤษฎี ดังต่อไปนี้ (สุธรรม นันทมงคลชัย, 2564)

1. ทฤษฎีบทบาท (Role Theory) มีแนวคิดที่ว่า มนุษย์พอใจกับตำแหน่งและบทบาททางสังคม แต่ต้องลดบทบาทเมื่อเป็นผู้สูงอายุ ดังนั้น ผู้สูงอายุ จึงต้องมีการปรับตัวในบทบาทใหม่ ๆ เช่น หาความสนใจใหม่ ๆ หากกลุ่มสังคมใหม่ เพื่อทดแทนบทบาทเก่าที่สูญเสียไป

2. ทฤษฎีกิจกรรม (Activity Theory) ผู้สูงอายุที่มีกิจกรรมอยู่เสมอๆ จะมีบุคลิกภาพที่กระฉับกระเฉง การมีภารกิจอย่างสม่ำเสมอ ทำให้มีความพึงพอใจในชีวิต ปรับตัวได้ดีกว่าผู้สูงอายุที่ปราศจากกิจกรรม มีภาพพจน์และความรู้สึกในเชิงบวก ชอบเข้าร่วมกิจกรรม เป็นการทดแทนบทบาทที่สูญเสียไป การเกษียณอายุจากการปฏิบัติงาน

3. ทฤษฎีการแยกตนเอง (Disengagement Theory) ผู้สูงอายุจะรู้สึกว่า ตนเองมีความสามารถลดลง จึงพยายามถอนตัวออกจากสังคม หลีกเลียง ลดกิจกรรมของตนเอง และลดบทบาททางสังคมของตนเอง

4. ทฤษฎีความต่อเนื่อง (Continuity Theory) ผู้สูงอายุจะแสวงหาบทบาททางสังคมใหม่ทดแทนบทบาทเดิมที่สูญเสียไป และพยายามปรับตนเองให้เข้ากับสภาพแวดล้อมใหม่อย่างต่อเนื่อง

5. ทฤษฎีระดับชั้นอายุ (Age Stratification Theory) ทฤษฎีนี้ถือว่า อายุเป็นหลักเกณฑ์สากลที่กำหนดบทบาท สิทธิและหน้าที่ ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงตามชั้นอายุจากอายุหนึ่งไปสู่อีกอายุหนึ่ง

รูปแบบของการดูแลระยะยาว (Long Term Care)

ศศิพัฒน์ ยอดเพชร (2549) กล่าวว่า การดูแลระยะยาวในผู้สูงอายุ เป็นการจัดบริการสุขภาพและสังคมที่มีรูปแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้สูงอายุที่สูญเสียหรือขาด

ความสามารถในการทำหน้าที่ทางสังคม เป็นการให้ความช่วยเหลือผู้สูงอายุโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อปกป้อง บำบัดฟื้นฟูและดูแลอย่างต่อเนื่องจากปัจจุบันถึงอนาคต

Davis (1995) กล่าวว่า การดูแลผู้สูงอายุ หมายถึงการให้ความช่วยเหลือ สนับสนุนหรืออำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุที่ครอบคลุมทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยเป็นการกระทำที่แสดงออกให้เห็นว่า ผู้ดูแลมีความรักมีความสนใจเอาใจใส่ในการกระทำและกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทำให้ผู้สูงอายุเกิดความพึงพอใจ (อมรรัตน์ อภินันท์มหกุล และทัศนีย์ สติมานนท์, 2564).

World Health Organization ได้แบ่งรูปแบบการดูแลระยะยาว ออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. การดูแลในสถาบัน (Institute Long Term Care) หมายถึง การเตรียมการดูแลของบุคคลตั้งแต่ 3 คนหรือมากกว่าในสถานที่เดียวกัน
2. การดูแลที่บ้าน (Home Care) เป็นการเตรียมการดูแลในบ้านหรือการให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการดูแลบุคคลที่ครอบครัวออกไปทำงานที่อื่นหรือเป็นชุมชนแออัด
3. การดูแลที่เป็นทางการ (Formal Care) เป็นการจัดบริการโดยองค์การภาครัฐ องค์การเอกชน (ท้องถิ่น ชาติ และระหว่างชาติ) ภาคเอกชน นักวิชาชีพ (แพทย์ พยาบาล และนักสังคมสงเคราะห์)
4. การดูแลที่ไม่เป็นทางการ (Informal Care) เป็นการดูแลโดยครอบครัว เพื่อนบ้าน เพื่อนและอาสาสมัคร

รูปแบบการดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย มีอยู่ใน 2 ลักษณะ คือ (สุธรรม นันทมงคลชัย, 2564)

1. การดูแลผู้สูงอายุอย่างไม่เป็นทางการ (Informal Care) เป็นการดูแลที่เกิดขึ้นจากบุคคลในครอบครัว บุตรหลาน หรือญาติพี่น้องในครอบครัว ถือเป็นระบบเกื้อหนุนที่สำคัญของบุคคลในการดำเนินชีวิตประจำวัน ทำให้ผู้สูงอายุได้ ได้รับความสุขอย่างแท้จริง เพราะเป็นการดูแลผู้สูงอายุที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความกตัญญู เป็นการตอบแทนบุญคุณและเป็นการเตรียมความพร้อมสำหรับการดูแลตนเองเมื่อเข้าสู่วัยสูงอายุอีกด้วย

2. การดูแลผู้สูงอายุอย่างเป็นทางการ (Formal Care) เป็นการดูแลที่นอกเหนือจากการดูแลจากครอบครัว มีทั้งในลักษณะเป็นของหน่วยงาน/ องค์การภาครัฐ หรือสถานบริการภาคเอกชน ซึ่งได้แก่

2.1 การดูแลโดยชุมชน (Community Based Approach) มีแนวคิดที่ต้องการลดการพึ่งพิงจากบริการภายนอก (Deinstitutionalization) โดยมุ่งนำคุณลักษณะของชุมชนและทรัพยากรที่มีอยู่ เช่น ครอบครัว เพื่อนบ้าน ผู้นำชุมชน องค์การชุมชน ชมรมผู้สูงอายุ และกิจกรรมอื่นๆ เพื่อสร้างจิตสำนึกการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน โดยที่หน่วยงานของรัฐและเอกชนให้คำแนะนำและสนับสนุนการดำเนินงานของผู้สูงอายุในชุมชนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2.2 การดูแลโดยอาสาสมัครสาธารณสุข (อสส.) อาสาสมัครประจำหมู่บ้าน (อสม.) ศูนย์บริการทางสังคมผู้สูงอายุ และอาสาสมัครดูแลผู้สูงอายุที่บ้าน (Caregiver)

2.3 การดูแลโดยสถานสงเคราะห์คนชรา มีอยู่ในทุกภาคทั้งภาครัฐและเอกชน มีค่าใช้จ่ายบ้าง

2.4 การดูแลผู้สูงอายุที่บ้าน (Home Health Care) เป็นระบบบริการสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุภายหลังภาวะเจ็บป่วยเฉียบพลันและได้ออกจากโรงพยาบาลไปอยู่ที่บ้านแล้ว

2.5 โรงพยาบาล/ สถานพยาบาลเอกชน (Nursing Home) ที่ดูแลผู้สูงอายุเป็นลักษณะของการพยาบาล เมื่อครอบครัวมีแนวโน้มที่จะไม่สามารถดูแลผู้สูงอายุได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การเตรียมตัวของครอบครัวในการดูแลส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุในระยะยาว

การเตรียมตัวของครอบครัวในการดูแลผู้สูงอายุในระยะยาว เป็นการสร้างความมั่นคงในชีวิตให้แก่ผู้สูงอายุ แม้ว่าจะมีสถานบริการที่เป็นทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในรูปแบบต่าง ๆ มากขึ้นก็ตาม แต่การดูแลผู้สูงอายุในระยะยาว ยังคงเป็นหน้าที่หลักของครอบครัวอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้น ครอบครัวจึงจำเป็นต้องมีการวางแผนในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้สูงอายุอย่างต่อเนื่องทั้งในปัจจุบันและอนาคต ซึ่งจะทำให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ทั้งในด้านสุขภาพทางกาย สุขภาพจิตและอารมณ์ที่แจ่มใส เข้ากับสังคมได้เป็นอย่างดี และสามารถจะดำรงชีวิตอยู่ร่วมกับครอบครัวและสังคมได้อย่างมีความสุข จนบั้นปลายของชีวิต ดังนั้นครอบครัวจึงจำเป็นต้องเตรียมการเพื่อดูแลผู้สูงอายุในระยะยาว ดังต่อไปนี้

1. ด้านการเงิน เช่น การเตรียมค่าใช้จ่ายในบ้าน ค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปพบแพทย์ ค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันของผู้สูงอายุ เช่น เรื่องอาหารการกิน เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม และปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุมวมถึงค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ในการดูแลผู้สูงอายุของครอบครัว

2. ด้านสุขภาพ ส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีสุขภาพดี สามารถช่วยเหลือตนเองได้ ลดการพึ่งพาผู้อื่นให้น้อยที่สุด หากมีการเจ็บป่วย จะพาไปพบแพทย์ เอาใจใส่ ติดตามการรักษาอย่างต่อเนื่อง สมาชิกในครอบครัวทุกคนควรมีส่วนร่วม และไม่ควรถือว่าเป็นหน้าที่ของสมาชิกคนใดคนหนึ่ง

3. ด้านจิตใจ มีการปฏิบัติต่อผู้สูงอายุในลักษณะของการให้ความเคารพนับถือ ให้เกียรติ ยกย่อง ให้กำลังใจก่อให้เกิดความมั่นคงในอารมณ์ และเกิดความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง การส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีสภาพจิตใจที่ดี มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของครอบครัว เช่น ไปเที่ยวพักผ่อนกับคนในครอบครัว เข้าร่วมชมรมผู้สูงอายุในชุมชน ไปปฏิบัติธรรม หรือทำกิจกรรมที่ผู้สูงอายุชอบ ได้ไปพบญาติหรือเพื่อนฝูง

4. ด้านการจัดเตรียมวางแผนหาผู้ดูแลผู้สูงอายุในอนาคต หมายถึง การจัดการหาผู้ทำหน้าที่หลักในการปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ และช่วยเหลือผู้สูงอายุอย่างต่อเนื่องจากปัจจุบันและอนาคต

5. ด้านการดูแลบ้านและที่อยู่อาศัยให้เหมาะสม เพื่อให้ผู้สูงอายุได้รับความสะดวกสบาย ป้องกันอุบัติเหตุที่อาจจะเกิดขึ้นได้จากที่พักอาศัย มีแสงสว่างเพียงพอ พื้นบ้านและพื้นในห้องน้ำไม่ลื่นง่าย ควรให้ผู้สูงอายุอยู่ชั้นล่าง หากจำเป็นต้องขึ้นไปชั้นบน ควรมีราวบันไดจับขึ้นลง เพื่อป้องกันการหกล้มและอาจมีปัญหาเรื่องเกี่ยวกับเขาได้

ดังนั้น หากครอบครัวทำหน้าที่ดูแลผู้สูงอายุได้เป็นอย่างดี และมีการเตรียมการในการดูแลผู้สูงอายุในระยะยาวทั้ง 5 ด้านดังกล่าวข้างต้น จะทำให้ผู้สูงอายุมีความสุขทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ รู้สึกภูมิใจและเห็นคุณค่าในตนเอง และใช้ชีวิตอยู่กับสมาชิกครอบครัวและสังคมอย่างมีความสุข

บทสรุป

แม้ว่า ประเทศไทยจะมีการรับรู้และตระหนักถึงสถานการณ์การสูงวัยของประชากรของประเทศ อีกทั้งมีความตื่นตัวด้านผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น มีการเตรียมความพร้อมรองรับผู้สูงอายุอย่างต่อเนื่องก็ตาม แต่สิ่งที่ยังไม่ตระหนักชัดและยังได้รับข้อมูลไม่มากนัก คือภาพสังคมสูงอายุวัยไทยในอนาคตนับจากนี้เป็นต้นไป และผู้ที่กำลังจะเป็นผู้สูงอายุต่อไป จะอยู่ในสภาวะที่มีความสุขกายสุขใจได้มากน้อยเพียงใด แม้ว่า รัฐบาลได้ส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีการจัดตั้งชมรมผู้สูงอายุมากขึ้น เพื่อให้สังคมได้เห็นคุณค่าและความสำคัญของผู้สูงอายุ แต่ก็ได้เฉพาะเพียงผู้สูงอายุที่มีสุขภาพดี ช่วยเหลือตนเองได้จึงจะสามารถออกมาร่วมกิจกรรมได้ ส่วนผู้สูงอายุที่ไม่สามารถออกมาร่วมกิจกรรมหรือผู้สูงอายุที่ติดเตียง ติดบ้าน ก็ยังคงถูกทอดทิ้งอยู่ดังเดิม ดังนั้น หากรัฐบาลมีการส่งเสริมและสนับสนุนอย่างจริงจังในการดูแลสุขภาพในระดับครอบครัวอย่างทั่วถึง สร้างคุณภาพของการดูแลผู้สูงอายุระยะยาวรวมทั้งให้ครอบครัว เห็นความสำคัญของการดูแลสุขภาพกายและจิตใจของผู้สูงอายุ จะทำให้การพัฒนาสุขภาพผู้สูงอายุโดยรวมเป็นไปตามนโยบายและแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาและบริการสุขภาพผู้สูงอายุที่ได้วางไว้แล้วอย่างแน่นอน

เอกสารอ้างอิง

- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2565). *รายงานผู้สูงอายุประจำปี พ.ศ. 2564*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.
- จอห์น โนเดล, นภาพร ชโยวรรณ และวิพรรณ ประจวบเหมาะ. (2564). *ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงทางประชากรต่อการอยู่ดีมีสุขของผู้สูงอายุในประเทศไทย ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงทางประชากรของประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: กองทุนประชากรแห่งสหประชาชาติประจำประเทศไทยและสำนักงานภาคพื้นเอเชียและแปซิฟิก.
- จอห์น โนเดล และนภาพร ชโยวรรณ. (2552). *การสูงวัยทางประชากรและการอยู่ดีมีสุขของผู้สูงอายุในประเทศไทย: แนวโน้มในอดีต สถานการณ์ปัจจุบันและความท้าทายในอนาคต*. กรุงเทพฯ: กองทุนประชากร แห่งสหประชาชาติประจำประเทศไทยและสำนักงานภาคพื้นเอเชียและแปซิฟิก.
- จิราพร ชมพิกุล, ปราณีย์ สุทธิสุนทร, เกียรติศักดิ์ ชื่อเลื่อม, และ ดุชนิ ดามี. (2552). *สัมพันธภาพในครอบครัวไทย*. นครปฐม: สถาบันพัฒนาการสาธารณสุขอาเซียน มหาวิทยาลัยมหิดล
- ชลธิชา อัครนิรันดร์ และวิราภรณ์ โพธิศิริ. (2558). *การแลกเปลี่ยนการเกื้อหนุนระหว่างผู้สูงอายุกับบุตรในประเทศ*. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*. 41 (1), 105-120.
- เบญจลักษณ์ อัครพสุชาติ. (2550). *บทบาทในการดูแลผู้สูงอายุของผู้ดูแลในเขตเทศบาลเมืองอุดรดิตถ์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์).
- พรทิพย์ มาลาธรรม, จิราพร คงเอี่ยม และประคอง อินทรสมบัติ. (2552). *ความสัมพันธ์ระหว่างแรงสนับสนุนจากครอบครัวและแรงสนับสนุนจากเพื่อนกับความพึงพอใจในชีวิตของผู้สูงอายุในชนบท*. *รามาริบัติพยาบาลสาร*, 15 (3), 431-448.

- พรรณทิพย์ ศิริวรรณบุศย์. (2545). *การศึกษารูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของคนไทยกับกระบวนการทางสังคมประกิตของครอบครัวในปัจจุบันที่เอื้อต่อการพัฒนาประเทศ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรรณณี สมเทศน์. (2552). *การดูแลผู้สูงอายุในระดับครอบครัวกรณีศึกษาบ้านนาครีตึงเค็ง ตำบลสะอาด อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย).
- รติพร ถึงฝั่ง และสุพรรณิ ไชยอำพร. (2560). การเกื้อหนุนทางสังคมของผู้สูงอายุในบริบทชุมชนเมือง: กรณีศึกษาชุมชนที่มีพื้นฐานความสัมพันธ์ทางเครือญาติและชุมชนที่มีพื้นฐานความสัมพันธ์หลากหลาย. *วารสารพัฒนาสังคม. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์*. 19 (2), 1-10.
- รุจา ภูไพบูลย์, ระพีพรรณ คำหอม, ดารุณี จงอุดมการณ์, จินตนา วัชรสินธุ์, ถวัลย์ เนียมทรัพย์, เดชาวุธ นิตยสุทธิ, สาวิตรี ทยานศิลป์, วรณี เตียววิศเรศ, จิตตินันท์ เดชะคุปต์, ทิพาภรณ์ โพธิ์วิล, อัจฉริยา ปทุมวัน, นิทัศน์ ภักธโยธิน. (2562). *การศึกษาครอบครัวไทยแบบบูรณาการตามวงจรชีวิตครอบครัว*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย และมหาวิทยาลัยมหิดล.
- วริศรา ลุวีระ (2564). *แนวคิดหลักในเวชศาสตร์ครอบครัว*. (พิมพ์ครั้งที่ 5). ขอนแก่น: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ศศิพัฒน์ ยอดเพชร, เล็ก คำหอม, และระพีพรรณ คำหอม. (2541). *การพัฒนาสถาบันครอบครัว: ปัจจัยสำคัญในการเกื้อหนุนผู้สูงอายุ*. กรุงเทพฯ: เจปรีซ์การพิมพ์.
- ศศิพัฒน์ ยอดเพชร. (2549). *ผู้ดูแลผู้สูงอายุในครอบครัว*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศรีทัฬหิม พานิชพันธ์. (2527). *สัมพันธ์ภาพที่ดีในครอบครัว. ในการจัดสวัสดิการครอบครัวเด็กและอื่นๆ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมศักดิ์ ศรีสันติสุข. (2552). *สังคมวิทยาสุขภาพ: มิติทางสังคมและวัฒนธรรม*. ขอนแก่น: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สุธรรม นันทมงคลชัย.(2564). *ครอบครัวกับการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ*. กรุงเทพฯ: โอโมชั่น อาร์ต.
- สำนักทะเบียนกลาง กระทรวงมหาดไทย. (2566). *สถิติประชากรผู้สูงอายุทั่วประเทศ ปี 2566*. สืบค้นจาก <https://www.bora.dopa.go.th>.
- อมรรัตน์ อภินันท์มัทกุล และทัศนีย์ สติมานนท์. (2564). *การทำหน้าที่ของครัวเรือนไทย ภายใต้บริบทสังคมสูงวัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
- อัญชิษฐา ศิริคำเพ็ง และภักดี โพธิ์สิงห์. (2560). การดูแลผู้สูงอายุระยะยาวที่มีภาวะพึ่งพิงในยุโรปประเทศไทย 4.0. *วารสารวิชาการธรรมทรคน..* 17(3), 235-243.
- Aldersey, H. M, Turnbull, A.P, & Turnbull H. (2016). Family support in Kinshasa, Democratic Republic of the Congo. *J Pol Pract Intellect Disabil*, 13(1), 23-32.
- Carrascosa, L. L. (2015). Ageing population and family support in Spain. *J Comp Fam tud.*, 46 (4), 499-516.

- Czaja, S.J, Moxley J.H, & Rogers, WA. (2021). Social Support, Isolation, Loneliness, and Health among Older Adults in the PRISM Randomized Controlled Trial. *Frontier in Psychology*, 12:728658. Retrieved from doi: 10.3389/fpsyg.2021.728658
- Domenech-Abella, J., Mundo, J.,& Haro, J. M. (2019). Anxiety, depression, loneliness and social network in the elderly: longitudinal associations from The Irish Longitudinal Study on Ageing (TILDA). *Journal of Affective Disorders*, 246, 82–88. Retrieved from doi10.1016/j.jad.2018.12.043:
- Donovan, N. J., & Blazer, D. (2020). Social isolation and loneliness in older adults: Review and commentary of a national academies report. *The American Journal Geriatric Psychiatry*, 28, 1233–1244. Retrieved from doi: 10.1016/j.jagp.2020.08.005
- Friedman, M. M. (1998). *Family nursing: Research, theory, and practice* (4th ed.). Stamford, CT: Appleton & Lange.
- Komjakraphan, P, Isalamalai, S. A, Boonyasopun U, Schneider J.K. (2009). Development of the Thai Family Support Scale for Elderly Parents (TFSS-EP). *Pacific Rim Int J Nurs Res*,13 (2), 118-132.
- Knodel, J., & Nguyen, M.D. (2015). Grandparents and Grandchildren: Care and support in Myanmar, Thailand and Vietnam. *Aging and Society*, 35 (9), 1960-1988. Retrieved from Doi:10.1017/S0144686X 140000786.
- Lamberton L, Devaney J, & Bunting L. (2016). New challenges in family support: the use of digital technology in supporting parents. *Child Abuse Rev.*, 25(5), 359-372
- Lijian, W., Liu, Y., Xiaodong., D., & Xiuliang., D. (2020). Family Support, Multidimensional Health, and Living Satisfaction among the Elderly: A Case from Shaanxi Province, China, *International Journal of Environmental Research Public Health*, 17(22), 8434 Retrieved from DOI:10.3390/ijerph17228434.
- Lowenstein, A., & Katz, R. (2010). Family and Age in a Global Perspective. In D. Dale & P. Chris (Eds.), *The SAGE Handbook of Social Gerontology* (pp.190-201). Thousand Oaks: Sage.
- Mohammad., Abbas Uddin, & Anowarul., Jalal Bhuiyan. (2019). Development of the family support scale for elderly people. *Moj Gerontology & Geriatrics*, 4 (1), 17-20.
- Ni Putu Kamaryati, & Porntip Malathum. (2020). Family Support: A Concept Analysis, *Pacific Rim Int J Nurs Res*, 24(3), 403-411.
- Prapaipanich, N. & Tangtammaruk, P. (2021). An exploratory study of the subjective well-being of people who provide care for family members. *Humanities, Arts and Social Sciences Studies*, 21(2), 338-345.

- Shu Z, Xiao J, Dai X, Han Y, & Liu, Y. (2021). Effect of family upward intergenerational support on the health of rural elderly in China: Evidence from Chinese Longitudinal Healthy Longevity Survey. *PLoS ONE* 16(6): e0253131. Retrieved from <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0253131>.
- Tomini, F, Groot, W, & Tomini, S, M. (2016). Informal care and gifts to and from older people in Europe: the interlinks between giving and receiving. *BMC Health Serv Res.*; 16, 603-613.
- Turner. J., H. (1986). *The Structure of Sociological Theory*. (4thed.). Homewood, IL: The Dorsey
- L, Di X, & Dai X. (2020). Family Support, Multidimensional Health, and Living Satisfaction among the Elderly: A Case from Shanxi Province, China. *International Journal Environmental Research and Public Health*, 17 (22), 8434. Retrieved from [doi:10.3390/ijerph17228434](https://doi.org/10.3390/ijerph17228434)



SVIT

คณะวิศวกรรมศาสตร์
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

คณะศึกษาศาสตร์
และศิลปศาสตร์

คณะบริหารธุรกิจ

คณะรัฐประศาสนศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ

55-56 ม.7 ซ.สามมิตร ต.หนามแดง-บางพลี ต.บางพลีใหญ่

อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540

โทรศัพท์ 02-3373341-3

www.svit.ac.th