



ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

SVIT TJ



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 10 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2567

Vol.10 No.2 June – December 2024

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.อนุสรณ์ นามประดิษฐ์

ดร.วริศนันท์ เดชปานประสงค์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)

อธิการบดีสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย

สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ

กองบรรณาธิการ

1. ศาสตราจารย์ ดร.สุภาภรณ์ จันทวานิช

2. รองศาสตราจารย์ ดร.กัลยา วาณิชบัญชา

3. รองศาสตราจารย์ ดร.อิสสระ สุวรรณบล

4. รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐภูมิ 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.ศรัณยา 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 ตันวิบูลย์

สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ

คณะกรรมการกลั่นกรองบทความ (Peer review)

1. รองศาสตราจารย์ ดร.วรกาญจน์ สุขสดเขียว มหาวิทยาลัยศิลปากร
2. รองศาสตราจารย์ ดร.ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
3. รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวงศ์ พูนผล มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
4. รองศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
5. รองศาสตราจารย์ ดร.ปิ่นกนก วงศ์ปิ่นเพชร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
6. รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิเทพ ปิติพรเทพิน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
7. รองศาสตราจารย์ ดร.อิทธิพัทธ์ สุวทันพรกุล มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีทัต ตรีศิริโชติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิภา นิรุตติกุล มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์ มหาวิทยาลัยบูรพา
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิญา สุพิชญ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษ จรินทร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุจิรัตน์ พัฒนถาบุตร มหาวิทยาลัยขอนแก่น
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิศร ศิริ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุนทร สุวรรณละออง มหาวิทยาลัยบูรพา
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัทมาวรรณ จินดารักษ์ มหาวิทยาลัยพายัพ
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรมงคล นิมจิตต์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุทัยรัตน์ เมืองแสน มหาวิทยาลัยศรีปทุม
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรวิทย์ เขมะพันธุ์มนัส มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภาพรณ ัญญา มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรดา เกิดประทุม มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวิน วงศ์อุไร มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญญาดา นาสมบูรณ์ สถาบันเทคโนโลยีไทยญี่ปุ่น
24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศจี จิระโร มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิเฟซาน ระเด่นอาหมัด สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรวิญญ์ องค์กรสิงห์ มหาวิทยาลัยรังสิต
27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรินทร์ บุญเลิศฉนิชัย นักวิชาการ ธนาคารกสิกรไทย
28. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรัญญา แสงอัมพร มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
29. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วลัยพร สุขปลั่ง มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
30. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวรรณี จริยพร สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ
31. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์เทพ จิระโร วิทยาลัยนานาชาติเซนต์เทเรซา
32. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศินันท์ ศิริธาดากุลพัฒน์ มหาวิทยาลัยบูรพา
33. Asst.Prof.Dr.Will P.Wall Stamford International University
34. ดร.ศุภสิทธิ์ เลิศบัวสิน มหาวิทยาลัยบูรพา
35. ดร.ธัชชพรรณ ศิริเวช นักวิชาการ
36. ดร.วัชรศักดิ์ เถลิสมุขสันต์ นักวิชาการ
37. ดร.ณพิชญา เนติโฉม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

38. ดร.วิทยา ปิ่นทอง	สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ
39. ดร.ณัฐพล บัวเปลี่ยนสี	มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์
40. ดร.สมิตตา กลิ่นพงศ์	มหาวิทยาลัยรังสิต
41. ดร.รชฏ จันทรน้อย	มหาวิทยาลัยบูรพา
42. ดร.สุชาติณี สุศิวั	มหาวิทยาลัยมหิดล
43. ดร.ไพรินทร์ ทองภาพ	มหาวิทยาลัยบูรพา
44. ดร.กฤษดา เขียววัฒนกุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
45. ดร.ดนุพล แสงนาค	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
46. ดร.ชเนตติ พุ่มพฤษ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
47. ดร.ประกาย วุฒิพิพัฒน์พงศ์	นักวิชาการ
48. ดร.สุดใจ เขียนภักดี	สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ
49. ดร.มานพ แสงจำนงค์	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

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 10 และฉบับนี้เป็นฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม 2567 บทความในวารสารเล่มนี้เกี่ยวกับการบริหาร การศึกษาการบริหารธุรกิจกฎหมายการท่องเที่ยวและวรรณกรรมด้านภาษารวมทั้งสิ้น 30 บทความ บทความ ที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารฉบับนี้ได้ผ่านการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิที่เชี่ยวชาญเฉพาะสาขาที่มาจาก หลากหลายสถาบัน จำนวน 3 ท่าน เพื่อให้ได้บทความที่มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานกองบรรณาธิการ วารสารวิชาการเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) หวังเป็นอย่างยิ่งว่าวารสาร ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ในมุมมองประเด็นต่าง ๆ ทางวิชาการและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของนักวิจัยนักวิชาการ และผู้อ่านทุกท่านจึงขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิและทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐาน วารสารฯ ฉบับนี้

ดร.ชาลิณี ปุทฺถผลงาม
บรรณาธิการ

สารบัญ

	หน้า
บทความวิจัย	
1 บทบาทของหมอธรรมในฐานะอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านดงแดง ตำบลดงแดง อำเภอดุสิต จังหวัดปทุมธานี ธนา ภรรยา และ อัญชลี พิเชษฐพันธ์	1
2 การพัฒนาทักษะการบวกและลบจำนวนนับไม่เกิน 100 โดยใช้ชุดเกมฝึกทักษะของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนเอกชน ปัญญาภรณ์ พุฒิดาจารย์ และ มนูญพงศ์ ชัยพันธุ์	15
3 ซอฟต์แวร์เวอร์ทางการกีฬาที่ส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย ปัทมทิยา สิงห์คราม นลินีวรรณ ประพันธ์ และ ภาณุวัฒน์ ยาวศิริ	26
4 การพัฒนาทักษะการนับจำนวนเพิ่มและลดของเด็กปฐมวัยชั้นอนุบาลปีที่ 3 โดยใช้ชุดกิจกรรม “Kids with Math” อนงค์ลักษณ์ ประทัดธง และ มนูญพงศ์ ชัยพันธุ์	37
5 คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวตำบลอ่าวนาง อำเภอมะนัง จังหวัดกระบี่ ณัฐนิช เจ้ยทอง ศลิษา บุญเกื้อ สุภาวดี สัมเชื้อหวาน อัญชก มณีฉาย และ ณพิชญา เฉิดโถม	48
6 ความต้องการในการติดตั้งระบบโทรทัศน์วงจรปิดของผู้ประกอบการภาคการผลิตและการบริการที่ใช้แรงงานต่างด้าว 3 สัญชาติในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก นที คงห้วยรอบ และ ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์	59
7 แนวคิด BCG เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน กรณีเสื้อผ้าจากเศษผ้าในตลาดไทย กุลวดี ล้อมอุสนโน อสนีย์ สาแม รพีพรรณ เตชะพัฒนสกุล และลภัสวัฒน์ คุมูลกุลนันท์	72
8 การมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 ของสำนักงานราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ พรรษา บุณยะพิมพ์ และ พรพรรณ เหมะพันธุ์	88
9 ความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางอารมณ์ ความผูกพันในงาน และประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงานในธุรกิจโรงแรมในจังหวัดชลบุรี ปนัดดา จันเพชร ศิริวรรณ ภิญโญสิริพันธุ์ และ พรรรัตน์ แสงหาญ	105
10 การทดสอบผลกระทบของเหตุการณ์วันของสัปดาห์ต่อผลตอบแทนของกองทุนรวมดัชนี SET50 ในประเทศไทย คันสนีย์ แซ่ลื้อ และ สรศาสตร์ สุขเจริญสิน	120

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

11	ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร ปวิตร จงนภาศิริกูร และ ชาญเดช เจริญวิริยะกุล	134
12	การประเมินหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561) คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ปรีชนันท์ เจริญอาภรณ์วัฒนา, จินตภา ลีนิวา, ไพรินทร์ ทองภาพ, วทีญญ สุวรรณเศรษฐ์, และ เชมญา คินีมาน	147
13	ผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์จากโครงการซื้อหุ้นคืน: ขนาดสำคัญหรือไม่ สิริวิทย์ วรวิงค์ และ สรศาสตร์ สุขเจริญสิน	162
14	คุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจระดับชั้น ประทวน สังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 2 รัชพล กิตติคุณชนก และ ชาญเดช เจริญวิริยะกุล	177
15	แนวทางการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรในการบริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี มนัญญ โต้ะอาจ	192
บทความวิจัย (ภาษาอังกฤษ)		
1	THE IMPACTING FACTORS OF STUDENT PERFORMANCE IN APPLYING EXPERIENTIAL TEACHING METHODS TO PROMOTE LABOR EDUCATION AT VOCATIONAL COLLEGES IN CHENGDU, CHINA <i>Jiasheng Jiang</i>	209
2	A CASE STUDY OF GENERATION X'S REPURCHASE INTENTION ON ONLINE SHOPPING PLATFORM IN THAILAND <i>Chayapon Chantaphakul</i>	226
3	CHALLENGES AND STRATEGIES IN IMPLEMENTING A CENTRAL CLEARING HOUSE FOR UNIFIED TICKETING IN BANGKOK METROPOLITAN REGION'S PUBLIC TRANSPORT <i>Atipon Satranarakun Tanpat Kraiwanit Nutchapon Prasertsoong and Piyawat Techapatimanond</i>	241

หน้า

4	EXPLORING FACTORS INFLUENCING THE INTENTION TO USE E-LEARNING MANAGEMENT SYSTEMS AMONG VULNERABLE WOMEN IN DEVELOPING COUNTRIES: A STUDY OF NON-PROFIT ORGANIZATION PARTICIPANTS <i>Anna Kazanskaia</i>	253
5	DETERMINANTS OF BEHAVIOR INTENTIONS AND USE BEHAVIOR OF CHINESE TOURISTS TOWARDS TOURISM APPS <i>Ruiheng Guo</i>	269
6	HOW POSTGRADUATE STUDENTS ADOPT LIVESTREAM SHOPPING?: A CASE STUDY IN CHENGDU, CHINA <i>Yizhen Yuan</i>	285
7	ENHANCING JOB SATISFACTION OF UNIVERSITY TEACHERS IN SICHUAN, CHINA <i>Zhang Huaiwen</i>	301
8	KEY INFLUENCERS OF INTENTION TO USE SOCIAL MEDIA AMONG UNDERGRADUATES IN CHENGDU, CHINA <i>Zhang Sijia</i>	316
9	INVESTIGATING GRADUATE STUDENTS' USEFULNESS, ATTITUDE AND E-SHOPPING INTENTION OF A PUBLIC UNIVERSITY IN GUANGXI, CHINA <i>Lu Xiaojun</i>	332
10	DETERMINANTS OF STUDENTS' ATTITUDE AND ADOPTION INTENTION TOWARDS ELECTRONIC VEHICLES IN ZHEJIANG, CHINA <i>Zhang Qi</i>	346
11	STUDY OF EMPLOYEES' SAFETY BEHAVIOR IN THE PRODUCTION WORKPLACE IN THE PLASTICS INDUSTRY: A CASE STUDY OF A FACTORY IN CHACHOENGSAO PROVINCE <i>Phongdej Khawinpat Nantira Vorakarnchanabun Phubet Promjai Tartip Tongmee Marisa Phoongamkheaw Tanyalak Kawicha Ubonwan Klincheun</i>	365

หน้า

บทความวิชาการ

1	การพัฒนาคุณภาพบริการผ่านการเดินทางของลูกค้าในธุรกิจสายการบิน: มุมมองการให้บริการเพื่อให้เกิดคุณค่าในกลุ่มผู้โดยสารสูงอายุ ชฎาพร จักรทอง อนามัย คำเนตร และ วิไลภา จันทาเป้า	382
2	การจัดการพัฒนาทักษะชีวิตเพื่อการดำรงชีวิตอย่างปกติสุขสำหรับบุคคล ในยุคศตวรรษที่ 21 มณูญพงศ์ ชัยพันธุ์ พิลารัตน์ สังเกต และมานิตย์ ชัยพันธุ์	395
3	Unplugged Coding: การจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะการคิดแก้ปัญหา ของเด็กปฐมวัย บุญยณัฐ บัวราช บิลกิส สุนทรพงษ์ และเดชกุล มัทวานุกุล	410
4	Phenomenon-Based Learning: นวัตกรรมการศึกษาต่อการเรียนรู้ผ่านปรากฏการณ์ อดีต ศิริ พิมพ์พนิต โชติสวัสดิ์ นราศักดิ์ ศิริกาญจนวงษ์ กันตภณ ลำแดงเดช นภสินี นิลพันธ์ และ จินตนา เจริญ	422

บทบาทของหมอธรรมในฐานะอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านดงแดง ตำบลดงแดง อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด

ธน ภรรมา^{1*} และ อัญชลี พิเศษภูณ²

^{1*} นักศึกษาปริญญาเอก, นิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาเทศศาสตรการตลาด มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

² อาจารย์ประจำหลักสูตร, นิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาเทศศาสตรการตลาด มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

*Corresponding author e-mail: Thana.phromsa@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received) 14 มกราคม 2567

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 11 กุมภาพันธ์ 2567

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 19 กุมภาพันธ์ 2567

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทของหมอธรรมในฐานะอัตลักษณ์ของชุมชนภาคอีสาน โดยใช้วิธีการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลจำนวน 25 คน พื้นที่การศึกษาคือบ้านดงแดง ตำบลดงแดง อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด เลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจงและแบบบอลลหิมะ ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกด้วยแบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์เนื้อหา และตรวจสอบข้อมูลที่ได้ผ่านการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า

ผลการวิจัยพบว่า อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน บ้านดงแดง ตำบลดงแดง อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด การเกิดวัฒนธรรมของชุมชนได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมหมอธรรม ด้วยการดำเนินวิถีชีวิตชุมชนที่ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันวัฒนธรรมหมอธรรมเป็นตัวกลางในการดำรงอยู่และสืบทอดวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชุมชน วัฒนธรรมหมอธรรมผสมผสานร่วมกันกับพระพุทธศาสนา ก่อเกิดความเชื่อ และความศรัทธาของคนในชุมชน ผ่านผู้ประกอบการอย่างหมอธรรม วัฒนธรรมหมอธรรมเป็นศูนย์กลางทางด้านจิตใจ เป็นที่ยึดเหนี่ยวของผู้มีความทุกข์ทางกายและทางใจ เป็นวัฒนธรรมของการประกอบพิธีกรรม จากการศึกษาอัตลักษณ์ทั้งทางด้านวิถีชีวิตและภูมิปัญญาของวัฒนธรรมหมอธรรม ทำให้สามารถวิเคราะห์ บทบาทของวัฒนธรรมหมอธรรมในปัจจุบันได้ทั้งหมด 10 บทบาท ได้แก่ 1. บทบาทในการเป็นผู้นำในการประเพณี และปฏิบัติตัว 2. บทบาทในการความสามัคคี 3. บทบาทในการสร้างและยกระดับวัฒนธรรมของชุมชน 4. บทบาทในการให้ความรู้ภูมิปัญญา ข้อมูลข่าวสาร 5. บทบาทในฐานะศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญาแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรม 6. บทบาทในการอบรมสั่งสอน 7. บทบาทในการเป็นที่พึ่งทางจิตใจ 8. บทบาทในการอนุรักษ์และสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น 9. บทบาทในสืบทอดประเพณีชุมชน และ 10. บทบาทในการเชื่อมโยงศาสตร์ความเชื่อการรักษาแบบสมุนไพรและการรักษาพยาบาลแบบยาแผนปัจจุบัน

คำสำคัญ: หมอธรรม อัตลักษณ์หมอธรรม วัฒนธรรมหมอธรรมอีสาน

THE ROLE OF MODHUM AS BAN DONG DANG COMMUNITY IDENTITY, DONG DANG SUB-DISTRICT, JATURAPHAKPHIMAN DISTRICT, ROI ET PROVINCE

Thana Phromsa^{1*} and Anchalee Pichedpan²

^{1*} Student of Doctor of Communication Art in Marketing Communication ,UTCC

²Lecturer of Doctor of Communication Art in Marketing Communication ,UTCC

*Corresponding author e-mail: Thana.phromsa@gmail.com

Abstract

The objective of this article is to study the role of Modhum as the community identity by using qualitative research design. The key informant consisted of 25 persons. The area studied was Ban Dong Dang, Dong Dang sub-district, Jaturaphakphiman district, Roi Et province. The sample was selected by purposive and snowball sampling methods. An in-depth interview through structured questionnaires was used for data collection. Data were analyzed using content analysis and triangulation was used to test the validity of the data obtained.

The research result revealed that the cultural identity of Ban Dong Dang Community, Dong Dang sub-district, Jaturaphakphiman district, Roi Et province was influenced by Modhum culture based on living a community lifestyle from the past to the present. Modhum culture is the medium for maintaining and passing on community culture and wisdom. Modhum culture was combined with Buddhism, creating belief and faith among people in the community through ritual practitioners known as “Modhum”. Modhum culture is the center of the mind, the anchor of people who suffer physically and mentally, and the culture of rituals. According to the study on the identity in terms of lifestyle and the wisdom of Modhum culture, current Modhum culture could be analyzed in 10 roles as follows: 1. The role of leadership in behaving and conducting oneself. 2. The role in unity. 3. The role in creating and uplifting community culture. 4. The role in giving knowledge, wisdom, and information. 5. The role of being a local wisdom and cultural learning center. 6. The role in teaching. 7. The role of being the spiritual anchor. 8. The role in conserving and reflecting local identity. 9. The role in carrying on community traditions, and 10. The role in linking the belief in herbal medicine and the belief in modern medicine.

Keywords: Modhum, Modhum Identity, Modhum Isan Culture

ความสำคัญและที่มาของงานวิจัย

วัฒนธรรมความเชื่ออยู่คู่กับสังคมไทยมาอย่างยาวนาน และเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างมหาศาล ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2563 – 2565 มีรายได้รวมจากธุรกิจกิจกรรมด้านความเชื่อ เพิ่มขึ้นกว่า 113 % และมีสินทรัพย์ทางธุรกิจเพิ่มขึ้นกว่า 50 % (ไทยพีบีเอส, 2566, ออนไลน์) ทั้งนี้ความเชื่อในศาสตร์เร้นลับ การบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การเสริมดวง สะเดาะเคราะห์ กำลังได้รับความนิยมที่เพิ่มสูงขึ้น อันเนื่องมาจากภาวะเศรษฐกิจที่มีความผันผวน รวมทั้งช่วงหลังของการแพร่ระบาดของโรคอุบัติการณ์ใหม่ โควิด 19 อันตรายจากปัญหาสิ่งแวดล้อม ความเหลื่อมล้ำทางสังคม การศึกษา หรือสถานการณ์ที่ส่งผลต่อชีวิตประจำวันของคน เป็นผลทำให้อุตสาหกรรมด้านความเชื่อสร้างรายได้และผลกำไรมากขึ้น อุตสาหกรรมความเชื่อเติบโตอยู่ท่ามกลางโลกของทุนนิยม และหล่อหลอมรวมเข้ากับยุคปัจจุบันอย่างมีลักษณะเป็นพลวัต ความเชื่อผ่านการผลิตซ้ำผ่านกลไกการตลาดและกลไกของสื่อสารมวลชนในการแพร่กระจายปรากฏการณ์ด้านความเชื่อ การผลิตซ้ำของความเชื่อความศักดิ์สิทธิ์ทั้งวัตถุมงคล พิธีกรรม การขอไหว้ได้รับ ฯลฯ มาจากพื้นฐานความเชื่อและความศรัทธา และความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจของยุคปัจจุบัน โดยอุตสาหกรรมด้านความเชื่อไม่ได้แบ่งแยก เรื่อง ของอายุ ชนชั้น อาชีพ และการศึกษา (ศิริวรรณ สิทธิกา, 2566, ออนไลน์)

พิธีกรรมและความเชื่อเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของสังคมไทย โดยพิธีกรรมที่ผู้คนคุ้นเคยกันเป็นอย่างดี คือ พิธีกรรมทางพระพุทธศาสนา เพราะคนไทยเองมีการนับถือศาสนาพุทธกันมาอย่างยาวนาน วัฒนธรรมท้องถิ่นด้านพิธีกรรมเองก็มีการสืบทอดกันมาอย่างยาวนาน พิธีกรรมตามพจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน (2555, ออนไลน์) ให้ความหมายไว้ว่า “พิธีกรรม” หมายถึง การบูชาแบบอย่าง หรือแบบแผนต่าง ๆ ที่ปฏิบัติในทางศาสนา

วิถีชีวิตชุมชนอีสานนั้น มีลักษณะของความเชื่อที่ผสมผสานอยู่ระหว่าง พุทธศาสนา พราหมณ์ และความเชื่อเรื่องผี โดยเรื่องความเชื่อมีการปฏิบัติสืบทอดกันมาอย่างยาวนาน และกลายเป็นวัฒนธรรมที่อยู่บนการดำรงชีวิต ความเชื่อเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างแรงบันดาลใจ โดยเฉพาะความเชื่อในอำนาจของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ความลึกลับ หรือแม้กระทั่งเรื่องของโชคชะตา ดังนั้นความเชื่อจึงเป็นพื้นฐานของการสร้างแรงศรัทธา การเคารพสักการะรวมไปถึงการกำหนดพฤติกรรมของสมาชิกสังคมด้วย Piyaluk Potiwan, (2020, p.104) พิธีกรรมท้องถิ่นของภาคอีสานมีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิตของคนในท้องถิ่น ตั้งแต่การเกิด แก่ เจ็บ ตาย โดยเกี่ยวข้องกับผีปอบตา ผีปู้ ผียา ผีบ้าน ผีเรือน ผีไร่ ผีนา ผีป่า หรือผีร้ายอื่น ๆ ตามวัฒนธรรมของแต่ละแห่งที่มีความเชื่อผสมผสานอยู่ ทั้งศาสนาพุทธ ศาสนาพราหมณ์ และผี โดยมีความกลมกลืนกับวิถีชีวิตของชาวบ้านโดยไม่มี ความขัดแย้ง เป็นการเสริมซึ่งกันและกัน มีการจัดลำดับด้านความสำคัญและหน้าที่ในการปฏิบัติในการอยู่ร่วมกันของชุมชนผ่านพิธีกรรม โดยผู้ทำหน้าที่หลักในการทำพิธีกรรมในชุมชนคือ หมอธรรม (พระมหาปรีชา เขมนนโทและคณะ, 2560, น.105)

หมอธรรม มาจาก คำว่า หมอ + ธรรม หมอ คือ ผู้มีความรู้ความสามารถ เชี่ยวชาญ ในเฉพาะเรื่องนั้น ๆ สำหรับคำว่า ธรรม คือ ผู้ที่ปฏิบัติตัวอยู่ในศีลธรรม และมีเวทมนต์คาถาประเภทหนึ่ง ใช้สำหรับป้องกัน ขับไล่ภูตผี หมอธรรมจึงมีความหมายโดยรวมว่า ผู้รู้เรียนสายมนต์คาถาทางพุทธเวทย์และไสยเวทย์ และปฏิบัติตัวอยู่ในคุณธรรมจริยธรรม มีศีลมีธรรม ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ชายสูงอายุ หรือเป็นพระภิกษุ (ปฐมพงศ์ ลิ้มเจริญ, 2558, น.32) อีกทั้ง จิรายุทธ ทรัพย์สินและคณะ (2561, น.18) ได้กล่าวว่า หมอธรรม หมายถึง หมอพื้นบ้านที่มีหน้าที่ในการดูแลรักษาสุขภาพของคนในท้องถิ่นอีสาน มีความรู้และวิธีการรักษาที่สัมพันธ์กับวิถีชีวิตสภาพแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมของท้องถิ่น ซึ่ง “หมอ” หมายถึงผู้มีความรู้ความสามารถเชี่ยวชาญในเรื่องเฉพาะนั้น ๆ และ “ธรรม” หมายถึงเวทมนตร์คาถา ประเภทหนึ่ง ใช้สำหรับป้องกัน ขับไล่ภูตผี

นอกจากนั้นการเข้ามาของความเจริญในรอบด้าน มีการอพยพจากพื้นที่ชนบทสู่สังคมเมืองด้วย ภาวะความยากจนที่เพิ่มมากขึ้น มีส่วนที่ทำให้วัฒนธรรมย่อยของชุมชนเริ่มจางหายไปในยุคปัจจุบัน ดังที่ จิรายุ ทรัพย์สิน และคณะ (2560, น.51) ศึกษาเรื่อง หมอธรรม : การผสมกลมกลืนทางวัฒนธรรมบนพื้นฐาน ความเชื่อ ประเพณี วัฒนธรรม พบว่าภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของสังคมและเทคโนโลยี ชุมชนและ วัฒนธรรมท้องถิ่นได้รับผลกระทบอย่างรอบด้าน หมอธรรมเป็นหนึ่งในวัฒนธรรมของชุมชนที่กำลังจะสูญ หายไป โดยหมอธรรมเป็นภูมิปัญญา วัฒนธรรมความเชื่อของคนในชุมชนที่สามารถเป็นฐานในการพัฒนา ชุมชนและความเข้มแข็งของชุมชนอย่างยั่งยืนได้ ควรตระหนักให้เห็นคุณค่าความสำคัญของวัฒนธรรมหมอ ธรรม อนุรักษ์ ส่งเสริม บูรณาการ และเก็บรักษา เพื่อให้พิธีกรรมที่ทรงคุณค่าเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สำคัญ อยู่คู่กับวิถีชีวิตของชุมชนตลอดไป

วัฒนธรรมความเชื่อเป็นอัตลักษณ์ที่จับต้องไม่ได้ เป็นอัตลักษณ์ในเชิงนามธรรม แต่อัตลักษณ์ สะท้อนถึงคุณค่าและบทบาทหน้าที่ของวัฒนธรรมหมอธรรม ซึ่งอันเป็นระบบคุณค่าซึ่งประกอบด้วยตัวของ คุณค่าหล่อหลอมให้ชุมชน ครอบครัวยุค มีกฎระเบียบ จารีตประเพณี วิถีปฏิบัติของผู้คนในชุมชนให้เป็นสุข สงบ ร่มเย็น และเกิดความสามัคคีในชุมชน (บุรณ์ชน สุขคุ้ม, 2564, น.1075)

การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมก็เป็นไปอย่างรวดเร็ว วัฒนธรรมบางประเภทสามารถดำรงอยู่ได้บาง ประเภทไม่สามารถดำรงอยู่ได้และกำลังจะสูญหายในสภาวะการณ์ปัจจุบัน พรรณิศา ชันธพัทธ์และคณะ (2558, น.173) กล่าวว่า อัตลักษณ์ของวัฒนธรรมที่สูญหายก็จะเป็นไม่สามารถดำรงอยู่ได้ เพราะวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ และอัตลักษณ์เป็นสิ่งที่สำคัญที่จะทำให้วัฒนธรรมความเชื่อคงอยู่ และดังที่ พุทธินันท์ บุญเรือง (2560, น.15) พบว่าภายใต้การพัฒนาเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ชุมชนท้องถิ่นที่มี การพัฒนาในมิติต่าง ๆ ทำให้วัฒนธรรมท้องถิ่น ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม ประเพณี มีการเปลี่ยนแปลง ไปอย่างมาก การตระหนักถึงการสืบทอดวัฒนธรรมท้องถิ่นจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง อัตลักษณ์ที่มีความเป็น เฉพาะอย่างวัฒนธรรมหมอธรรมที่อยู่เบื้องหลังการดำเนินชีวิตของผู้คนในชุมชนจึงเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มี ความสำคัญ

จากประเด็นและปัญหาการดำรงอยู่และการสืบทอดของวัฒนธรรมหมอธรรม ผู้วิจัยเกิดความสนใจ ที่จะศึกษาบทบาทในฐานะอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมหมอธรรม โดยมุ่งเน้นที่จะศึกษาอัตลักษณ์เบื้องหลังของ หมอธรรมที่อยู่คู่กับวิถีชีวิตชุมชน เพื่อให้มีการบันทึกองค์ความรู้ในบทบาทของวัฒนธรรมที่ชุมชนทำ ร่วมกันเป็นลายลักษณ์อักษร และเอกสารทางวิชาการ รวมทั้งการรักษาการดำรงคงอยู่ของวัฒนธรรมความเชื่อ ท้องถิ่นที่ทรงคุณค่ากับวิถีชีวิตของชุมชนชาวอีสาน เพื่อเป็นส่วนสำคัญในการอนุรักษ์ฟื้นฟู วิถีชีวิตและ อัตลักษณ์ด้านภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น และเสริมสร้างการพัฒนาชุมชนและประเทศชาติต่อไป

บททวนวรรณกรรม

แนวความคิดเกี่ยวกับหมอธรรมและหมอพื้นบ้าน

สารานุกรมวัฒนธรรมไทยภาคอีสาน เล่มที่ 9 (2542, น.3136) ได้กล่าวถึง หมอธรรม ไว้ว่าเป็น ผู้ที่เรียนคาถาอาคมและปฏิบัติตัวอยู่ในศีลธรรม เป็นบุคคลที่ชาวบ้านให้ความเคารพนับถือ ชาวบ้านมักให้ หมอธรรมผูกฝ้าย รดน้ำมันต์พร้อมๆ กับรักษาด้วยวิธีการอื่นด้วย เช่น อาจใช้สมุนไพรมาช่วยในการรักษา เป็นต้น

สอดคล้องไปในทางเดียวกันกับ ปฐมพงศ์ ลิ้มเจริญ (2558, น.32) ที่ได้กล่าวถึง หมอธรรม คือผู้ที่ เรียนคาถาอาคมและปฏิบัติตัวอยู่ในศีลธรรม เป็นบุคคลที่ชาวบ้านให้ความเคารพนับถือ โดยชาวบ้านที่อยู่ในการรักษาของหมอธรรมจะเชื่อว่าพลังอำนาจของธรรมชนะอำนาจของผีทั้งปวง

ผู้วิจัยสรุปได้ว่า หมอธรรม ตามความเชื่อของชาวท้องถิ่นนั้น เป็นผู้ที่มีความสามารถในด้านคาถาอาคมในการปิดเป่าสิ่งชั่วร้ายที่เข้ามาทำให้ร่างกายของชาวบ้านจนเกิดการเจ็บป่วย โดยใช้วิธีตามจารีตประเพณีในท้องถิ่นเข้าร่วมกับการประกอบพิธีกรรมตามความเชื่อนั้นให้ผู้ที่เจ็บป่วย อีกทั้งหมอธรรมยังเป็นอีกหนึ่งจุดศูนย์รวมในด้านร่างกายและจิตใจของคนในท้องถิ่น เนื่องจากเป็นผู้เป็นหมอธรรมจะได้รับการนับถือจากคนในท้องถิ่นผ่านการปฏิบัติตามความเชื่อ

แนวคิดเกี่ยวกับคตินชาวบ้าน

ศิริพร ณ ถลาง (2563, น.359-414) กล่าวว่า ข้อมูลทางคติชนวิทยามีบทบาทหน้าที่ในสังคมในฐานะที่เป็นข้อมูลทางวัฒนธรรมได้ด้วยเช่นกัน โดยข้อมูลทางวัฒนธรรมได้ดังนี้

1. คติชนมีบทบาทในการอธิบายถึงการกำเนิดและอัตลักษณ์ของกลุ่มชนและพิธีกรรมต่าง ๆ โดยเฉพาะตำนานในพื้นที่บ้าน

2. คติชนมีบทบาทในการให้การศึกษา อบรมระเบียบสังคม และรักษาบรรทัดฐานทางพฤติกรรมของผู้คนในสังคม ในสังคมที่ไม่มีตัวหนังสือใช้ (Nonliterate Societies) หรือสังคมที่มีตัวหนังสือใช้ก็ตาม มักมีการใช้ประเพณีเป็นตัวบอกเล่าเรื่องราวในการถ่ายทอดวัฒนธรรม โดยมีบทบาทดังนี้

- 1) บทบาทคติชนในการถ่ายทอดเรื่องราวเกี่ยวกับ “ท้องถิ่น” คติชนทำหน้าที่ “ให้ความรู้”
- 2) บทบาทคติชนในการให้ความรู้ และเสริมสร้างปัญญา
- 3) บทบาทคติชนในการอบรมระเบียบสังคม ปลุกฝังค่านิยม และรักษาบรรทัดฐาน

3. คติชนมีบทบาทในการเป็นทางออกให้กับความคับข้องใจของบุคคล อันเกิดจากกฎเกณฑ์ทางสังคมโดยเฉพาะนิทานพื้นบ้านที่สามารถเป็นทางออกให้กับความรู้สึกขัดแย้งในครอบครัวได้

จากการได้ศึกษาถึงคติชนแล้ว จะเห็นได้ว่ามีความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเป็นอย่างมาก เนื่องจากคติชนเป็นพื้นฐานสำคัญในการขับเคลื่อนผู้คนในสังคมนั้น ๆ ให้เกิดการเรียนรู้ถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ภายในสังคมนั้น ๆ ด้วย ผ่านกระบวนการทางปัญญาที่ส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่นด้วยกระบวนการและวิธีต่าง ๆ

แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ชุมชน

อินทิรา พงษ์นาค (2558, น.513) กล่าวว่า อัตลักษณ์เป็นทั้งระดับปัจเจกบุคคล และอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่ม ซึ่งอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่มนั้นถูกสร้างขึ้น บนพื้นฐานของความเหมือน ภายในกลุ่มสมาชิก ซึ่งทำให้สมาชิกได้ตระหนักและเข้าใจว่าลักษณะร่วมของกลุ่มนั้น แตกต่างจากกลุ่มอื่นอย่างไร อัตลักษณ์ในการร่วมกลุ่ม เป็นกระบวนการสร้างสำนึกร่วมกันของ กลุ่มในสังคม โดยการสร้างสำนึกดังกล่าวจะสามารถสร้างและปรับเปลี่ยนได้ โดยอาศัยลักษณะที่ถูกสร้างขึ้นในระบบวัฒนธรรมของกลุ่ม ทำให้เกิดการดำรงรักษาและปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ จากบทบาทของสังคมและวัฒนธรรมนั้น ๆ การที่จะนำมาสร้างเป็นอัตลักษณ์ได้ ในจุดนี้ต้องอาศัยระดับปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและวัฒนธรรมที่เป็น พื้นที่ยอมรับและการรับรู้ของปัจเจก ซึ่งขณะเดียวกัน ก็จะเกี่ยวพันถึงโครงสร้างของสังคมซึ่ง ในแต่ละระดับจะมีพลวัตภายในและประวัติศาสตร์พัฒนาการเป็นของตัวเอง (อภิญา เพื่องฟูสกุล, 2546, น 86)

ผู้วิจัยสรุปใจความว่า เมื่อศึกษาในความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ความหมายของการประกอบสร้างของอัตลักษณ์ ที่มีได้เป็นเพียงการรวมกลุ่มกันของความเหมือนของปัจเจก แต่ซ่อนโครงสร้างที่ซับซ้อนไว้มากมายในความเป็นอัตลักษณ์ เช่น วัตถุประสงค์ของกลุ่ม การได้รับการยอมรับ ความรู้สึกร่วม ที่โอบล้อมไปด้วยจารีต ประเพณี วัฒนธรรม เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับบทบาท (Role model)

แนวคิดเรื่องบทบาทที่ถูกอธิบายไว้หลากหลายแนวทางนั้น หากมองด้วยแกนความหมายหลักจะเห็นว่าตามพจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน (ออนไลน์, 2555) ได้ให้ความหมายว่าบทบาทนั้นคือ “การทำตามหน้าที่ที่กำหนดไว้” ทว่าหากแยกออกไปตามการตีความออกไปจะเห็นชัดมากขึ้น เช่น ในทางสังคมวิทยา จะให้ความหมายในเชิงการแสดงออกของบุคคลที่เป็นไปตามความคาดหวังของสังคม ซึ่งอาจจะแสดงออกได้ทั้งในทางที่บุคคลเลือกปฏิบัติเอง หรือแสดงออกมาโดยไม่รู้ตัว ซึ่งมีภาระผูกพันไปถึงการมีหน้าที่ที่ตามมาในแต่ละบทบาทนั้นด้วย หากมองถึงปัจจัยที่มาพร้อมกับบทบาทนี้ จะมองได้ 4 ประการ คือ 1) ความคาดหวังในบทบาท (Role Expectation) 2) การรับรู้บทบาท (Role Perception) 3) การยอมรับบทบาทของบุคคล (Role Acceptance) และ 4) การปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ของบุคคล (Role Performance) ซึ่งการจะปฏิบัติตามบทบาทได้มากน้อยเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับการยอมรับในบทบาทของบุคคลนั้นๆ (Allpor, 1961, p.184)

สอดคล้องในทางเดียวกันกับการศึกษาของ สุเมษย์ หนกหลัง (2558) ที่มองว่า เมื่อมนุษย์รวมกลุ่มกันมนุษย์จะกำหนดโครงสร้างทางสังคมขึ้นเพื่อให้ชุมชนอยู่รอด “บทบาท” เป็นตำแหน่งฐานะในโครงสร้างทางสังคม เพื่อให้บุคคลที่แสดงบทบาทที่ปฏิบัติหรือแสดงพฤติกรรมให้บรรลุเป้าหมายที่สังคมคาดหวังในแต่ละบทบาทที่ได้รับ

ผู้วิจัยสรุปว่า บทบาท เป็นตำแหน่งในโครงสร้างทางสังคมเพื่อแสดงออกตามความคาดหวังของสังคมในแต่ละบทบาท สังคม ซึ่งการแสดงออกก็ย่อมแตกต่างกันออกไปในแต่ละบริบทนั้น ๆ โดยบทบาทนั้นยังเป็นตัวกำหนดขอบเขตของอำนาจในแต่ละหน้าที่ ที่บุคคลแสดงต่อผู้อื่นด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบทบาทของหมอธรรมในฐานะอัตลักษณ์ของชุมชนอีสาน

ขอบเขตของงานวิจัย

การศึกษาเรื่องบทบาทของหมอธรรมในฐานะอัตลักษณ์ของชุมชน เป็นการศึกษาบทบาทของหมอธรรมในฐานะอัตลักษณ์ของชุมชนพื้นที่ บ้านดงแดง ตำบลดงแดง อำเภोजตุรพัตร์พิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นการศึกษาบทบาทหน้าที่รวมถึงอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมหมอธรรม โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ การวิจัยเอกสาร และการสัมภาษณ์เชิงลึก

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้คือ นักวิชาการทางวัฒนธรรม ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้ทรงคุณวุฒิของท้องถิ่น หมอธรรม ผู้ประกอบพิธีกรรมในแขนงศาสตร์อื่นๆ ผู้สูงอายุ พระสงฆ์ในชุมชน และผู้ศรัทธาในความเชื่อหมอธรรม โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลในครั้งนี้ เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และแบบแบบบอลล์หิมะ (Snowball) จากพื้นที่ในการศึกษาของบ้านดงแดง ตำบลดงแดง อำเภोजตุรพัตร์พิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวนผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 25 คน โดยเกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลต้องเป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาในชุมชน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษากการวิจัยในครั้งนี้ กระบวนทัศน์ในการวิจัยเป็นวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ จึงใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการทางมานุษยวิทยาโดยแบบสอบถามที่มีโครงสร้างจากแนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของชุมชน โดยแบ่ง

ประเด็นสัมภาษณ์เชิงลึกออกเป็น 2 ประเด็น คือ ประเด็นด้านอัตลักษณ์วัฒนธรรมหอมธรรมที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของชุมชน และ ประเด็นด้านอัตลักษณ์ที่ส่งเสริมทุนทางภูมิปัญญา และวัฒนธรรม

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยอัตลักษณ์หอมธรรม ออกแบบการบันทึกการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมของหอมธรรม ช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลคือ เดือนตุลาคม 2566 - พฤศจิกายน 2566 ขั้นตอนของการสัมภาษณ์โดยกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์สรุปรายงานผลและตรวจสอบข้อมูลโดยใช้วิธีแบบสามเส้า (Data Triangulation) การเปรียบเทียบและตรวจสอบความแน่นอนของข้อมูลโดยนำข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบเวลา สถานที่ และ บุคคล

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยในวัตถุประสงคนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ ทั้งข้อมูลในส่วนของปฐมภูมิ ทุติยภูมิ และการสัมภาษณ์เชิงลึก วิจัยด้วยการวิเคราะห์ตีความหมายและทำการเข้ารหัสเพื่อเรียบเรียง และใช้วิธีการวิเคราะห์การวิจัยเชิงคุณภาพ Framework ของ Miles and Huberman (1994, p.12) โดยผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบการพรรณนา

ผลการศึกษา

การศึกษาบทบาทของหอมธรรมในฐานะอัตลักษณ์ของชุมชนภาคอีสานผลการวิจัยจากพื้นที่บ้านดงแดง ตำบลดงแดง อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด บ้านดงแดงมี 5 หมู่บ้าน เป็นหมู่บ้านขนาดใหญ่ เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของตำบล เป็นที่ตั้งของ ที่ทำการเทศบาลตำบลดงแดง โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลดงแดง และศูนย์จัดจำหน่ายสินค้าท้องถิ่น (OTOP) มีวัด 4 แห่ง โรงเรียนระดับประถมศึกษา 1 แห่ง ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก 1 แห่ง มีแหล่งน้ำที่อุดมสมบูรณ์ มีพื้นที่ป่าขนาดใหญ่ที่ชาวบ้านให้ความสำคัญในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ การลงพื้นที่ของผู้วิจัย อยู่ในช่วง เดือน ตุลาคม 2566 ซึ่งเป็นช่วงฤดูการเก็บเกี่ยวข้าวนา ผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลจากการศึกษาและลงพื้นที่ออกเป็น 3 ด้าน อันได้แก่ ด้านที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์วัฒนธรรมหอมธรรมด้านวิถีชีวิต ด้านที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์วัฒนธรรมหอมธรรมด้านทางภูมิปัญญาและวัฒนธรรม และด้านที่ 3 บทบาททางสังคมในระดับชุมชนของวัฒนธรรมหอมธรรม

จากการศึกษาพื้นที่ ชุมชนบ้านดงแดง ตำบล ดงแดง อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด ผู้วิจัยได้พบอัตลักษณ์ที่สะท้อนความเป็นตัวตนและวัฒนธรรมหอมธรรมของชุมชนได้อย่างชัดเจน เป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นว่า วัฒนธรรมหอมธรรมเป็นสิ่งที่ทรงคุณค่ากับชุมชน และควรมีการพัฒนาต่อยอดให้เกิดการประชาสัมพันธ์ ให้ผู้ที่สนใจหรือบุคคลทั่วไปได้รับรู้ และตระหนักที่จะอนุรักษ์วัฒนธรรมที่มีคุณค่านี้ไว้ อีกทั้งวัฒนธรรมหอมธรรมยังส่งผลต่อการสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน ได้มีอาชีพเสริมจากอาชีพหลักอย่างการทำเกษตรกรรม การทำวิจัยจึงเป็นส่วนในการช่วยให้ชุมชน ได้มีเผยแพร่ความงดงามของท้องถิ่น ซึ่งเป็นสิ่งที่ชาวบ้านให้ความห่วงใยในภูมิปัญญาและวัฒนธรรมที่มีอยู่ในปัจจุบัน

ผู้วิจัยสรุปได้ว่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน ได้รับอิทธิพลมาจากวัฒนธรรมหอมธรรม ซึ่งเกี่ยวข้องกับการดำเนินวิถีชีวิตที่มีตั้งแต่อดีตจนปัจจุบัน วัฒนธรรมและภูมิปัญญาถูกถ่ายทอดผ่านตัวกลางของวัฒนธรรม คือวัฒนธรรมหอมธรรม วัฒนธรรมหอมธรรมผสมผสานร่วมกันกับพระพุทธศาสนา ก่อเกิดความเชื่อ และความศรัทธาของคนในชุมชน ผ่านผู้ประกอบการอย่างหอมธรรม วัฒนธรรมหอมธรรมเป็นศูนย์กลางทางด้านจิตใจ เป็นที่ยึดเหนี่ยวของผู้มีความทุกข์ทางกายและทางใจ เป็นวัฒนธรรมของการประกอบพิธีกรรม อาทิ การบายศรีสู่ขวัญ การสะเดาะเคราะห์ การสงฆ์น้ำพระ การสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ปกปักษ์รักษาชุมชนในวันเข้าพรรษา ออกพรรษา ประเพณีของชุมชน อาทิ บุญเบิกบ้าน บุญข้าวสาก บุญข้าวประดับดิน

บุญผะเหวด บุญบั้งไฟ ตามจารีตข้อปฏิบัติที่ชุมชนทำร่วมกัน จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมหมอธรรม วัฒนธรรมของหมอธรรมมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน ส่งผลให้ชุมชนรู้จักเคารพ รักษา อนุรักษ์ ทรัพยากรทางธรรมชาติ อย่างเช่น แหล่งน้ำ ป่าไม้ เป็นต้น ในชุมชนมีพิธีกรรมในการบูชา สักการะทรัพยากรเหล่านี้โดยผ่านพิธีกรรมวัฒนธรรมหมอธรรม รวมไปถึงอัตลักษณ์การเกิดหัตถกรรมท้องถิ่นจากการประยุกต์วัฒนธรรมหมอธรรมสู่ความคิดสร้างสรรค์ที่จะส่งผลการสื่อถึงถึงวัฒนธรรมหมอธรรม

อัตลักษณ์วัฒนธรรมหมอธรรมด้านวิถีชีวิต

หมอธรรมในหมู่บ้าน บ้านดงแดง มีเพียง 1 คน คือ หมอธรรมทองคำ เมืองวงษ์ อายุ 84 ปี เป็นคนที่มีศีลธรรมรักษาศีลและถือปฏิบัติได้อย่างเคร่งครัด และมีหมอสูตรอยู่ในชุมชนแห่งนี้ หมอสูตรเปรียบเสมือนเป็นตัวตายตัวแทนในการทำหน้าที่บางอย่างแทนกันได้ หมอธรรมในหมู่บ้านดงแดงแห่งนี้ทำหน้าที่ในการเป็นผู้นำทางด้านศาสนา เป็นศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญาของชุมชน และเป็นผู้นำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับประเพณีวัฒนธรรมของชุมชน โดยวัฒนธรรมหมอธรรมมีความสำคัญกับวิถีชีวิตของคนในชุมชนเป็นอย่างมาก เป็นศาสตร์ความเชื่อพื้นบ้านที่มาอย่างยาวนาน พิธีกรรมวัฒนธรรมหมอธรรมมีความสัมพันธ์กับชุมชน ในประเพณีฮีต 12 คอง 14 อาทิ บุญผะเหวด บุญบั้งไฟ ฯลฯ กล่าวได้ว่าเป็นที่พึ่งพาทางจิตใจ เมื่อคนในชุมชนมีทุกข์ใจ หมอธรรมก็จะมีแนวทางในการแก้ปัญหา แนะนำด้วยธรรม สามารถคลี่คลายเรื่องต่างๆ คนที่เป็นทุกข์ร้อนใจก็ทำให้สบายใจ และส่งผลให้คนในชุมชนมีจิตใจที่ผ่องใส และสุขภาพจิตใจแข็งแรงที่จะต่อสู้กับการทำงานและการดำรงชีวิต นอกจากนี้หมอธรรมยังทำหน้าที่การรักษาโรคด้วยสมุนไพรที่มีมาตั้งแต่อดีต หากเจ็บป่วยจากการพลัดตกที่สูง รถจักรยานยนต์เกิดอุบัติเหตุ การป่วยที่ไม่มีสาเหตุ คนในชุมชนก็จะถือเอาศาสตร์การรักษาของวัฒนธรรมหมอธรรมในการรักษาคนเจ็บป่วยไปพร้อมกับแพทย์แผนปัจจุบัน วัฒนธรรมหมอธรรมเป็นวัฒนธรรมที่มีหมอธรรมเป็นผู้ปฏิบัติ ในการสืบทอด รักษาประเพณีอันดีงามของชุมชน นำมาซึ่งการหล่อหลอมความสามัคคีปรองดองของคนในชุมชน ส่งผลให้วัฒนธรรมหมอธรรมเป็นส่วนสำคัญอย่างมากในวิถีชีวิตของคนในชุมชน

ในปัจจุบันพิธีกรรมหมอธรรม และประเพณีที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมหมอธรรม ที่อยู่ในชุมชนยังคงดำเนินและสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นมาจนปัจจุบัน และมีขั้นตอนการปฏิบัติและแบบแผนในการประกอบพิธีกรรมอย่างชัดเจน และทุกคนในชุมชนล้วนแล้วแต่รู้และทราบว่าหากจะต้องทำพิธีกรรมนี้ ควรจัดเตรียมสิ่งใดบ้างสำหรับพิธีกรรมที่พบได้บ่อยและเห็นในชุมชนบ้านดงแดงมีทั้งหมด 5 พิธีกรรม ได้แก่ พิธีบายศรีสู่ขวัญ พิธีสะเดาะเคราะห์น้อยและเคราะห์ใหญ่ พิธีสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในวันเข้าพรรษา วันออกพรรษา และประเพณีสงกรานต์ในวันสงกรานต์ พิธีบายศรีสู่ขวัญนั้นมักจัดขึ้นในงานมงคลอันได้แก่ งานมงคลสมรส งานสู่ขวัญบายศรีนาค (การบวชพระ) พิธีบายศรีสู่ขวัญงานต้อนรับแขกบ้านแขกเมือง และพิธีกรรมบายศรีสู่ขวัญอันเนื่องมาจากการหายจากอาการไม่สบาย เกิดอุบัติเหตุ หรือพึ่งผ่านพ้นจากเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่จิตใจ เป็นการเรียกขวัญกลับสู่ร่างของผู้ร่วมพิธีกรรม ซึ่งชาวอีสานเชื่อว่าในร่างกายของคนเราทุกคน มีสิ่งที่จับต้องได้คือ ร่างกาย และสิ่งที่จับต้องไม่ได้นั่นคือ ขวัญ พิธีกรรมการบายศรีสู่ขวัญ คนในชุมชนเรียกว่า “สูตรขวัญ” การสู่ขวัญเป็นการเตรียมพานบายศรีสู่ขวัญที่เย็บด้วยใบตอง และเสียบด้วยดอกไม้ที่หาได้ง่ายในชุมชน ทำเป็นหนึ่งชั้น สามชั้น เก้าชั้น แล้วแต่ความสะดวกของผู้จัดทำพิธีกรรม หมอธรรมจะเป็นผู้ทำหน้าที่ในการสวดมนต์คาถาในพิธีกรรมบายศรีสู่ขวัญ และเป็นผู้กำหนด วัน เวลา ในการประกอบพิธีกรรมด้วย

สำหรับพิธีกรรมในการสะเดาะเคราะห์น้อยและเคราะห์ใหญ่ เป็นการนำกระพวงรูปสี่เหลี่ยม ทำจากกาบกล้วย เย็บมุม กั้นห้องเก้าช่อง พร้อมด้วยธงเศวตฉัตรเก้าสี เสียบในกระพวงที่เป็นมุมช่อง ใส่เครื่องควาหวานตามที่หาได้ในชุมชน พร้อมกับการเตรียมขันธ 5 ซึ่งถือว่าเป็นขันธครู เพื่อการสวดบูชาดาวนพเคราะห์ ที่ถือว่าเป็นดาวที่ดูแลดวงและโชคชะตาของทุกคน แต่ก่อนการทำพิธีพิธีกรรมในการสะเดาะเคราะห์นั้น หมอ

ธรรม จะต้องตรวจสอบดวงชะตาและนั่งส่องทางใน หมอธรรมต้องทราบถึงดวงชะตาของผู้ขอทำพิธีกรรมว่ามีเคราะห์ หรือภัยร้ายในชะตาในนพเคราะห์ใด และต้องจัดการประกอบพิธีกรรมให้เป็นตามดวงชะตานั้น

การเคารพสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในวัฒนธรรมหมอธรรม ช่วงของวันเข้าพรรษา และออกพรรษา ในการนำขันดอกไม้ หรือ ขันธ 5 พร้อมด้วยรูปเทียน ไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่บ้านของหมอธรรม เพื่อเป็นการถวายความนอบน้อมกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ปกปักรักษาชุมชน ขอพรให้ลูกหลานได้อยู่ดีกินดีในช่วงเข้าพรรษา และออกพรรษา อีกทั้งยังเป็นการสักการะ ซึ่งเทวดา ภูต ผี ที่ดูแลไร่นา ให้ไร่นานั้นได้อุดมสมบูรณ์ในฤดูกาลปักดำ และฤดูเก็บเกี่ยวในเวลาต่อมา

ด้านวันสงกรานต์พิธีกรรมในการสงฆ์น้ำพระ ชาวบ้านจะนำพระพุทธรูปที่ประดิษฐานที่บ้านของตนที่ตนเคารพกราบไหว้ อัญเชิญมาประดิษฐาน ณ บ้านของหมอธรรม เพื่อทำพิธีที่เรียกว่า “การเอาพระลง” บ้านหมอธรรมจะจัดเตรียมบายศรีปากชาม จำนวน 13 อัน กรวยข้าวตอกดอกไม้ สำหรับการทำพิธีกรรมในการสงฆ์น้ำพระ พระพุทธรูปที่ชาวบ้านเตรียมมาไว้ที่บ้านหมอธรรม จะถูกประกอบพิธีกรรมโดยหมอธรรม ซึ่งหมอธรรมจะกำหนดวันในการสงฆ์น้ำพระ และชาวบ้านจะมารวมตัวกันเพื่อประกอบพิธีกรรมในการสงฆ์น้ำพระที่บ้านหมอธรรมอย่างพร้อมเพรียง พระพุทธรูปของชาวบ้านจะอยู่ที่บ้านหมอธรรมหลังเสร็จพิธีกรรมสงฆ์น้ำพระ 3 คืน หลังจากนั้นชาวบ้านก็จะมาอัญเชิญพระพุทธรูปกลับไปในบ้านของตน และได้ฝ้ายผูกแขน ซึ่งถือว่าเป็นได้สายสิญจน์ศักดิ์สิทธิ์ ชาวบ้านก็จะนำมาผูกข้อต่อแขนให้กับคนมาจากทางไกลที่ไปทำงาน และลูกหลาน คนในครอบครัว เพื่อความเป็นสิริมงคล ทำมา คำขึ้น อีกทั้งยังเป็นขวัญและกำลังใจในการประกอบอาชีพด้วย

สรุปได้ว่าวัฒนธรรมหมอธรรมมีอิทธิพลที่มีความสำคัญต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชนด้านจิตใจของคนในชุมชนเป็นอย่างยิ่ง เป็นวัฒนธรรมที่สร้างขวัญและกำลังใจ เป็นที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจ เป็นความเชื่อและเป็นสิ่งที่ส่งผลให้เกิดความสำเร็จ ในหน้าที่การงาน และความอยู่ดีมีสุขของชีวิต และครอบครัว เปรียบเสมือนเป็นที่พึ่งของคนทุกชั่วรุ่นจากเรื่องต่าง ๆ ทำให้คนที่ทุกข์กายทุกข์ใจ หายจากอาการกังวลทั้งปวง เป็นส่วนในการรักษาเยียวยาทางจิตใจ โดยผู้คนชุมชนไม่ได้คิดหรือจินตนาการไปเองว่าพิธีกรรมของหมอธรรม ช่วยหายจากการเจ็บป่วย เคราะห์ร้าย หรือสิ่งที่เป็นอุปสรรค แต่หากได้พึ่งพิธีกรรมทางหมอธรรมแล้ว กล่าวได้ว่าจากมืดก็กลายเป็นสว่าง หมอธรรมจึงเป็นศูนย์กลางของความสบายใจ และเป็นที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจของคนในชุมชน หากเปรียบเทียบแล้วความสมัครสมานสามัคคีที่เกิดขึ้นในพิธีกรรม ประเพณี ต่างๆ ในชุมชน ล้วนแล้วแต่เป็นอิทธิพลที่มาจากวัฒนธรรมหมอธรรม ในข้อประพจน์ปฏิบัติที่คนในชุมชนทำร่วมกัน ตั้งแต่อดีตสืบมา หากไม่มีวัฒนธรรมหมอธรรม คนในชุมชนก็เปรียบเสมือนการไร้ที่พึ่งพาทางจิตใจ หากจะต้องจัดเตรียมพิธีกรรมใด ชาวบ้านเองก็จะไปสอบถามการประกอบพิธีกรรมจากหมอธรรม หากหมอธรรมให้คำแนะนำชาวบ้านก็จะทำตามโดยไม่มีข้อกังขา เพื่อให้ครอบครัวมีชีวิตที่ดีขึ้น ผู้วิจัยมองว่าการทำตามวัฒนธรรมหมอธรรมโดยไม่มีเงื่อนไข อาจเป็นผลมาจากวิถีการปฏิบัติ หรือพิธีกรรมที่ปฏิบัติของวัฒนธรรมหมอธรรม ไม่ได้ทำให้เสียเงินทอง เป็นสิ่งที่ทำได้ง่าย และเครื่องบูชาต่างๆ สามารถหาได้ในชุมชน แต่ผลของการปฏิบัติตามคำแนะนำ ส่งผลให้จิตใจของผู้ที่ทุกข์ร้อนทั้งทางกายและใจได้สงบสุข ร่มเย็น

อัตลักษณ์วัฒนธรรมหมอธรรมด้านทุนทางภูมิปัญญาและวัฒนธรรม

ทุนทางภูมิปัญญาของความเชื่อในวัฒนธรรมหมอธรรม นับได้ว่าเป็นภูมิปัญญาที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชนการทำมาหากินในส่วนของภูมิปัญญาเป็นส่วนในการเสริมประสบการณ์ และการใช้ชีวิตร่วมกันของชุมชน เพื่อให้ทุกคนอยู่ในศีลธรรมอันดี ภูมิปัญญาหมอธรรมมีหลายด้าน เช่น ด้านการรักษาโรค โดยการใช้สมุนไพรท้องถิ่น ด้านการใช้ชีวิตและการดำรงชีพ ส่วนด้านภูมิปัญญาที่เป็นจุดเด่นของทุนภูมิปัญญาของวัฒนธรรมหมอธรรมนั้นคือความเชื่อ ความเชื่อก่อให้เกิดพิธีกรรม และพิธีกรรมก่อให้เกิดบทบาททางด้าน

การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ อาทิ พิธีกรรมบายศรีสู่ขวัญ การเย็บพานบายศรีในปัจจุบัน มีการจ้างในราคาไม่ต่ำกว่า 1,000 บาท ชุมชนเกิดรายได้จากการขายใบตองกล้วย ดอกบัว ใบเตย ดอกมะลิ ดอกพุด ดอกดาวเรือง ปัจจุบันในชุมชนของมีการส่งเสริมการปลูกพืชเหล่านี้เนื่องจากการดูแลที่ง่ายและก่อให้เกิดรายได้ และยังเป็นเครื่องสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในวันสำคัญของประเพณีวัฒนธรรมของชุมชน

ปัจจุบันในชุมชนมีร้านค้าในการขายเครื่องเสเดาะเคราะห์ ซึ่งมีครบตามขนบธรรมเนียมประเพณีที่ต้องปฏิบัติในการเสเดาะเคราะห์ทั้งน้อยและใหญ่ โดยเฉพาะข้าวดำ และข้าวแดง ที่เป็นเครื่องบูชาอันสำคัญในการประกอบพิธีกรรม ผู้นำในชุมชนต่างก็สนับสนุนและยกระดับความรู้เรื่องการปลูกข้าวดำ (ข้าวไรซ์เบอร์รี่) และข้าวแดง (ข้าวกล้องแดง) ให้กับคนในชุมชน ข้าวทั้ง 2 ชนิดที่ปลูกไม่เพียงแต่เป็นข้าวในเครื่องบูชาอันสำคัญ แต่ยังส่งผลให้ชุมชนเกิดการส่งออกข้าวชนิดอื่นนอกจากข้าวขาวหอมมะลิ เพิ่มขึ้นในตลาดการส่งออก และในปัจจุบันเพื่อความสะดวกในการเสเดาะเคราะห์ จากการใช้กาบกล้วยในการเย็บเป็นกระทง 4 มุม 9 ช่อง เพื่อลดขั้นตอน และลดการตัดต้นกล้วยที่ต้องตัดลงทั้งต้นใช้ได้เพียงแค่กาบกล้วยเท่านั้น ชาวบ้านจึงสานไม้ไผ่ เป็นรูปกระทง 4 เหลี่ยม 9 ช่อง ซึ่งมีขายในร้านค้าของชุมชน และศูนย์สินค้าท้องถิ่น นอกจากนี้จะนำไปฐานรองเครื่องบูชาในพิธีกรรมแล้วก็ยังเป็นเครื่องใช้สอยในครัวเรือนอีกด้วย

พิธีกรรมบายศรีสู่ขวัญของวัฒนธรรมหมอธรรมนำมาซึ่งการท่องเที่ยวในชุมชน คนที่มาจากต่างถิ่นจะมาเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ณ หอไตรที่มียาวนานมาหลายร้อยปี แล้วไปเดินป่าของชุมชนเพื่อเรียนรู้พืชพันธุ์ ร่วมกิจกรรมกับชุมชน เช่น การปลูกข้าว การเลี้ยงหม่อนไหม พอค่าจากนั้นก็มารวมวงกันกินข้าวเย็นรูปแบบพาข้าว มีการแสดงละเล่นพื้นบ้าน และมีการบายศรีสู่ขวัญต้อนรับเพื่อความเป็นสิริมงคล ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวได้รับความนิยมจากชาวต่างชาติ และนักท่องเที่ยวกลุ่มวัฒนธรรมอย่างดี

เมื่อพิธีกรรมของภูมิปัญญาหมอธรรม เป็นที่รู้และทราบอย่างกว้างขวาง ในการช่วยเหลือผู้คนให้พ้นจากคราวเคราะห์ คนที่มาร่วมพิธีกรรมก็มีจำนวนที่เพิ่มมากขึ้น บ้านหมอธรรมเองก็เป็นจุดศูนย์กลางของการประกอบพิธีกรรม ส่วนหนึ่งของการประกอบพิธีกรรมมีผ้าชนิดหนึ่งที่เรียกว่าผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าไหมมัดหมี่เป็นเครื่องบูชาในพิธีกรรม สมัยก่อนทุกบ้านจะมีเครื่องทอผ้าไหมมัดหมี่ แต่ปัจจุบันการทอผ้าไม่เป็นที่นิยมแล้ว จึงเกิดการซื้อขายผ้าไหมมัดหมี่ขึ้นในชุมชน และสร้างอาชีพให้กับคนในชุมชนที่ยังคงทอผ้าอยู่ และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ทั้งในส่วนผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับผ้าไหม หม่อนผ้าไหม นอกจากผ้าไหมแล้วการทอผ้าไหมเป็นส่วนหนึ่งของการเลี้ยงหม่อน และเกิดการแปรรูปไหมเป็นเส้นด้ายในการทอผ้าเป็นผืน การผูกฝ้ายเพื่อทำผ้าฝ้ายก็เป็นส่วนหนึ่งของการทอผ้าเช่นเดียวกัน แต่การผูกฝ้ายเมื่อเป็นเส้นด้ายแล้วชาวบ้านนำมาจำหน่ายเพื่อเป็นได้ผูกแขนหรือได้สายสิญจน์ เป็นด้ายจากฝ้ายที่ใช้ในการประกอบพิธีกรรมด้วย จะเห็นได้ว่าทุนทางภูมิปัญญาของวัฒนธรรมหมอธรรมในด้านเครื่องบูชาพิธีกรรม สามารถสร้างรายได้และอาชีพ เกิดเป็นสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ที่สามารถสร้างผลทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนเรื่อยมา

บทบาททางสังคมในระดับชุมชนของวัฒนธรรมหมอธรรม

จากการศึกษาอัตลักษณ์ทั้งทางด้านวิถีชีวิตและภูมิปัญญาของวัฒนธรรมหมอธรรม ในข้างต้นนั้น ทำให้สามารถวิเคราะห์ บทบาทของวัฒนธรรมหมอธรรมในปัจจุบันได้ทั้งหมด 10 บทบาท โดยผู้วิจัยแบ่งออกเป็นดังนี้ 1. บทบาทหน้าที่ระดับกลุ่ม และ 2. บทบาทหน้าที่ในระดับชุมชน ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ตารางแสดงบทบาทอัตลักษณ์วัฒนธรรมหอมธรรม

บทบาทหน้าที่ระดับกลุ่ม	บทบาทหน้าที่ในระดับชุมชน
1. บทบาทในการเป็นผู้นำในการประเพณีและปฏิบัติตัว	4. บทบาทในการให้ความรู้ภูมิปัญญา ข้อมูลข่าวสาร
2. บทบาทในการความสามัคคี	5. บทบาทในฐานะศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญาแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรม
3. บทบาทในการสร้างและยกระดับวัฒนธรรมของชุมชน	6. บทบาทในการอบรมสั่งสอน
	7. บทบาทในการเป็นที่พึ่งทางจิตใจ
	8. บทบาทในการอนุรักษ์และสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น
	9. บทบาทในสืบทอดกิจกรรมประเพณี
	10. บทบาทในการเชื่อมโยงศาสตร์ความเชื่อการรักษาแบบสมุนไพรและการรักษาพยาบาลแบบยาแผนปัจจุบัน

สรุปและอภิปรายผล

บทบาทของวัฒนธรรมหอมธรรมเกิดขึ้นจากการผสมผสานระหว่างความเชื่อและพระพุทธศาสนา โดยที่ชุมชนสร้างวัฒนธรรมนี้ขึ้นเพื่อเป็นส่วนในการกำหนดพฤติกรรมวิถีชีวิตของคนในชุมชน และมีการถ่ายทอดสืบทอดต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น เป็นการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมที่มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิต ธรรมชาติ และความ เป็นอยู่ของคนในชุมชน บทบาทวัฒนธรรมหอมธรรมเกี่ยวข้องกับบริบทของคนในชุมชนหลากหลายมิติทั้ง ทางด้านศาสนา การปกครอง สังคม ประเพณี วัฒนธรรม พิธีกรรม ศิลปวัฒนธรรม ภาษา และคุณภาพการ เป็นอยู่ที่ดีทั้งด้านจิตใจและร่างกาย บทบาทของวัฒนธรรมหอมธรรมจึงถูกควบรวมไปกับกระบวนการที่เป็น พลวัตจนออกมาเป็นอัตลักษณ์ที่ยังคงอยู่จนปัจจุบัน ผู้วิจัยมองเห็นว่าแม้ว่าบทบาทของวัฒนธรรมหอมธรรม สามารถนำไปปรับใช้หรือประยุกต์ใช้ในวัฒนธรรมพื้นบ้านอื่น ๆ ซึ่งจะเป็นส่วนสำคัญในการเปลี่ยนแปลงชุมชน ในด้านต่าง ๆ แต่หากพิจารณาแล้วบทบาทยังคงไม่มีการต่อยอด สนับสนุนจากองค์กรภาครัฐและเอกชน ที่จะ นำบทบาทมาพัฒนาต่อยอดสร้างองค์ความรู้ รวมทั้งสนับสนุนชุมชนการนำเสนออัตลักษณ์ท้องถิ่นที่มีคุณค่า โดยการนำมาประยุกต์กับการท่องเที่ยวโดยเอาชุมชนเป็นที่ตั้งก็จะส่งผลให้เกิดการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ภายในชุมชน และเกิดการพัฒนาด้านอื่น ๆ อีกด้วย

บทบาทของวัฒนธรรมหอมธรรมในฐานะอัตลักษณ์ของชุมชน เป็นวัฒนธรรมความเชื่อที่ถูกยอมรับ ในชุมชนบ้านดงแดงมาอย่างยาวนาน ผู้ทำหน้าที่ในวัฒนธรรมหอมธรรมเป็นคนที่มียุทธศาสตร์สำคัญในฐานะ อัตลักษณ์ของชุมชน ซึ่งกล่าวได้ว่า หอมธรรมเป็นคนที่มียุทธศาสตร์และหน้าที่ที่สำคัญในชุมชน เป็นบุคคลที่ได้รับการยอมรับนับถือ ศรัทธาของคนในชุมชน ซึ่งเป็นบุคคลที่มีความรู้ในด้านพิธีกรรม ประเพณี ซึ่งผู้วิจัยมองเห็น ว่าหอมธรรมมีบทบาทสำคัญในการดูแลและรักษาทางกายและทางใจของคนในชุมชน ทางกายรักษาด้วย สมุนไพรจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ทางใจรักษาด้วยพิธีกรรม ซึ่งบทบาททั้งหมดเป็นส่วนในการกำหนดวัฒนธรรม ทั้งด้านวิถีชีวิตด้านภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งเห็นได้ว่าบทบาทหน้าที่ของหอมธรรมเป็นส่วนที่ สำคัญในการขับเคลื่อนชุมชน จากเนื้อหาที่กล่าวข้างต้น ตามแนวคิดของคตชน ศิราพร ณ ถลาง (2563, น.359-414) กล่าวว่าพิธีกรรมมีหน้าที่สำคัญอย่างมากในการสร้างความมั่นใจและให้กำลังใจแก่บุคคลในชุมชน

พิธีกรรมประเพณียังเป็นส่วนสำคัญในวัฒนธรรมที่ใช้สร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มชนหรือชาติพันธุ์ พิธีกรรมจึงเป็นกลไกทางวัฒนธรรมที่สำคัญยิ่งของมนุษย์ที่จะทำให้ชีวิตดำรงอยู่ได้อย่างดี มีความมั่นคงทั้งทางด้านจิตใจและสังคม จากความเชื่อและตำนาน ซึ่งเป็นส่วนประกอบที่สำคัญในการอธิบายที่มาของการประกอบพิธีกรรม ดังนั้น ทั้งพิธีกรรม ความเชื่อ และตำนานจึงเป็นกลไกทางวัฒนธรรมที่มีบทบาทหน้าที่อันสำคัญของสังคมด้วย และยิ่งสอดคล้องกับ บุญศรี เลิศวิริยจิตต์ (2554, น. 41) หมอธรรมที่ให้การรักษาอาการเจ็บป่วยที่มิใช่เพียงทางด้านร่างกายเท่านั้น แต่รวมไปถึงการรักษาในเรื่องสภาพจิตใจร่วมด้วย โดยการผสมผสานองค์ความรู้การรักษาจากประสบการณ์ที่สั่งสมกันมา รวมเข้ากับความเชื่อตามจารีต ประเพณี วัฒนธรรมในพื้นที่ สู่การรักษาความเจ็บป่วยได้ อีกทั้งผู้ที่เป็นหมอพื้นบ้านนั้นยังเป็นผู้ที่มากกว่าการรักษา แต่ยังมีบริบทด้านอื่นที่เชื่อมโยงคนในสังคมให้เกิดความสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่นไปด้วย

การเข้ามาของเทคโนโลยีไม่ได้มีการลดบทบาทของวัฒนธรรมหมอธรรมในภาคอีสานลง วัฒนธรรมหมอธรรมยังคงมีบทบาทสำคัญในการทำหน้าที่ด้านเป็นที่พึ่งทางด้านจิตใจ และเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างกำลังใจในการดำเนินวิถีชีวิต การรักษา เยียวยาจิตใจผ่านกระบวนการพิธีกรรมต่าง ๆ หรือการรักษาด้วยสมุนไพร กรณีเจ็บป่วย เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ทรงคุณค่าที่ชุมชนยังคงให้ความสำคัญ กล่าวคือ หากเจ็บป่วยชาวบ้านก็มักจะรักษาไปพร้อมกับรักษาของแพทย์แผนปัจจุบัน หรือหายจากการเจ็บป่วยก็จะมีกรทำพิธีกรรมผ่านพิธีกรรมของวัฒนธรรมหมอธรรมอีกครั้งด้วยหลังจากออกจากโรงพยาบาล เป็นการประยุกต์ที่ไม่ขัดแย้งกันระหว่างวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมพื้นบ้านที่เกิดขึ้นในชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดของเอกวิทย์ ณ ถลาง (2540, น.44) ที่ได้กล่าวเรื่องแนวคิดภูมิปัญญาว่า นวัตกรรมที่เกิดจากภูมิปัญญา หรือภูมิปัญญาใหม่ไม่สามารถที่จะทดแทนภูมิปัญญาท้องถิ่นได้ทั้งหมดในระดับของชุมชน แต่ภูมิปัญญาท้องถิ่นสามารถปรับตัวและผสมผสานเข้ากับสภาวะทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงไป เกิดการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมจากการประยุกต์รักษาดูแลสุขภาพระบบสัมพันธ์ให้เกิดบริบทใหม่ทางภูมิปัญญา และสามารถที่จะใช้ในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับชีวิตของคนในชุมชนได้ สอดคล้องกับแผนการพัฒนาบริหารแผนงาน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (2566, ออนไลน์) ภูมิปัญญาหมอพื้นบ้านของไทยจะให้ความสนใจในเรื่องของจิตใจควบคู่ไปกับการรักษา จิตใจกับร่างกายเป็นส่วนหนึ่งของปัญหาสุขภาพ ถ้ามีปัญหาทางกายแล้วไม่ได้ดูแลปัญหาทางจิตใจ ก็อาจจะทำให้โรคภัยไข้เจ็บหายช้าลง แต่การด้วยภูมิปัญญาพื้นบ้านมักจะมีการดูแลในด้านจิตใจด้วย ผู้ที่เจ็บป่วยจะได้รับการดูแลเอาใจใส่ที่ดี ส่งผลให้การฟื้นตัวหรือหายจากการเจ็บไข้ได้ป่วยได้เร็วขึ้น อีกทั้งยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ปิยนุช ยอดสมสวย และ สุพิมพ์ วงษ์ทองแท้ (2552, น.57) ที่กล่าวว่า บทบาทของหมอพื้นบ้านรักษาโรคการเจ็บป่วยไม่ใช่แค่เพียงการใช้สมุนไพร แต่เป็นบทบาทระดับสังคมในลักษณะที่พึ่งอาศัยทางจิตใจและแก้ปัญหาของชาวบ้าน เป็นศาสตร์ของการดูแลทั้งกายและใจ ซึ่งเกิดจากความศรัทธาของคนในท้องถิ่น ด้วยการอาศัยทรัพยากรในท้องถิ่นและการพึ่งพากันของชาวบ้าน

ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานภาครัฐควรให้การสนับสนุนในการศึกษาและวิจัยเกี่ยวกับหมอธรรม ซึ่งมีบทบาทในฐานะที่มีส่วนสำคัญในการดูแลสุขภาพชุมชน เพื่อคงรักษาภูมิปัญญาพื้นบ้านให้คงอยู่ และผลักดันการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยนั้น
2. ควรนำความรู้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน วัฒนธรรมความเชื่อพื้นบ้านมาประยุกต์ใช้ในกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเกิดคุณค่ากับสังคม อาทิ กิจกรรมความเชื่อที่ส่งผลต่อการรักษาสุขภาพ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- จิรายุ ทรัพย์สิน, วันชัย สุขตาม, อธิมาตร เพิ่มพูน และ พิศาล พระงาม. (2561). *หมอธรรม : การผสมกลมกลืนทางวัฒนธรรม บนพื้นฐานความเชื่อ ประเพณี วัฒนธรรม*. (รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์)
- ไทยพีบีเอส. (2566). *มูเตลู ธุรกิจดาวเด่น รายได้รวมปี 64 เพิ่มขึ้นกว่า 113% สืบค้นจาก* : <https://www.thaipbs.or.th/news/content/325080>.
- บุรณ์เชน สุดคุ้ม. (2564). ประวัติศาสตร์เรื่องเล่า ตำนาน คุณค่า บทบาทหน้าที่และอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์บ้านกู่ ตำบลกู่ อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมสงเคราะห์*, 4(3), 1067-1080. สืบค้นจาก https://so04.tcithaijo.org/index.php/jmhs1_s/article/download/253630/172802/924031.
- บุญศรี เลิศวิริยจิตต์. (2554). *คลังภูมิปัญญาหมอพื้นบ้านกับสมุนไพรชุมชนภาคอีสาน*. (รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา)
- ปฐมพงศ์ ลิ้มเจริญ. (2558). หมอธรรม: ประวัติศาสตร์ความเชื่อและเครือข่ายทางสังคมในภาคอีสาน. *วารสารข้อพระยอม, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 27(1), 25-34.
- ปิยนุช ยอมสมสวย และ สุพิมพ์ วงษ์ทองแท้ (2552), *การศึกษาภูมิปัญญาหมอพื้นบ้านในอำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก*. (โครงการวิจัย, คณะสหเวชศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ)
- พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน. (2555). *ระบบค้นหาทั่วไป*, ออนไลน์. สืบค้นจาก. <https://dictionary.orst.go.th>.
- พรรณิดา ชันธพัทธ์ และ นันทิชา มหามั่น. (2558). การปรับเปลี่ยนวิถีทางประเพณีพิธีกรรมความเชื่อและอัตลักษณ์ของชาวไทยใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*, 23(41), 179-199.
- พระมหาปริชา เขมนนโท, อนุวัติ กระสังข์. (2560). ย้อนรอยความเชื่อ: พิธีล้างหน้าพระพักตร์พระพุทธรูปสู่ความยั่งยืนพุทธศาสนา. *วารสาร มจร มนุษยศาสตร์ปริทรรศน์*, 8(1), 101-110.
- พุทธินันท์ บุญเรือง. (2560). การเปลี่ยนแปลงทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจของชุมชนชายแดนต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC): การเกิดขึ้นของจุดผ่านแดนถาวรช่องภูและ การตอบสนองของคนท้องถิ่นในอำเภอบ้านโคก จังหวัดอุดรธานี. *วารสารวิชาการแพรวกาฬสินธุ์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์*, 4(1), 1-21.
- ศิริวรรณ สิทธิกา. (2566). *จักรวาลสายมู การตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยความเชื่อ กับวัตถุที่ถูกทำให้ศักดิ์สิทธิ์*. สืบค้นจาก. <https://plus.thairath.co.th/topic/spark/103603>.
- ศิริพร ณ ถลาง. (2563). *ทฤษฎีจิตวิทยา วิธีวิทยาในการวิเคราะห์ตำนาน-นิทานพื้นบ้าน*. (พิมพ์ครั้งที่ 4) กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุเมชัย หนกหลัง. (2558). กิจกรรมเสมือนชุมชนเพื่อการเรียนรู้บทบาทหน้าที่ในชุมชน: การบูรณาการแนวคิดสู่การปฏิบัติ. *Journal of Research and Curriculum Development*, 5(2), 1-13. สืบค้นจาก. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jrcd/article/view/93182>
- สารานุกรมวัฒนธรรมไทยภาคอีสาน. (2542). *พญาคันคาก – ไพหนูว่า: เล่ม 9*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสารานุกรมวัฒนธรรมไทย ธนาคารไทยพาณิชย์.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ. (2566). *แพทย์พื้นบ้านสร้างสุขชุมชน*. สืบค้นจาก <https://www.thaihealth.or.th/แพทย์พื้นบ้านสร้างสุข/>.

- อภิญา เพื่องฟูสกุล. (2546). อัตลักษณ์ Identity การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด. กรุงเทพฯ: คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ สาขาสังคมวิทยา สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- อินทิรา พงษ์นาค. (2558). อัตลักษณ์ชุมชนเมืองโบราณอุทองจังหวัดสุพรรณบุรี. *Veridian E-Journal Slipakorn University*, 8(3),513.
- เอกวิทย์ ณ ถลาง และคณะ. (2540). ภูมิปัญญาชาวบ้านกับการพัฒนาชุมชน : วัฏจักรกระบวนการการเรียนรู้ชาวบ้านไทย. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- Allport, G. W. (1961). Pattern and growth in personality. Holt, Reinhart & Winston.
- Miles, M. B. & Huberman. (1994). *Qualitative Data Analysis*. (2nd ed). Thousand Oaks: SAGE. London.
- Piyaluk Potiwan. (2020). Social Space Construction of Sprit's Isan. *Journal of Cultural Approach. Siam University*, 17(32) 100-110.

การพัฒนาทักษะการบวกและลบจำนวนนับไม่เกิน 100 โดยใช้ชุดเกมฝึกทักษะ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนเอกชน

ปณณภรณ์ พุฒิดารัตน์^{1*} และ มนูญพงศ์ ชัยพันธ์²

^{1*} นักศึกษาปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ

² อาจารย์ประจำคณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ

Corresponding author e-mail: panyapornfon22@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received) 27 มกราคม 2567

วันที่รับบทความฉบับแก้ไข (Revised). 29 กุมภาพันธ์ 2567

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 9 มีนาคม 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง การบวกและลบจำนวนนับไม่เกิน 100 ของนักเรียนก่อนและหลังการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดเกมฝึกทักษะการบวกและลบ และ 2) ศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดเกมฝึกทักษะการบวกและลบของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่ง จำนวน 35 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง การบวกและลบจำนวนนับไม่เกิน 100 ของนักเรียนหลังการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดเกมฝึกทักษะการบวกและลบสูงกว่าก่อนการเรียนรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 2) ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดเกมฝึกทักษะการบวกและลบโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: ทักษะการบวกและลบ เกมฝึกทักษะ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคณิตศาสตร์

THE DEVELOPMENT OF THE ADDITION AND SUBTRACTION SKILLS OF WHOLE NUMBERS LESS THAN 100 USING A GAME SET TO PRACTICE FOR FIRST-GRADE STUDENTS AT PRIVATE ELEMENTARY SCHOOL

Panyaporn Putithadarat^{1*} and Manoonpong Chaiyaphan²

^{1*}Master's Student of School of Education and Arts, Suvarnabhumi Institute of Technology

²Lecturer of School of Education and Arts, Suvarnabhumi Institute of Technology

Abstract

This research aimed to 1) compare learning achievement in addition and subtraction numbers of whole numbers less than 100 of students before and after learning intervention using a game set to practice addition and subtraction skills and 2) investigate the satisfaction of students regarding learning management using a game set to practice addition and subtraction skills. The samples of the research were 35 students from a private elementary school, which were selected through purposive sampling. The statistics used for data analysis were percentages, mean, standard deviation, and t-test.

The result showed that 1) the learning achievement in addition and subtraction numbers of whole numbers less than 100 of students after the learning intervention using a game set to practice addition and subtraction skills was statistically significantly higher than before the learning at the .05 significance level. And 2) the overall satisfaction of students with the learning management using a game set to practice addition and subtraction skills was high level.

Keywords: Addition and Subtraction Skills, Practice Games, Mathematics Achievement

ความสำคัญและที่มาของงานวิจัย

ปัจจุบันการจัดการเรียนรู้คณิตศาสตร์ส่วนใหญ่ยังเป็นรูปแบบเดิม ซึ่งเป็นการสอนแบบบรรยายเป็นหลัก โดยผู้สอนจะเขียนและอธิบายทุกอย่างบนกระดาน (ชนพัฒน์ ทองมา, 2561) ทำให้การเรียนรู้ด้วยความเข้าใจอาจไม่ได้ผลดีเท่าที่ควร ส่งผลให้มีทักษะพื้นฐานไม่เพียงพอในการแก้ปัญหาต่าง ๆ (อิศเรศ พิพัฒน์มงคล, 2560) นอกจากวิธีการจัดการเรียนการสอนคณิตศาสตร์แล้ว ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ของผู้เรียน คือ พฤติกรรมของผู้สอน ทั้งการกระทำและการแสดงออกในขณะที่สอน ซึ่งส่งผลต่อเจตคติของผู้เรียนที่มีต่อการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ ในขณะเดียวกันความรู้พื้นฐานเดิมของผู้เรียนเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเรียนรู้ โดยความรู้เดิมของผู้เรียนได้รับอิทธิพลจากปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ พฤติกรรมการเรียน บุคลิกภาพ ปัจจัยด้านครอบครัว ได้แก่ การเอาใจใส่การเรียนของผู้ปกครอง ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมในโรงเรียน ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพทางการเรียน สัมพันธภาพระหว่างผู้สอนและผู้เรียน และสัมพันธภาพระหว่างผู้เรียนและผู้เรียน (วนิดา นามโคตร, 2559)

การศึกษาในศตวรรษที่ 21 โดยเฉพาะในระดับประถมศึกษาเน้นการเรียนรู้ที่ช่วยพัฒนาความอยากรู้อยากเห็น ทักษะที่เป็นประโยชน์ในอนาคต และเปิดโอกาสให้ผู้เรียนทำงานร่วมกันในการแก้ปัญหา ซึ่งทักษะจำเป็นต่อผู้เรียน คือ ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม การคิดอย่างมีวิจารณญาณและการแก้ปัญหา

การสื่อสาร และการทำงานร่วมกัน (Saputra, Yuliaty, & Rachmadtullah, 2019) จากที่กล่าวในข้างต้น การออกแบบสื่อการเรียนรู้จึงมีความสำคัญในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงศึกษาแนวทางการจัดการเรียนรู้ตามแนวการสร้างความรู้ใหม่โดยใช้เกมการศึกษาของ เอกสิทธิ์ ชินินทรภูมิ (2559) ซึ่งกล่าวว่า การใช้เกมในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เป็นเครื่องมือที่สามารถสร้างแรงจูงใจให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ ส่งเสริมให้มีความพร้อมที่จะเรียนด้วยความสนุกสนานเพลิดเพลิน มีความรู้ความเข้าใจเพิ่มมากขึ้น และทำให้ผู้เรียนจดจำเนื้อหาและมีความคงทนในการเรียนรู้ นอกจากนี้ เกมยังส่งเสริมการทำงานเป็นทีม (ประภาศิริ ปราโมทย์, 2561) ลดความเครียดและความกดดันในการจัดการเรียนการสอน (วรจสมน ปานทองเสม, 2563) ทั้งยังส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการสื่อสารระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียน และผู้เรียนกับครูสอน (ปริยานุช บัวผัน และสุนิศา โฆษิตชัยวัฒน์, 2565; วิชาชนีย์ เทียนศรีรัชกุล สัญชัย พัฒนสิทธิ์ และไพฑูรย์ ศรีฟ้า, 2565) ตลอดจนสร้างความกระตือรือร้นในการเรียนและการตอบคำถามให้ถูกต้องมากขึ้น (Saroinsong, Anggraeni, & Putri, 2021; Souza et al., 2023)

คณิตศาสตร์เป็นองค์ประกอบหนึ่งในทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรมในศตวรรษที่ 21 การเตรียมความพร้อมของผู้เรียนจึงมุ่งพัฒนาและส่งเสริมให้ผู้เรียนระดับประถมศึกษาคิดเลขเป็นพร้อมสร้างทักษะกระบวนการทางคณิตศาสตร์ รวมถึงการคิดวิเคราะห์ เพื่อให้ผู้เรียนแก้ปัญหาได้ ผู้วิจัยซึ่งทำหน้าที่สอนวิชาคณิตศาสตร์และครูประจำชั้นในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ของโรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่ง จากประสบการณ์ในการสอนคณิตศาสตร์ระดับประถมศึกษาพบว่า การบวกและลบจำนวนนับเป็นพื้นฐานสำคัญในวิชาคณิตศาสตร์สำหรับผู้เรียนชั้นประถมศึกษาตอนต้น โดยลักษณะโจทย์ที่ง่ายที่สุดสำหรับผู้เรียน ได้แก่ การใช้จำนวนที่เท่ากันบวกกัน การลบที่ได้ผลลัพธ์เท่ากับตัวลบ การบวกหรือการลบด้วยศูนย์ การบวกหรือการลบด้วยหนึ่ง การใช้จำนวนสองจำนวนที่บวกกันได้สิบ การลบออกจากสิบ และการบวกจำนวนสองจำนวนที่จำนวนหนึ่งมากกว่าอีกจำนวนหนึ่งอยู่หนึ่ง สำหรับลักษณะโจทย์ที่ยากสำหรับผู้เรียน คือ โจทย์ที่ให้ผู้เรียนเติมคำตอบลงในช่องว่าง การลบที่ต้องกระจายจากหลักร้อยเป็นหลักสิบและจากหลักสิบเป็นหลักหน่วย และการลบที่มีเลขศูนย์อยู่ในตำแหน่งของหลักหน่วยหรือหลักสิบ รวมถึงโจทย์ปัญหา โดยเฉพาะความเข้าใจจากการอ่านและการวิเคราะห์เพื่อแก้โจทย์ปัญหา

ผู้เรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 เป็นช่วงวัยที่ผ่านการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ในลักษณะที่เป็น การบูรณาการผ่านการเล่น ซึ่งส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ลงมือกระทำจากประสบการณ์ตรงอย่างหลากหลาย รวมทั้งเกิดการพัฒนาทั้งด้านร่างกายอารมณ์ จิตใจ สังคม และสติปัญญา ไม่จัดเป็นรายวิชา เกมจึงเป็นกิจกรรมหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้เพื่อเป็นพื้นฐานการศึกษา โดยสำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติได้แบ่งประเภทของเกมการศึกษาออกเป็น 9 ประเภท ได้แก่ การจับคู่ การต่อภาพให้สมบูรณ์ เกมการเรียงลำดับ เกมการวางภาพต่อปลาย (โดมิโน) เกมการจัดหมวดหมู่ เกมการสังเกตรายละเอียดภาพ (ลอตโต) เกมจับคู่แบบตารางสัมพันธ์ เกมพื้นฐานการบวก และเกมการหาความสัมพันธ์ (พัฒน์นรี จันทราภิรมย์ และธมนวรรณ โสพันธ์, 2565) จะเห็นได้ว่า การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนโดยการใช้เกมมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ในขณะที่หรือหลังจากเล่นเกม ซึ่งโดยส่วนใหญ่เน้นในรูปแบบการแข่งขันมีผู้แพ้ ผู้ชนะ มีลักษณะการเล่นเพื่อการเรียนรู้ มีจุดมุ่งหมายในการเล่นที่ชัดเจน ไม่ใช้เวลามากเกินไปเหมาะสมกับวัยและระดับชั้น (เอกสิทธิ์ ชินินทรภูมิ, 2559)

ผู้วิจัยได้สำรวจความรู้พื้นฐานเดิม เรื่อง การบวกและลบ ของนักเรียนในเบื้องต้น โดยใช้แบบทดสอบแบบเลือกตอบ พบว่า จำนวนนักเรียนมากกว่าร้อยละ 50 มีปัญหาเกี่ยวกับโจทย์ที่ให้นักเรียนเติมคำตอบลงในช่องว่าง และจำนวนนักเรียนมากกว่าร้อยละ 70 ไม่สามารถอ่านหรือทำความเข้าใจกับโจทย์ปัญหาการบวกและลบได้ นอกจากนี้ นักเรียนโดยส่วนใหญ่ไม่สามารถเชื่อมโยงคณิตศาสตร์กับสถานการณ์ใน

ชีวิตประจำวัน ซึ่งส่งผลต่อการนำความรู้และประสบการณ์ทางคณิตศาสตร์ไปประยุกต์และใช้ในการแก้ปัญหาในชีวิตประจำวันหรือสถานการณ์จริงได้ (ประมุข จันทวิ, 2564) ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะพัฒนาทักษะการบวกและลบจำนวนนับของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 อันจะเป็นพื้นฐานในการศึกษาหัวข้ออื่น ๆ ในวิชาคณิตศาสตร์ต่อไป ในขณะเดียวกัน ผู้วิจัยจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการสอน เพื่อให้ผู้เรียนทุกคนสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้

บทบาทของผู้สอนในการจัดการเรียนการสอนคณิตศาสตร์ เพื่อให้ให้นักเรียนทุกคนสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้ โดยผู้สอนต้องเป็นผู้ที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญในวิชาที่สอน รวมถึงมีความสามารถในการออกแบบกิจกรรมที่มีความหลากหลาย และเอื้อต่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับความแตกต่างระหว่างบุคคล จากประสบการณ์ของผู้วิจัยพบว่า การสอนโดยใช้เกมจะสร้างแรงจูงใจให้นักเรียนระดับประถมศึกษาผลิตเพลิน มีความกระตือรือร้น และมีความสุขในการเรียน ทั้งสนุกสนาน ตื่นเต้น ทำท่ายและเสริมแรงในขณะที่เล่นได้ทันที นอกจากนี้ยังสร้างเจตคติที่ดีต่อการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ และทำให้นักเรียนฝึกฝนได้นานขึ้น ตลอดจนสอดคล้องกับความต้องการทางธรรมชาติของนักเรียน

จากสภาพการณ์ดังกล่าว ผู้วิจัยในฐานะที่เป็นผู้สอนวิชาคณิตศาสตร์ได้เล็งเห็นความสำคัญของการเรียนคณิตศาสตร์ จึงสนใจที่จะนำเกมมาใช้เพื่อพัฒนาทักษะการบวกและลบจำนวนนับที่ไม่เกิน 100 นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ของโรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่ง โดยนำมาพัฒนาเป็นชุดเกมฝึกทักษะการบวกและลบจำนวนนับที่ไม่เกิน 100 มีจำนวนทั้งหมด 5 เกม ได้แก่ เกมบันไดงู เกมการ์ดไร้คู่ เกมบิงโก เกมโดมิโน และเกมสร้างโจทย์ ซึ่งผู้วิจัยได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเกมการศึกษา หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 ของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ และความต้องการทางธรรมชาติของผู้เรียน ซึ่งชุดเกมฝึกทักษะได้นำกติกาของเกมที่กำลังมาพัฒนาให้สอดคล้องกับการจัดการเรียนรู้ เรื่อง การบวกและลบจำนวนนับที่ไม่เกิน 100 ที่ไม่มีการทดและการกระจาย โดยมุ่งหวังให้นักเรียนพัฒนาความคิดรวบยอดและความรู้สึกรักเรียนจำนวนและตัวเลข และมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์สูงขึ้น ทั้งยังเป็นการพัฒนาวิธีการสอนคณิตศาสตร์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องการบวกและลบจำนวนนับไม่เกิน 100 ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่ง ก่อนและหลังการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดเกมฝึกทักษะการบวกและลบ
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดเกมฝึกทักษะการบวกและลบของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่ง

สมมติฐานงานวิจัย

ผลการเรียนรู้ สาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 เรื่อง การบวกและลบที่มีตัวตั้งและผลลัพธ์ไม่เกิน 100 ก่อนและหลังจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดเกมฝึกทักษะการบวกและลบมีความแตกต่างกัน

ขอบเขตของงานวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่ง จำนวน 108 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่ง จำนวนนักเรียน 35 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคัดเลือกห้องเรียนที่มีคะแนนเฉลี่ยจากการทำทดสอบพื้นฐานความรู้เดิม เรื่อง การบวกและลบได้คะแนนต่ำกว่าร้อยละ 65

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

เนื้อหาที่ใช้ในการทดลองจัดกิจกรรมการเรียนรู้ครั้งนี้เป็นเนื้อหาที่อยู่ในสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 สาระที่ 1 จำนวนและพีชคณิต มาตรฐาน ค 1.1 เรื่อง การบวกและลบจำนวนนับไม่เกิน 100 ที่ไม่มีการทดและการกระจาย

3. ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรต้น คือ การจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดเกมฝึกทักษะการบวกและลบ

ตัวแปรตาม มีดังนี้

- 1) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง การบวกและลบจำนวนนับไม่เกิน 100
- 2) ความพึงพอใจที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดเกมฝึกทักษะการบวกและลบ

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยดำเนินการในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2566 ใช้เวลาในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ 10 ชั่วโมง

วิธีดำเนินการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีดังนี้

1.1 ชุดเกมฝึกทักษะการบวกและลบจำนวนนับไม่เกิน 100 เกมฝึกทักษะการบวกและลบ ประกอบด้วย เกมบันไดงู เกมการ์ดไร้คู่ เกมบิงโก เกมโดมิโน และเกมสร้างโจทย์ มีความเหมาะสมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.92$) ซึ่งประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน

1.2 แผนการจัดการเรียนรู้รายวิชาคณิตศาสตร์ กลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้ชุดเกม ฝึกทักษะการบวกและลบ จำนวน 5 แผน แผนละ 2 ชั่วโมง ระยะเวลา 10 ชั่วโมง มีความเหมาะสมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.85$) ซึ่งประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ประกอบด้วย

- 1) แผนการเรียนรู้ เรื่อง การบวกเลขจำนวนสองหลักกับจำนวนหนึ่งหลักที่ไม่มีการทด
- 2) แผนการเรียนรู้ เรื่อง การบวกเลขจำนวนสองหลักกับจำนวนสองหลักที่ไม่มีการทด
- 3) แผนการเรียนรู้ เรื่อง การลบเลขจำนวนสองหลักกับจำนวนหนึ่งหลักที่ไม่มีการกระจาย
- 4) แผนการเรียนรู้ เรื่อง การลบเลขจำนวนสองหลักกับจำนวนสองหลักที่ไม่มีการกระจาย
- 5) แผนการเรียนรู้ เรื่อง การบวกและลบจำนวนนับไม่เกิน 100 ที่ไม่มีการทดและการกระจาย

การกระจาย

1.3 แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง การบวกและลบจำนวนนับไม่เกิน 100 แบบปรนัย 3 ตัวเลือก จำนวน 20 ข้อ กำหนดค่าคะแนน คือ ตอบถูกได้ 1 คะแนน และตอบผิดได้ 0 คะแนน โดยแบบทดสอบมีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์การเรียนรู้ (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67–1.00 ค่าความยากง่ายอยู่ระหว่าง 0.33–0.76 และค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.23–0.87 และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.84

1.4 แบบสอบถามความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการเรียนรู้โดยใช้ชุดเกมฝึกทักษะการบวกและลบ จำนวน 10 ข้อ ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 3 ระดับ คือ พอใจมาก พอใจปานกลาง และพอใจน้อย โดยแบบสอบถามมีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับค่านิยามศัพท์เฉพาะอยู่ระหว่าง 0.67–1.00

2. การดำเนินการทดลองและการเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนดังนี้

2.1 ปฐมนิเทศชี้แจงข้อตกลงในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยแผนการจัดการเรียนรู้รายวิชาคณิตศาสตร์ โดยใช้ชุดเกมฝึกทักษะการบวกและลบ แจ้งจุดประสงค์การเรียนรู้ให้นักเรียนทราบ แจ้งบทบาทของครูและนักเรียนและวิธีการปฏิบัติกิจกรรม

2.2 จัดกิจกรรมการเรียนรู้ โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้รายวิชาคณิตศาสตร์กับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยดำเนินการดังนี้

1) ทำการทดสอบทักษะการบวกและลบจำนวนนับไม่เกิน 100 ก่อนเรียน โดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

2) จัดกิจกรรมการเรียนรู้ รายวิชาคณิตศาสตร์กับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ โดยใช้เวลา 4 สัปดาห์

3) ทำการทดสอบหลังเรียน โดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนฉบับเดียวกับที่ใช้ทดสอบก่อนเรียน และให้นักเรียนตอบแบบสอบถามวัดความพึงพอใจที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดเกมฝึกทักษะ แล้วนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ทางสถิติ

3. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.1 การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องการบวกและลบจำนวนนับไม่เกิน 100 ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้ชุดเกมฝึกทักษะการบวกและลบก่อนและหลังการจัด การเรียนรู้โดยใช้การทดสอบค่าที (t-test for Dependent) ของกลุ่มตัวอย่างซึ่งมีกลุ่มเดียว

3.2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดเกมฝึกทักษะการบวกและลบ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายของ บุญชม ศรีสะอาด (2541) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 2.51–3.00 หมายถึง พึงพอใจมาก

ค่าเฉลี่ย 1.51–2.50 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00–1.50 หมายถึง พึงพอใจน้อย

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ค่าสถิติขั้นพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean: $\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

4.2 สถิติที่ใช้ตรวจสอบสมมติฐาน การทดสอบค่าทีแบบไม่มีอิสระจากกัน (Dependent t-test)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังการใช้ชุดเกมฝึกทักษะของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ซึ่งทดสอบสมมติฐานโดยใช้การทดสอบค่าทีของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มเดียว ผลการวิเคราะห์ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังการใช้ชุดเกมฝึกทักษะของนักเรียน

รายการประเมิน	N	$\bar{X}$	S.D.	ค่าที (t-test)	P-value
ก่อนเรียน	35	10.40	17.36	10.36	0.000
หลังเรียน	35	15.09	9.49		

* p<.05

จากตารางที่ 1 พบว่า คะแนนก่อนเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 10.40 คะแนน สำหรับคะแนนหลังจากเรียนโดยใช้ชุดเกมฝึกทักษะการบวกและลบ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 15.09 คะแนน เมื่อนำคะแนนมาเปรียบเทียบพบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องการบวกและลบจำนวนนับไม่เกิน 100 ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้ชุดเกมฝึกทักษะหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

การประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดเกมฝึกทักษะของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ผลการประเมิน ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดเกมฝึกทักษะ

ข้อ	รายการประเมิน	ระดับผลลัพธ์ (n=35)			
		$\bar{X}$	S.D.	อันดับ	แปลผล
1	สื่อและอุปกรณ์มีสีสันสวยงาม	2.86	0.36	4	พึงพอใจมาก
2	สื่อและอุปกรณ์มีความน่าสนใจ	2.77	0.43	7	พึงพอใจมาก
3	ตัวอักษรอ่านง่ายและชัดเจน	2.94	0.24	2	พึงพอใจมาก
4	เกมมีวิธีการเล่นที่เข้าใจง่าย	2.89	0.32	3	พึงพอใจมาก
5	นักเรียนชอบรูปแบบของเกม	2.94	0.24	2	พึงพอใจมาก
6	นักเรียนมีความสนุกสนานในการเล่น	2.97	0.17	1	พึงพอใจมาก
7	การเล่นเกมนำให้นักเรียนกระตือรือร้นในการเรียน	2.80	0.41	6	พึงพอใจมาก
8	นักเรียนชอบการเรียนรู้ผ่านเกม	2.86	0.36	4	พึงพอใจมาก
9	นักเรียนได้รับความรู้จากการเล่นเกม	2.83	0.38	5	พึงพอใจมาก
10	นักเรียนคิดเลขเร็วขึ้นจากการเล่นเกม	2.60	0.50	8	พึงพอใจมาก
เฉลี่ยภาพรวม		2.85	0.34		พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดเกมฝึกทักษะการบวกและลบโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.85$; S.D. = 0.34) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความพึงพอใจระดับมากที่สุดสามอันดับแรก คือ นักเรียนสนุกสนานในการเล่นเกมนักเรียนชอบรูปแบบของเกมและตัวอักษรในเกมอ่านง่ายและชัดเจน ($\bar{X} = 2.97$; S.D. = 0.17) นักเรียนชอบรูปแบบของเกมและตัวอักษรในเกมอ่านง่ายและชัดเจน ($\bar{X} = 2.94$; S.D. = 0.24) ในขณะที่ความพึงพอใจระดับมากที่สุดท้าย คือ นักเรียนคิดเลขเร็วขึ้นจากการเล่นเกม ($\bar{X} = 2.60$;

S.D. = 0.50) การเล่นเกม สื่อและอุปกรณ์มีความน่าสนใจ ($\bar{X} = 2.77$; S.D. = 0.43) และการเล่นเกมทำให้นักเรียนกระตือรือร้นในการเรียน ($\bar{X} = 2.80$; S.D. = 0.41) ตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การพัฒนาทักษะการบวกและลบจำนวนนับไม่เกิน 100 ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้ชุดเกมฝึกทักษะการบวกและลบสามารถสรุปและอภิปรายผลการวิจัยผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. การใช้ชุดเกมฝึกทักษะการบวกและลบมีผลดีต่อการพัฒนาทักษะการบวกและลบจำนวนนับไม่เกิน 100 ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ดังจะเห็นได้จากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องการบวกและลบจำนวนนับไม่เกิน 100 ของนักเรียน หลังจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดเกมฝึกทักษะสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของ ประภาศิริ ปราโมทย์ (2561) และจิระประภา คำภาเกะ (2563) ที่พบว่าการใช้เกมในการจัดการเรียนการสอน ทำให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น โดยนักเรียนได้ฝึกทักษะการคำนวณผ่านกลไกของเกมที่มีความหลากหลาย การใช้เกมเป็นสื่อการเรียนรู้ที่มีความสอดคล้องเหมาะสมกับวัยและธรรมชาติของนักเรียน เนื่องจากเป็นวัยที่มีความใคร่รู้ใคร่เห็นและกระตือรือร้นในการเล่นที่มีความท้าทายความสามารถของนักเรียน จึงเสริมสร้างให้นักเรียนมีทักษะการบวกและลบ (Chen et al., 2012; Castellar et al., 2014) นอกจากนี้ชุดเกมฝึกทักษะการบวกและลบเป็นสื่อที่สร้างความสนใจ แรงจูงใจ และประสบการณ์ในการเรียน ดังจะเห็นได้จากการที่นักเรียนต้องการเล่นเกมไม่เพียงแต่เฉพาะในเวลาเรียนเท่านั้น แต่ต้องการเล่นในช่วงเวลาว่างหรือเวลาพัก ซึ่งส่งเสริมพฤติกรรมที่คงทนต่อการเรียนรู้และสร้างการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ของนักเรียน ผลที่ได้จากการศึกษาสอดคล้องกับ Scalise et al.(2020; Saroinsong et al. (2021) ที่ใช้เกมในการส่งเสริมความรู้เชิงตัวเลขผ่านการเล่นอย่างสนุกสนาน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาทักษะการคำนวณ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Souza et al. (2023) ที่พบว่าเกมสร้างความกระตือรือร้นในการตอบคำถามให้ถูกต้อง เกมยังส่งเสริมให้นักเรียนพัฒนาการเรียนรู้และได้รับประสบการณ์ผ่านการลงมือปฏิบัติจริง ดังจะเห็นได้จากการที่นักเรียนขอเล่นเกมนอกเวลาเรียน นอกจากนี้ การจัดการเรียนการสอนโดยใช้เกมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักเรียน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ประภาศิริ ปราโมทย์ (2561) และ Umbara et al. (2021) ที่พบว่าเกมสร้างพฤติกรรมที่คงทนต่อการเรียนรู้ กล่าวได้ว่าหลังจากจัดการเรียนการสอนโดยชุดเกมฝึกทักษะการบวกและลบสามารถกระตุ้นความคิด ความสนใจ และความเต็มใจที่จะเรียนรู้ของนักเรียน รวมถึงพฤติกรรมการเรียนรู้คณิตศาสตร์สภาพแวดล้อมในห้องเรียน ตลอดจนการจัดการเรียนรู้ที่สร้างการมีส่วนร่วมในการเรียนการสอนเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน

2. ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดเกมฝึกทักษะการบวกและลบ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ในการวิเคราะห์รายละเอียดของความพึงพอใจพบว่า นักเรียนมีความสนุกสนานในการเล่นเกมน่าเป็นอันดับแรก ซึ่งแสดงถึงความสนใจและความเพลิดเพลินที่ได้รับจากการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้เกม นอกจากนี้นักเรียนยังชอบรูปแบบของเกมและการออกแบบตัวอักษรที่ใช้ในเกมว่ามีความชัดเจนและง่ายต่อการอ่าน กล่าวได้ว่าสื่อและอุปกรณ์มีความน่าสนใจ ทำให้นักเรียนกระตือรือร้นในการเรียน ซึ่งส่งผลกระทบที่ดีต่อการพัฒนาทักษะของนักเรียนในด้านการคิดคำนวณ ในบริบทของการคิดเลขเร็วขึ้นจากการเล่นเกมเป็นความพึงพอใจลำดับสุดท้ายนั้น อาจเนื่องมาจากการจัดทำเกมที่มุ่งเน้นการคำนวณอย่างเฉพาะเจาะจง หรือไม่มีการเน้นการพัฒนาทักษะคำนวณอย่างเพียงพอในช่วงเวลาการเล่น อาจไม่ได้รับความสนใจจากนักเรียนเมื่อเทียบกับความพึงพอใจด้านอื่น ๆ อย่างไรก็ตามการพัฒนาทักษะการบวกและลบของนักเรียนยังคงมีประสิทธิภาพอย่างมีนัยสำคัญ ผลการศึกษาที่กล่าวในข้างต้นสอดคล้องกับ อภิชาติ

เหล็กดี และณัฐชนานันท์ ไชยพลงาม (2560) ที่พบว่าความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อเกมฝึกทักษะการบวกและลบของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 อยู่ในระดับมากเช่นกัน เนื่องจากเกมฝึกทักษะการบวกและลบเป็นเกมที่พัฒนาขึ้นบนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ ซึ่งสอดคล้องกับความสนใจของนักเรียนและเสริมสร้างความสนุกสนานและความพึงพอใจในการเรียนรู้ของนักเรียน นอกจากนี้ผลการศึกษาของประภาศิริ ปราโมทย์ (2561) และกัญญารักษ์ ธรรมสุข ปวริศา จรตล และภูวดล บัวบางพลู (2563) พบว่า การใช้เกมในการจัดการเรียนการสอน ทำให้ผู้เรียนมีเจตคติต่อวิชาคณิตศาสตร์อยู่ในระดับดี งานวิจัยนี้ก็เช่นเดียวกัน ดังจะเห็นได้จากพฤติกรรมของนักเรียนที่แสดงออกในระหว่างที่เรียนวิชาคณิตศาสตร์ โดยพบว่านักเรียนเปิดรับ สนใจ และกระตือรือร้นในการเรียนรู้ รวมถึงสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นในการแก้ปัญหา กล่าวได้ว่าการใช้เกมทำให้นักเรียนเกิดความพึงพอใจที่มีต่อการจัดการเรียนรู้ ซึ่งส่งผลให้นักเรียนมีเจตคติที่ดีต่อวิชาคณิตศาสตร์

สรุปได้ว่า การพัฒนาทักษะการบวกและลบจำนวนนับไม่เกิน 100 ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้ชุดเกมฝึกทักษะการบวกและลบ ทำให้ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์สูงขึ้น ทั้งยังเป็นการพัฒนาวิธีการสอนคณิตศาสตร์ของผู้วิจัยให้มีคุณภาพมากขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างบรรยากาศในชั้นเรียนที่เอื้อต่อการสร้างแรงจูงใจให้ผู้เรียนระดับประถมศึกษาผลิตเพลิน มีความกระตือรือร้น และมีความสุขในการเรียนคณิตศาสตร์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 ชุดเกมฝึกทักษะการบวกและลบสามารถนำไปใช้กับผู้เรียนที่ต้องการพัฒนาทักษะการบวกและลบจำนวนนับไม่เกิน 100 ที่ไม่มีการทดและการกระจาย

1.2 ผู้สอนควรสำรวจความสนใจของผู้เรียนหรือรูปแบบเกมที่ผู้เรียนเล่นผ่านอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อเลือกเกมที่สอดคล้องกับความสนใจและสามารถสร้างแรงจูงใจในการเรียนของผู้เรียน

1.3 ชุดเกมฝึกทักษะการบวกและลบมีทั้งหมด 5 เกม โดยเป็นเกมแบ่งตามระดับการเรียนรู้จากง่ายไปยาก ดังนั้น ผู้สอนควรทดสอบระดับของผู้เรียนและประเมินว่าผู้เรียนเหมาะสมที่จะพัฒนาทักษะในระดับใด เพื่อลดความเบื่อหน่ายในการเล่นและสอดคล้องกับการพัฒนาทักษะผู้เรียนในแต่ละบริบทของสถานศึกษา

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรวิเคราะห์ระดับของการพัฒนาทักษะและเวลาที่ใช้ในการเล่นชุดเกมฝึกทักษะที่ส่งผลให้ผู้เรียนสามารถคิดคำนวณในใจได้

2.2 ควรนำเกมชุดฝึกทักษะพัฒนาเป็นเกมคอมพิวเตอร์หรือเกมที่เล่นผ่านสมาร์ทโฟน เพื่อพัฒนาการเรียนการสอนให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น และศึกษาเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระหว่างการใช้ชุดเกมฝึกทักษะและเกมคอมพิวเตอร์หรือเกมที่เล่นผ่านสมาร์ทโฟน

เอกสารอ้างอิง

กัญญารักษ์ ธรรมสุข ปวริศา จรตล และภูวดล บัวบางพลู. (2563). การพัฒนาแบบฝึกทักษะการแก้ปัญหาคณิตศาสตร์ เรื่อง การบวก ลบ คูณ หารระคน สำหรับชั้นประถมศึกษาปีที่ 2. *วารสารพัฒนาเทคนิคศึกษา*, 34(123), 77–83.

- จิระประภา คำภาเกะ. (2563). การพัฒนาทักษะการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ เรื่องปริซึมและทรงกระบอก โดยใช้เทคนิคเพื่อนคู่คิดร่วมกับเกมคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- ธนพัฒน์ ทองมา. (2561). แหล่งการเรียนรู้คณิตศาสตร์แบบโมบายล์เรียนรู้ในยุคดิจิทัล. *วารสารครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*, 46(1), 251–256.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2541). การพัฒนาการสอน. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ประภาศิริ ปราโมทย์. (2561). ศึกษาการพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้คณิตศาสตร์ โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือควบคู่กับเกม เพื่อส่งเสริมผลการเรียนรู้และคุณลักษณะที่พึงประสงค์ทางคณิตศาสตร์ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่).
- ประมุข จันทวิ. (2564). การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้คณิตศาสตร์โดยใช้บริบทเป็นฐานเพื่อส่งเสริมทักษะการเชื่อมโยงทางคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนเรศวร).
- ปริญญ ชัยวัฒน์ และสุนิศา โฆษิตชัยวัฒน์. (2565). ศึกษาผลการใช้กิจกรรมเกมกระดานเพื่อส่งเสริมทักษะการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 20(2), 230–241.
- พัฒน์นรี จันทกรภิรมย์ และธมนวรรณ โสพันธ์. (2565). การพัฒนาการคิดวิเคราะห์ของเด็กปฐมวัยโดยใช้กิจกรรมเกมการศึกษา. *วารสารเทคโนโลยีศึกษาศาสตร์และนวัตกรรม*, 1(1), 57–69.
- วนิดา นามโคตร. (2559). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อปัญหาการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ปีที่ 3 โรงเรียนราชสีมาวิทยาลัย. *วารสารออนไลน์บัณฑิตศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง* สืบค้นจาก <http://www.edu-journal.ru.ac.th/>
- วรจสมน ปานทองเสมอ. (2563). การศึกษาพฤติกรรมเอื้อสังคมโดยใช้เกมบิงโกตามทฤษฎีสุภาวะร่วมกับการสอนดนตรีแบบเดี่ยว. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- วิภาชนีย์ เทียนศรีรัชกุล สุธัชชัย พัฒนสิทธิ์ และไพฑูรย์ ศรีฟ้า. (2565). การพัฒนาเกมบิงโกคำศัพท์ รายวิชาภาษาอังกฤษ ด้วยเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริมของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนพรหมบุรีรัชดาภิเษก. *วารสารการวัดผลการศึกษา*, 39(105), 99–111.
- อภิชาติ เหล็กดี และณัฐชนานันท์ ไชยพลงาม. (2560). การพัฒนาเกมฝึกทักษะการบวก ลบ สำหรับนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 บนระบบ ปฏิบัติการแอนดรอยด์. *คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*.
- อิสเรศ พิพัฒน์มงคลพร. (2560). การพัฒนาวิทัศน์การเรียนการสอนคณิตศาสตร์ เรื่อง การสอนการบวกและการลบจำนวนจริง สำหรับนักศึกษาในรายวิชาการสอนคณิตศาสตร์ในระดับประถมศึกษา. *Veridian E –Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 10(2), 1868–1884.
- เอกสิทธิ์ ชนินทรภูมิ. (2559). การศึกษาแนวทางการจัดการเรียนรู้ตามแนวการสร้างความรู้ใหม่โดยใช้เกมการศึกษา. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 14(1), 54–59.
- Castellar et al. (2014). Improving arithmetic skills through gameplay: Assessment of the effectiveness of an educational game in terms of cognitive and affective learning outcomes. *Information Sciences*, 264, 19–31.

- Chen et al. (2012). A collaborative cross number puzzle game to enhance elementary students' arithmetic skills. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 11(2), 1–14.
- Saputra, D. S., Yuliati, Y., & Rachmadtullah, R. (2019). Use of ladder snake media in improving student learning outcomes in mathematics learning in elementary school. *Journal of Physics: Conference Series*, 1363(1), 1–4.
- Saroinsong, W. P., Anggraeni, N., & Putri, I. M. (2021). How does domino card help children to insight numbering. *The Southeast Asian Journal of Early Childhood Care Education and Parenting*, 2(1), 57–70.
- Scalise, N. R., Daubert, E. N., & Ramanian, G. B. (2020). Benefits of playing numerical card games on head start children's mathematical skills. *The Journal of Experimental Education*, 88(2), 200–220.
- Souza et al. (2023). Adapted digital domino game: teaching multiplication to children. *Revista CES Psicologia*, 16(2), 46–61.
- Umbara et al. (2021). Algebra dominoes game: re-designing mathematics learning during the Covid-19 pandemic. *International Journal of Instruction*, 14(4), 483–502.

ซอฟต์แวร์ทางการกีฬาที่ส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย

ปัทมทิยา สิงห์คราม^{1*} นลินีวรรณ ประพันธ์² และ ภาณุวัฒน์ ยาวศิริ³

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตชลบุรี

Corresponding author e-mail: patantiya1122@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received) 18 มกราคม 2567

วันที่รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 7 มีนาคม 2567

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 12 มีนาคม 2567

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬาที่ส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย และศึกษาปัจจัยด้านการสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติที่ส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและได้ออกแบบเครื่องมือเป็นแบบสอบถาม มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน จากนักท่องเที่ยวยุโรป 400 คน เก็บข้อมูลจากการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) และวิเคราะห์ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีการทดสอบการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านการเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬาส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) มีค่าเท่ากับร้อยละ 61.1 และมีค่า Adjusted R Square เท่ากับร้อยละ 37.3 และมีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .00 และปัจจัยด้านการสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติมีอิทธิพลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) มีค่าเท่ากับร้อยละ 62.7 และมีค่า Adjusted R Square เท่ากับร้อยละ 61.9 และมีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .00

คำสำคัญ: ซอฟต์แวร์ทางการกีฬา มูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬา การเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬา การสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติ

SPORTS SOFT POWER THAT AFFECTS THAILAND SPORTS INDUSTRY VALUE ADDED

Patantiya Singcram^{1*} Nalineewan Praphuntha² and Panuwat Yaosiri³

Faculty of Liberal Arts, Thailand National Sports University Chon Buri Campus

Abstract

The purposes of this research are to study the factors in hosting sports competitions that affect value added in the sports industry in Thailand and to study the factors in supporting national athlete teams that affect value added in the sports industry in Thailand. The researcher reviewed relevant literature and designed a questionnaire instrument. There was a sample size of 400 people. Data were collected using simple random sampling. and analyze the results of the hypothesis testing using the Multiple Regression Analysis test method.

The results of the hypothesis test found that the hosting factor of sports competitions affects value added in the sports industry in Thailand. Statistically significant at the .05 level when considering the results of the multiple regression equation analysis, it was found that the multiple correlation coefficient (R) was equal to 61.1 percents. The Adjusted R Square value was equal to 37.3 percents and the Significant value was equal to .00 and the factor of supporting national athletes' teams has an influence on value added in the sports industry in Thailand. Statistically significant at the .05 level when considering the results of the stepwise multiple regression analysis, it was found that the multiple correlation coefficient (R) was equal to 62.7 percent and the Adjusted R Square value was equal to 61.9 percents and Significant equals 0.00.

Keywords: Sports Soft Power, Sport Industrial Value, Hosting Sports Competitions, Supporting National Athletes

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ลักษณะของซอฟต์พาวเวอร์เป็นการใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างผลกระทบทางการทูตในเชิงความรู้สึก การสร้างชื่อเสียงและความเข้าใจระหว่างประเทศ โดยไม่ใช้ความแรงทางทหารหรือการใช้กำลังทางเศรษฐกิจเป็นหลัก (Jun, 2023) ในเชิงการใช้กีฬาซอฟต์พาวเวอร์ทางการกีฬาเป็นเครื่องมือที่สำคัญในสร้างซอฟต์พาวเวอร์ทางการกีฬานั้นเน้นไปที่การสร้างความเป็นระบบเสมือนในจิตและใจคน การสร้างความสนใจและความเข้าใจ และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของผู้ชมกีฬาซอฟต์พาวเวอร์ทางการกีฬาของไทยได้มีการสะท้อนออกมาในหลากหลายบริบทและสร้างผลกระทบเชิงเศรษฐกิจให้กับประเทศไทยเป็นอย่างมาก ทั้งการแข่งขันทางกีฬาระดับโลก การเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬาระดับโลก การแข่งขันโลกที่เกี่ยวข้องกับกีฬาอื่น ๆ สามารถทำให้ประเทศมีชื่อเสียงและมีอิทธิพลในระดับโลก (Joonoh & Jonathan, 2023)

การสนับสนุนทีมชาติในการแข่งขันทางกีฬาระดับนานาชาติมีความสามารถในการเปลี่ยนภาพลักษณ์ของประเทศ การช่วยเหลือทีมชาติ การมีผลงานที่ดีในการแข่งขันและการสร้างความเชื่อมั่นในทีมชาติสามารถเพิ่มความประทับใจคนในประเทศนั้น ๆ อีกทั้งประเทศไทยยังการให้ทุนการกีฬา การให้ทุนและ

สนับสนุนการพัฒนากีฬาในประเทศอื่น ๆ สามารถเป็นตัวช่วยในการสร้างมิตรภาพและความเข้าใจ นอกจากนี้การเป็นที่ยอมรับในการพัฒนากีฬายังสามารถทำให้ประเทศเป็นตัวแทนทางกีฬาที่สำคัญในระดับนานาชาติ ซึ่งการใช้ soft power ทางการกีฬาสามารถมีผลกระทบที่ลึกซึ้งและยาวนานในการสร้างความเข้าใจระหว่างประเทศและการสร้างมิตรภาพในระยะยาว รวมถึงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศอีกด้วย (Thanaiudompat, 2023)

ทั้งนี้ซอฟต์แวร์ทางการกีฬาสามารถสร้างผลกระทบทางลบหรือบวกต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาได้โดยขึ้นอยู่กับวิธีการใช้และการจัดการทรัพยากรทางการกีฬาที่มีอยู่ รวมถึงการบริหารกิจกรรมทางกีฬาในทั้งในด้านของธุรกิจและการท่องเที่ยวด้วย ซอฟต์แวร์ทางการกีฬามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับมูลค่าของอุตสาหกรรมกีฬาทั้งในด้านการโฆษณาและการตลาด (Jun, 2023) ซอฟต์แวร์ทางการกีฬาสามารถใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการโฆษณาและการตลาด การสนับสนุนทีมชาติ การเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬาหรือการร่วมพันธมิตรกับนักกีฬามีศักยภาพในการสร้างความสนใจจากผู้บริโภคและนำไปสู่การขายในตลาดที่กว้างขึ้น ด้านการท่องเที่ยว ทั้งการแข่งขันกีฬาและเหตุการณ์ทางกีฬาสามารถเป็นแรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Richard, 2020) การเป็นเจ้าภาพของเหตุการณ์กีฬามีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยว สปอร์ตแฟนและผู้สนใจทางกีฬาจากที่ประเทศนั้น ๆ ซึ่งเมื่อมีการตลาดและโปรโมทที่เหมาะสมสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้อีกด้วย ด้านการพัฒนาทางเศรษฐกิจ การพัฒนาอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศสามารถสร้างงาน ทำให้มีการลงทุนในสถานที่และส่งเสริมพัฒนาศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากนี้การเป็นเจ้าภาพของงานกีฬาสามารถเสริมสร้างภาพลักษณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศในระดับนานาชาติ (Jonathan and Michael, 2016) โดยจะเห็นว่ากระบวนการสร้างซอฟต์แวร์นั้น เป็นลักษณะของการเป็นเจ้าของการแข่งขันทางกีฬา มีความสำคัญในเชิงการดึงดูดผู้เข้าร่วมได้สัมผัสประสบการณ์ที่เข้าร่วมการแข่งขันกับบรรยากาศและความรู้สึกที่เจ้าภาพมอบให้ รวมถึงการสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติให้มีผลงานเป็นที่ประจักษ์เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ก่อให้เกิดความชื่นชอบและยอมรับในตัวนักกีฬาที่เป็นสื่อกลางของซอฟต์แวร์ (Joonoh & Jonathan, 2023)

การใช้ซอฟต์แวร์ทางการกีฬาต้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรทางกีฬาและการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่เป็นที่ยอมรับและสร้างมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬา โดยต้องอาศัยกระบวนการในการพัฒนาให้เกิดซอฟต์แวร์ที่เข้มแข็ง ในการวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งที่จะศึกษากระบวนการที่จะสร้างและพัฒนาซอฟต์แวร์ทางการกีฬาที่จะทำให้มูลค่าเพิ่มอุตสาหกรรมกีฬาเพิ่มสูงขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬาที่ส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติที่ส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

แนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสร้างซอฟต์แวร์ทางการกีฬา

กระบวนการสร้างซอฟต์แวร์ทางการกีฬาเป็นกระบวนการที่ซับซ้อนและแตกต่างกันไปตามบริบทและวัตถุประสงค์ของแต่ละประเทศหรือองค์กรกีฬา อย่างไรก็ตามมี Richard (2020) ได้วิจัยแสดงให้เห็นถึงขั้นตอนในการสร้างซอฟต์แวร์ทางการกีฬา โดยเริ่มที่การพัฒนาและสนับสนุนกีฬาในประเทศ เป็นการ

ลงทุนในการพัฒนากีฬาในประเทศรวมถึงการสนับสนุนนักกีฬา การสร้างสถานที่สำหรับการฝึกซ้อมและการสนับสนุนการแข่งขันที่สามารถช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเข้มแข็งของประเทศ และการเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬา ซึ่งการเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬาที่มีชื่อเสียง เช่น การแข่งขันโลก อีเวนต์โอลิมปิก หรือแข่งขันที่มีต้นทุนสูงสุด จึงมีเป้าหมายที่จะสร้างผลตอบแทนเชิงภาพลักษณ์ที่เป็นซอฟต์แวร์ที่สามารถทำให้ประเทศได้รับการสนใจจากสาธารณชนระหว่างประเทศและสื่อมวลชน

การสนับสนุนทีมชาติในการแข่งขันระดับนานาชาติ เป็นการสนับสนุนทีมชาติในการแข่งขันที่สร้างความสนใจจากทั่วโลก เช่น ฟุตบอลโลก โอลิมปิกหรือการแข่งขันที่มีการถ่ายทอดสดทางโทรทัศน์ สามารถเพิ่มความเข้าใจและชื่อเสียง รวมถึงการให้ทุนและสนับสนุนกีฬาที่เป็นที่ยอมรับ ไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุนนักกีฬาหรือการพัฒนาโครงสร้างการกีฬาสามารถช่วยในการสร้างซอฟต์แวร์ และอีกขั้นตอนที่ขาดไม่ได้คือการใช้งานสื่อสาร การใช้สื่อสารที่ดีและมีประสิทธิภาพเพื่อนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศทางด้านกีฬา โปรโมททักษะนักกีฬา บรรยากาศการแข่งขันและความมีชื่อเสียงของทีมชาติ สุดท้ายเป็นการใช้กีฬาเป็นเครื่องมือทางการทูต เป็นการใช้กีฬาเพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางการทูต การทำสัญญากับประเทศอื่น ๆ ผ่านทางกีฬา และการให้ทุนสนับสนุนในทางการทูต การสร้างซอฟต์แวร์ทางการกีฬาต้องการการวางแผนและการดำเนินงานที่รอบคอบเพื่อสร้างผลลัพธ์ที่ดีในระยะยาว (William and Pawinpon, 2021)

ซึ่งการศึกษาครั้งนี้พบว่าตัวแปรด้านการเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬา การสนับสนุนทีมชาติในการแข่งขันระดับนานาชาติและการให้ทุนและสนับสนุนกีฬาที่เป็นที่ยอมรับ เป็นตัวแปรที่มีความแพร่หลายในการศึกษาและยังเป็นตัวแปรที่สำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมหลักโดยเป็นเหตุที่มีผลเชิงบวกกับระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก (Jonathan & Michael, 2016)

แนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับมูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย

มูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬามีความสำคัญมากในประเทศไทยจากมุมมองทั้งเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ทำให้เกิดการสร้างรายได้และจัดการทรัพยากรเศรษฐกิจ การสร้างสังคมที่สมดุลและดีในทุกด้าน การสร้างเสถียรภาพทางสังคม การสร้างตัวตนและความมีความเชื่อมโยง และการสร้างทัศนียภาพและชื่อเสียง การขับเคลื่อนมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาของไทยนั้นต้องอาศัยความร่วมมือและการให้ความรู้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน (Simon, et al., 2022)

ซึ่งมูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทยสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีต่อกีฬาเป็นอย่างมาก โดยปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย 1) มูลค่าทางเศรษฐกิจทางการกีฬา ที่เกิดจากการลงทุนในการพัฒนานักกีฬา สถานที่ฝึกซ้อม และสถานที่จัดการแข่งขันมีผลทำให้มีการบริหารจัดการทรัพยากรกีฬาที่ดีขึ้น นอกจากนี้การพัฒนาโครงสร้างการบริหารจัดการทางกีฬาและการสนับสนุนนักกีฬาในระดับตำบลถึงระดับชาติสามารถเสริมสร้างฐานะทางกีฬาในประเทศ 2) ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ ที่เกิดจากการเป็นเจ้าภาพของเหตุการณ์กีฬาใหญ่ๆ หรือการแข่งขันระดับนานาชาติ เช่น SEA Games หรือกีฬาที่มีชื่อเสียงอื่น ๆ สามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว การถ่ายทอดสดและการสปอนเซอร์ (Singcrum & Thanaiudompat, 2023) และ 3) การพัฒนาทางธุรกิจ ทั้งในแง่ของการพัฒนาอุตสาหกรรม แบรนด การตลาดและสปอร์ตทูริสต์ในประเทศไทยได้รับการสนับสนุนมากขึ้น ซึ่งสร้างโอกาสทางธุรกิจที่สำคัญในอุตสาหกรรมกีฬา การทำสัญญาและพันธมิตรกับบริษัทแบรนด การตลาดผลิตภัณฑ์กีฬา และการจัดการอีเวนต์ทางกีฬาสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจ การเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทยต้องการความร่วมมือของทุกฝ่าย เช่น รัฐบาล ภาคเอกชนและสังคมทั้งในด้านการบริหารจัดการทรัพยากรทางกีฬาและการสนับสนุนทั้งทางการเงินและทางทักษะทางกีฬา (William & Pawinpon, 2021)

ความสัมพันธ์ระหว่างการเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬากับมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย

ซอฟต์แวร์พาวเวอร์ทางการกีฬาที่สำคัญที่จะขับเคลื่อนให้กับอุตสาหกรรมกีฬาได้ด้านแรกเป็นเรื่องของ Joonoh and Jonathan (2023) การเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬามุ่งถึงการรับผิดชอบในการจัดการและสนับสนุนการแข่งขันกีฬาที่มีสถานที่จัดที่อยู่ในบริเวณหรือเขตที่คุณควบคุมหรือครอบครองนี้เป็นบทบาทที่มีความสำคัญทั้งในมิติกีฬาและมิติอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งการจัดทำการแข่งขัน ในลักษณะของการเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬาเป็นการจัดทำกิจกรรมแข่งขันที่ประกอบด้วย การวางแผน การจัดการและการดำเนินงานของการแข่งขัน ยังรวมถึงการจัดลำดับและโปรแกรมการแข่งขัน การจัดทำสนามแข่งขัน การจัดระบบการดูแลเจ้าหน้าที่ การจัดการปัญหาที่อาจเกิดขึ้นและการตรวจสอบความปลอดภัย อีกทั้งยังต้องมีการจัดทำโครงการและสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งเจ้าภาพต้องเตรียมการและจัดทำโครงการที่มีความทันสมัยและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นสำหรับผู้เข้าร่วมแข่งขัน ผู้ชมและเจ้าหน้าที่รวมถึงการจัดทำพื้นที่สำหรับการแข่งขันและฝึกซ้อม การจัดทำสถานที่พักอาศัย การจัดทำพื้นที่จอดรถและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ และยังคงดูแลผู้เข้าร่วมแข่งขันที่มีการเดินทางมาจากต่างประเทศหรือภายในประเทศ โดยการจัดทำสถานที่พัก การจัดทำอาหาร การดูแลสุขภาพและการจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น (Ashlee, 2019)

ทั้งนี้ยังต้องสร้างประสบการณ์การแข่งขันที่ดีให้กับผู้ชมและผู้เข้าร่วมการแข่งขัน รวมถึงการจัดทำโครงการพิเศษ การจัดการการแสดงสาธิต การจัดทำงานเพื่อเพิ่มความสนุกสนานและการจัดทำกิจกรรมสำหรับครอบครัวและผู้ชม ซึ่งยังต้องอาศัยการเพิ่มความสนใจของสื่อต้องสร้างการติดตามและความสนใจจากสื่อมวลชน การจัดทำงานสำหรับสื่อและการสร้างสื่อโฆษณาเพื่อส่งเสริมการแข่งขัน ซึ่งการเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬามีผลต่อมิติต่าง ๆ ของกีฬา การท่องเที่ยว ธุรกิจและวัฒนธรรมในที่สุดการจัดการที่ดีในบทบาทนี้จะส่งผลให้งานกีฬามีความสำเร็จและส่งผลต่อพัฒนาภิพและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

ซึ่งในการเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬามีความสัมพันธ์กับมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทยในหลายด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวและภูมิปัญญาสามารถอธิบายความสัมพันธ์นี้ในด้านของการสร้างรายได้ การเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬามีความสามารถในการสร้างรายได้จากแหล่งที่มาต่าง ๆ อาทิ เช่น บัตรเข้าชม สปอนเซอร์ การถ่ายทอดสดและการจัดการตลาดที่เกี่ยวข้อง รายได้ที่ได้มาจากกีฬาส่วนมากนี้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในกีฬาและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งการเสริมสร้างท่องเที่ยว กีฬาที่มีชื่อเสียงสามารถสร้างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีความสนใจในกีฬานั้น ๆ อาจเลือกมีการเดินทางมาเข้าชมการแข่งขัน การสนับสนุนทีมหรือเพื่อร่วมงานที่เกี่ยวข้องกับกีฬา อีกทั้งยังส่งผลทางการเพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ การจัดการแข่งขันทางกีฬาสามารถสร้างมูลค่าทางธุรกิจในหลายด้าน ทั้งการขายสิทธิการถ่ายทอด การบริหารจัดการทรัพยากรกีฬา การจัดการตลาดและการพัฒนาทรัพยากรบุคคล การสนับสนุนที่ดีทำให้นักกีฬามีความเป็นไปได้ที่จะพัฒนาทักษะและมีผลงานที่ดีในการแข่งขัน ท้ายการเพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรม การเป็นเจ้าภาพของกีฬาสามารถสร้างมูลค่าทางวัฒนธรรมในทุก ๆ มิติ โดยการสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำสำหรับผู้ชมและผู้เข้าร่วมงาน (William and Pawinpon, 2021)

ซึ่งการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยซอฟต์แวร์พาวเวอร์ทางการกีฬาเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬาดังกล่าวนั้นแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬาส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย ทั้งในแง่ของการขยายตัวของความนิยมในตัวนักกีฬาและการขยายตัวของเศรษฐกิจจากความนิยมดังกล่าวเป็นอย่างมากจึงสามารถสรุปได้ว่าการเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬาส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทยตามสมมติฐานที่ 1

Hypothesis 1: การเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬาส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย

ความสัมพันธ์ระหว่างการสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติกับมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย

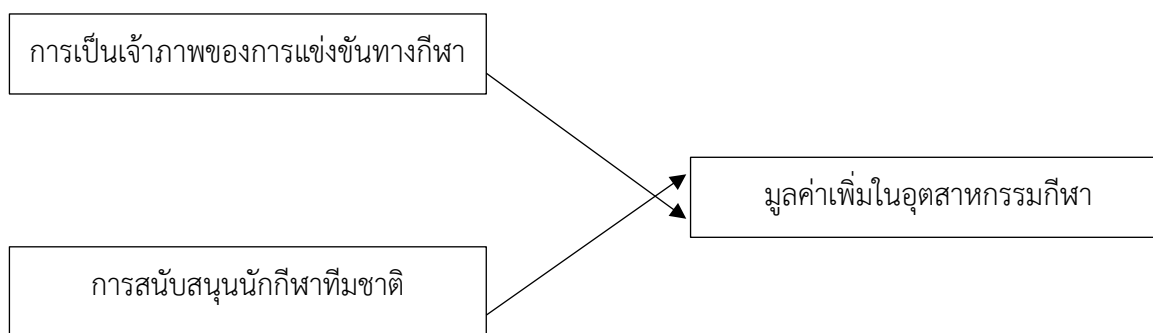
ซอฟต์แวร์ด้านการสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติในการแข่งขันระดับนานาชาติส่งผลกระทบในแง่ของการเพิ่มมูลค่าในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทยได้ในหลายด้าน Jonathan and Jeremy (2023) ทั้งการเพิ่มความนิยมและความสนใจจากผู้มีความสนใจในกีฬานั้น ๆ การสนับสนุนทีมชาติทำให้ผู้คนในประเทศไทยมีความสนใจมากขึ้นในกีฬานั้น ๆ และทำให้มีการติดตามและรับชมการแข่งขันระดับนานาชาติมากขึ้นด้วย การเพิ่มความนิยมนี้สามารถแปลเป็นการเข้าชม การซื้อบัตรเข้าชมงานหรือการซื้อสินค้าที่เกี่ยวข้องกับทีมชาติที่มีการแข่งขัน Richard (2020) อีกทั้งยังเกิดการสร้างโอกาสทางธุรกิจ การมีนักกีฬาทีมชาติที่ประสบความสำเร็จในการแข่งขันระดับโลกสามารถเป็นโอกาสทางธุรกิจที่ดีในการตลาดสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้อง นักกีฬาที่มีชื่อเสียงสามารถเป็นการตลาดที่ดีสำหรับผลิตภัณฑ์หรือแบรนด์ที่เกี่ยวข้อง

Fumiko (2022) การสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติยังส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในแง่การเสริมสร้างทักษะและพัฒนานักกีฬาเป็นการสนับสนุนในการพัฒนาทักษะของนักกีฬาในประเทศ และนำไปสู่การเป็นนักกีฬามืออาชีพ นอกจากนี้ การเสริมสร้างโค้ชและโปรแกรมการฝึกอาชีพสามารถช่วยให้นักกีฬามีประสิทธิภาพมากขึ้นทำให้ชื่อเสียงของอุตสาหกรรมกีฬาเพิ่มขึ้นตามไปด้วย มีการศึกษาเพิ่มเติม Ashlee (2019) การสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติยังส่งผลต่อการเสริมสร้างภาพลักษณ์ประเทศ ในด้านความสำเร็จของทีมชาติในการแข่งขันระดับโลกสามารถเป็นเครื่องมือที่ดีในการสร้างภาพลักษณ์ประเทศ นอกจากนี้การมีนักกีฬาที่ประสบความสำเร็จสามารถเป็นแรงบันดาลใจและประทับใจให้กับคนในประเทศ ทำให้เกิดการดึงดูดนักลงทุนความสำเร็จของทีมชาติสามารถเป็นปัจจัยที่ดึงดูดนักลงทุนในอุตสาหกรรมกีฬาการมีนักกีฬาที่ประสบความสำเร็จสามารถทำให้บริษัทและนักลงทุนสนใจที่จะลงทุนในกีฬาและทีมชาติ

อย่างไรก็ตามความสำเร็จของการสนับสนุนทีมชาติยังขึ้นอยู่กับการจัดการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของกีฬาและการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพในระยะยาวอีกด้วย ทั้งนี้จึงสามารถสรุปได้ว่าการสนับสนุนทีมชาติในการแข่งขันระดับนานาชาติส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทยตามสมมติฐานที่ 2

Hypothesis 2: การสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดแนวการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยเพื่อเข้าร่วมชมการแข่งขันและร่วมแข่งขันกีฬา ปี พ.ศ. 2565 (Ministry of Sport and Tourism, 2023) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยเพื่อเข้าร่วมชมการแข่งขันและร่วมแข่งขันกีฬา ปี พ.ศ. 2565 โดยหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากร โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 จึงได้กลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 385 กลุ่มตัวอย่าง เพื่อสะดวกในการเก็บข้อมูลจึงกำหนดการเก็บกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง (Cochran, 1953)

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากหนังสือ เอกสารที่เกี่ยวข้อง บทความวิจัย ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาสร้างข้อคำถามและกรอบแนวคิดในการวิจัย และกำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และประโยชน์ของการวิจัย
2. การสร้างแบบสอบถามฉบับร่าง เพื่อนำส่งให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาแบบสอบถามเพื่อเป็นการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ครอบคลุมเนื้อหาและความถูกต้องของสำนวนภาษาที่ใช้
3. เมื่อผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญแล้วนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับประชากรที่จะศึกษาจำนวน 30 ชุด เพื่อนำมาวิเคราะห์เพื่อหาความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α - Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ของข้อคำถามและแบบสอบถาม
4. สร้างแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Google form และสร้าง QR Code เพื่อสะดวกในการเก็บแบบสอบถาม

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้พบว่าผู้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา จำนวน 400 คน เป็นเพศหญิง ร้อยละ 84 เพศชาย ร้อยละ 16 โดยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกลุ่มการแข่งขันกีฬาต่อสู้ถึง ร้อยละ 80 เป็นกีฬาฟุตบอลร้อยละ 13 และเป็นชนิดกีฬาอื่น ๆ ร้อยละ 7

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 การเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬาส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนระหว่างตัวแปรการเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬา กับมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.252	.151		8.286	.000
การเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬา	.251	.034	.311	7.215	.000
การจัดทำการแข่งขัน	.174	.046	.201	3.814	.000
การจัดทำโครงการและสิ่งอำนวยความสะดวก	.235	.047	.270	5.090	.000
การจัดการสื่อสาร	.236	.042	.214	3.145	.000

R = .611; R Square = .367; Adjust R Square = .373; Standard Error of The Estimate = .313; Sig = .000; F = 81.789

จากตารางที่ 1 พบว่า การเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬามีอิทธิพลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย เนื่องจาก ค่า sig. เท่ากับ 0.00 เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) มีค่าเท่ากับ 0.611 และมีค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.373หมายความว่า แบบจำลองนี้สามารถทำนายตัวแปรตามได้คิดเป็นร้อยละ 37.3 และเมื่อพิจารณาเป็นรายตัวแปร พบว่า การเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬามีอิทธิพลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทยในรูปแบบคะแนนดิบและในรูปแบบคะแนนมาตรฐานมากที่สุด ตามด้วยด้านการจัดการสื่อสาร ด้านการจัดทำโครงการและสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านการจัดทำการแข่งขันความคิดเห็นโดยมีค่าอิทธิพลในรูปแบบคะแนนดิบ เท่ากับ 0.251, 0.236, 0.235 และ 0.174 และมีค่าอิทธิพลในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.311 0.270 0.214 และ 0.201 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y = 1.251 + 0.251 (\text{การเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬา}) + 0.174 (\text{การจัดทำการแข่งขัน}) + 0.235 (\text{การจัดทำโครงการและสิ่งอำนวยความสะดวก}) + 0.236 (\text{การจัดการสื่อสาร})$$

สมมติฐานที่ 2 การสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนระหว่างตัวแปรปัจจัยการสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติและมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.660	.121		7.232	.000
การสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติ	.157	.045	.176	6.215	.000
การเพิ่มความนิยม	.112	.040	.211	4.321	.000
การเสริมสร้างโค้ชและโปรแกรมการฝึกอาชีพ	.147	.041	.170	4.190	.000
การสร้างโอกาสทางธุรกิจ	.246	.039	.184	3.255	.000

R = .791; R Square = .627; Adjust R Square = .619

Standard Error of The Estimate = 0.255; Sig = .000; F = 93.798

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยการสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย เนื่องจาก ค่า sig. เท่ากับ 0.00 เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) มีค่าเท่ากับ 0.791 และมีค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.627 หมายความว่า แบบจำลองนี้สามารถทำนายตัวแปรตามได้คิดเป็นร้อยละ 62.7 และเมื่อพิจารณาเป็นรายตัวแปร พบว่า ปัจจัยการสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติที่มีอิทธิพลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย ในรูปแบบคะแนนดิบและในรูปคะแนนมาตรฐานมากที่สุด ด้านการสร้างโอกาสทางธุรกิจ ด้านการสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติ ด้านการเสริมสร้างโค้ชและโปรแกรมการฝึกอาชีพ และด้านการเพิ่มความนิยม โดยมีค่าอิทธิพลในรูปแบบคะแนนดิบ เท่ากับ 0.246, 0.157, 0.147 และ 0.112 และมีค่าอิทธิพลในรูปคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.184, 0.176, 0.170, และ 0.211 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการศึกษาสามารถสรุปได้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านการเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬาส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ Richard (2020) การเป็นเจ้าภาพของการจัดการแข่งขันกีฬานั้น ทั้งในระดับชาติและนานาชาติจะส่งผลต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมกีฬาอย่างมาก เนื่องจากเกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจที่มีกลุ่มผู้เข้าชมกีฬา ผู้จัดกีฬาและผู้มีส่วนร่วมในภาคส่วนต่าง ๆ และจะเห็นได้ว่าการเติบโตของผู้เข้าชมนั้นเกิดจากความนิยมในชนิดกีฬานั้น ๆ Joonoh and Jonathan (2023) พบว่า การสื่อสารที่เป็นปัจจัยอันดับต้น ๆ จะเป็นกระบวนการหนึ่งของการจัดการแข่งขันที่ต้องสื่อสารให้ผู้ชมได้รับรู้ว่าจะมีการจัดการแข่งขันและสร้างกระแสความนิยมจากการประชาสัมพันธ์ โดยใช้หลักการทางการตลาดมาช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Simon (2022) ที่อธิบายให้เห็นว่าการจัดการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพนั้นต้องอาศัยการสื่อสารร่วมด้วย และยังอธิบายเพิ่มเติมอีกว่าการจัดการแข่งขันกีฬานั้น ต้องมีการวางแผนที่ชัดเจนเป็นการจัดทำโครงการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่แสดงให้เห็นถึงความพร้อมในการรองรับการแข่งขันและการเข้าชมของผู้ชมจำนวนมาก

2. ปัจจัยด้านการสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ Fumiko (2022) การสนับสนุนนักกีฬาชาตินั้นเป็นการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจจากความนิยมในตัวนักกีฬา ผ่านกระบวนการเสริมสร้างโค้ชและโปรแกรมการฝึกอาชีพ ซึ่งส่งผลให้อุตสาหกรรมกีฬาโดยรวมมีมูลค่าเพิ่มขึ้น Jonathan and Jeremy (2023) อีกทั้งยังเป็นกระบวนการที่สร้างความนิยมในตัวนักกีฬาทีมชาติ เมื่อความนิยมในตัวนักกีฬาเพิ่มขึ้นก็ทำให้เกิดความนิยมเข้าชมการแข่งขันของนักกีฬาประเภทนั้น ๆ เป็นผลให้การใช้จ่ายในอุตสาหกรรมกีฬาเพิ่มขึ้นตามไปด้วย สอดคล้องกับ Agmapisarn et al. (2020) ที่อธิบายว่าการสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติในด้านของการสร้างความนิยมในตัวนักกีฬานั้นส่งผลทางตรงกับการขยายตัวของกลุ่มผู้ชมในชนิดกีฬานั้น ๆ ซึ่งเป็นปัจจัยเชิงบวกที่มีอิทธิพลกับมูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมกีฬา

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ในภาคอุตสาหกรรมทางการกีฬานั้น สามารถนำผลการวิจัยด้านซอฟต์แวร์ทั้งในด้านการเป็นเจ้าภาพทางการแข่งขัน ซึ่งให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์และประสบการณ์ในการเข้าชมกีฬาที่ส่งคุณค่าให้กับผู้เข้าชม และการสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติ ที่ให้ความสำคัญกับการสร้างการยอมรับในตัวนักกีฬา

ทำให้อุตสาหกรรมในกลุ่มนี้สามารถนำไปวางแผนกลยุทธ์ให้กับธุรกิจกีฬาในกลุ่มอุตสาหกรรมได้ และอีกทั้งยังเป็นปัจจัยทั้งภายในและภายนอกในการนำมาพิจารณาวางแผนกลยุทธ์อีกด้วย

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้มีการเก็บข้อมูลเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อให้สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในวงกว้างควรมีการขยายขอบเขตของประชากรในการวิจัยครั้งต่อไปเพื่อศึกษาประชากรในกลุ่มที่กว้างขึ้นและสามารถเปรียบเทียบความต้องการและความแตกต่างได้

เอกสารอ้างอิง

- Agmapisarn, C. , Khetjenkarn, S., & Tachochalalai, S. (2020). A Study of Bangkok Street Food Consumption and Its Effects on Consumer Attitude and Behavioral Intention. *Chulalongkorn Business Review*, 42(1), 21-42.
- Ashlee, M. (2019). An examination of women's sport sponsorship: a case study of female Australian Rules football. *Journal of Marketing Management*, 35(17),1644-1666.
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Fumiko, T. (2022). Do Sport Sponsorship Announcements Help or Hurt Rival Sponsors' Market Values? Comparing the Stock Returns of Sponsors and Their Rivals in the United States and Japan. *Journal of Advertising Research*, 62(2), 167-175.
- Jonathan, F. & Jeremy, V. (2023). Improving the Generalizability of the Effects of Sport Sponsorship on Brand Awareness: A Longitudinal, Multilevel Perspective. *Sport Marketing Quarterly*, 32(3), 235-245.
- Jonathan, G. & Michael, B. (2016). Of Mechanisms and Myths: Conceptualizing States' "Soft Power" Strategies through Sports Mega-Events. *Diplomacy & Statecraft*, 27(2), 251-272.
- Joonoh, J. & Jonathan, G. (2023). An analysis of Japan's soft power strategies through the prism of sports mega-events. *Sport in Society*, 26(10), 1756-1776.
DOI: 10.1080/17430437.2023.2197398.
- Jun, A. (2023). Soft power is rare in world politics: Ruling out fear- and appetite-based compliance. *Place Branding and Public Diplomacy*. 19(4), 476-486.
- Kotler , P. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Ministry of Sport and Tourism. (2022). Statistics on sports tourists traveling to Thailand. Retrieved from <https://www.mots.go.th/news/category/656>.
- Richard, W. (2020). Sport and UK soft power: The case of Mount Everest. *British Journal of Politics & International Relations*, 22(2), 274-292.
- Simon, C., Paul, W. & Nicholas, B. (2022). Soft Power Sports Sponsorship – A Social Network Analysis of a New Sponsorship Form. *Journal of Political Marketing*. 21(2), 196-217.

- Singcram, P., & Thanaiudompat, T. (2023). “The Development of a National Sport Event Management Model that Affects the Value Added of the Sport Industry in Thailand,” *Emerging Science Journal*, 7(2), 445-454. Doi: 10.28991/ESJ-2023-07- 02-010
- Thanaiudompat , T. (2023). The Brand Values Development from The Customer’s Perspective in Sports Apparel Business in Thailand. *Interdisciplinary Research Review*, 18(2). Retrieved from <https://ph02.tci-thaijo.org/index.php/jtir/article/view/248712>
- William, J. & Pawinpon, T. (2021). Muay Thai Diplomacy: Thailand’s Soft Power Through Public Diplomacy. *Journal of Alternative Perspectives in the Social Sciences*, 11(1), 99-123.

การพัฒนาทักษะการนับจำนวนเพิ่มและลดของเด็กปฐมวัยชั้นอนุบาลปีที่ 3 โดยใช้ชุดกิจกรรม “Kids with Math”

อนงค์ลักษณ์ ประทีตธง^{1*} และ มนูญพงศ์ ชัยพันธ์²

¹นักศึกษาปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ

²อาจารย์ประจำคณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ

Corresponding author e-mail: anongluk685@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received) 28 มกราคม 2567

วันที่รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 15 มีนาคม 2567

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 16 มีนาคม 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาชุดกิจกรรม “Kids with Math” เพื่อเสริมสร้างทักษะการนับจำนวนเพิ่มและลดสำหรับเด็กปฐมวัย ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80 และ 2) เพื่อเปรียบเทียบทักษะการนับจำนวนเพิ่มและลดของเด็กปฐมวัย ก่อนและหลังจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดกิจกรรม “Kids with Math” กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 3 โรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่ง จำนวน 29 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มอย่างง่าย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าประสิทธิภาพ E_1/E_2 คะแนนพัฒนาการสัมพัทธ์ และการทดสอบค่าที

ผลการวิจัยพบว่า 1) ชุดกิจกรรม “Kids with Math” ที่ใช้ในการจัดการเรียนรู้ เรื่องการนับจำนวนเพิ่มและลดของนักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 3 มีค่าประสิทธิภาพ เท่ากับ 86.67/84.43 และ 2) ทักษะการนับจำนวนเพิ่มและลดของนักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 3 หลังจัดการเรียนรู้ด้วยชุดกิจกรรม “Kids with Math” สูงกว่าก่อนจัดการเรียนรู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีคะแนนพัฒนาการสัมพัทธ์เฉลี่ยอยู่ในระดับสูงมาก

คำสำคัญ: ทักษะการนับจำนวนการเพิ่มและลด ชุดกิจกรรม “Kids with Math” เด็กปฐมวัย

THE DEVELOPMENT OF COUNTING SKILLS FOR INCREASING AND DECREASING NUMBERS OF EARLY CHILDHOOD IN KINDERGARTEN 3 USING THE ACTIVITY SET “KIDS WITH MATH”

Anongluk Pratudthong^{1*} and Manoonpong Chaiyaphan²

¹Master's Student of School of Education and Arts, Suvarnabhumi Institute of Technology

²Lecturer of School of Education and Arts, Suvarnabhumi Institute of Technology

Abstract

This research aimed to 1) develop the "Kids with Math" activity set to enhance counting skills for increasing and decreasing numbers for preschoolers to meet the efficiency criterion of 80/80 and 2) compare counting skills for increasing and decreasing numbers in preschoolers before and after the implementation of the "Kids with Math" activity set. The samples of the research were 29 third-year kindergarten students from a private elementary school, which were selected through simple random sampling. The statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation, E_1/E_2 efficiency values, relative gain score, and t-test.

The result showed that 1) the “Kids with Math” activity set used for teaching increasing and decreasing numbers to third-year kindergarten students had an efficiency of 86.67/84.43 and 2) the counting skills for increasing and decreasing numbers of third-year kindergarten students after the learning intervention using the "Kids with Math" activity set was statistically significantly higher than before the learning at the .01 significance level and the average relative gain score was at a very high level.

Keywords: Counting Skills of Increasing and Decreasing Numbers, Activity Set “Kids with Math”, Early Childhood

ความสำคัญและที่มาของงานวิจัย

หลักสูตรการศึกษาปฐมวัยมุ่งให้เด็กมีพัฒนาการตามวัยและมีความพร้อมที่จะเรียนรู้ ซึ่งลักษณะของการจัดการศึกษาจะเป็นการอบรมเลี้ยงดูและให้คำปรึกษา หนึ่งในจุดมุ่งหมายที่เกิดกับเด็กเมื่อจบการศึกษาในระดับปฐมวัย คือ มีความสามารถในการคิดที่เป็นพื้นฐานในการเรียนรู้ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2560) นอกเหนือจากการสื่อสารที่เป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาความสามารถในการคิดของเด็กปฐมวัยแล้ว การนับจำนวนก็มีความสำคัญเช่นเดียวกัน เนื่องจากเป็นพื้นฐานสำหรับการเรียนรู้ในระยะเริ่มต้นและการพัฒนาทักษะอื่น ๆ ในการเรียนรู้ของเด็ก

การนับจำนวนเป็นทักษะพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ที่จำเป็นต่อการพัฒนาของเด็กปฐมวัย เนื่องจาก การนับจำนวนช่วยให้เด็กเข้าใจและเรียนรู้เกี่ยวกับสัญลักษณ์ตัวเลข ลำดับของตัวเลข และความสัมพันธ์ทางคณิตศาสตร์ รวมถึงพัฒนาความคิดของเด็กให้คิดอย่างมีเหตุผล มีความละเอียดรอบคอบ มีความคิดสร้างสรรค์ และความสามารถในการแก้ปัญหา ตลอดจนเป็นเครื่องมือที่จำเป็นในการดำรงชีวิตประจำวันของเด็ก (สถาบัน

ราชานุกูล กรมสุขภาพจิต, 2557) และเป็นประโยชน์อย่างมากในการเรียนรู้วิทยาการด้านต่าง ๆ ที่มีความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน

ในเด็กปฐมวัย ทักษะการนับเป็นแนวคิดในการนับจำนวนที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้และเข้าใจความหมายของจำนวน โดยมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะในการเรียงลำดับตัวเลขอย่างถูกต้อง การบอกขนาดของกลุ่มที่มีขนาดเท่ากันโดยไม่ต้องนับ การนับจำนวนที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง และการใช้สัญลักษณ์แทนจำนวน (สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2557) สำหรับเด็กปฐมวัยชอบการนับแบบท่องจำ โดยไม่เข้าใจความหมาย เช่น การนับจำนวนขนมที่อยู่ในมือ การนับจำนวนเพื่อนในห้อง เป็นต้น แม้ว่าเด็กจะสามารถนับจำนวนติดต่อกัน แต่เด็กไม่สามารถเข้าใจความหมายของจำนวนนั้นโดยสมบูรณ์ เมื่อมีการจัดเรียงสิ่งของใหม่ การนับของเด็กอาจเกิดความสับสน (Kesicioğlu, 2021) ดังนั้น ความเข้าใจเรื่องจำนวนจึงมีความสำคัญต่อการนับจำนวนอย่างมีความหมาย

ปัญหาการจำตัวเลข การนับตัวเลข การไม่รู้ค่าของตัวเลข และความหมายของตัวเลขของเด็กปฐมวัยสะท้อนผ่านงานวิจัยในชั้นเรียนจำนวนมากด้วยการเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ของโรงเรียน (บังอร แจ่มกระจ่าง, 2562; เพ็ชรรัตน์ บุญตา, 2565) และประเด็นท้าทายหรือประเด็นที่ต้องการพัฒนาของครูตามโรงเรียนต่าง ๆ (วิภาพร วายลม, 2565; บุญเกื้อ สมพันธ์, 2565; นภาพรณ สันติษฐ์, 2565) เช่นเดียวกับในชั้นเรียนที่ผู้วิจัยรับผิดชอบในการสอน ซึ่งจากการค้นข้อมูลย้อนหลังของผลการทดสอบการประเมินพัฒนาการในการเรียนคณิตศาสตร์ในช่วงปีการศึกษา 2563–2565 พบว่า นักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 3 รู้ค่าจำนวน 1-10 และสามารถนับจำนวนวัตถุหรือสิ่งของได้ แต่สับสนในการนับจำนวนเพิ่มและลด หากไม่ได้รับการแก้ไข อาจส่งผลกระทบต่อความเข้าใจเรื่องการบวกและลบ ซึ่งเป็นพื้นฐานในการเรียนคณิตศาสตร์ที่มีความซับซ้อนมากขึ้นในภายหลัง

การส่งเสริมให้เด็กปฐมวัยมีพัฒนาการด้านจำนวนและมีความคิดรวบยอดทางคณิตศาสตร์ที่เป็นพื้นฐานของการเรียนรู้ การจัดประสบการณ์จึงเป็นสิ่งสำคัญ ตามหลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2560 กำหนดแนวทางการจัดประสบการณ์สำหรับเด็กอายุระหว่าง 3–6 ปี ให้จัดกิจกรรมในลักษณะบูรณาการผ่านการเล่น การลงมือกระทำจากประสบการณ์ตรงอย่างหลากหลาย และมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นภายใต้สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ดังนั้น งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะพื้นฐานทางคณิตศาสตร์รวมถึงการนับจำนวนเพิ่มและลดของเด็กปฐมวัย จึงจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ชุดกิจกรรมสร้างสรรค์ (วัชรภรณ์ บุญยรักษ์ และศทาวุธ ชาศิตศักดิ์ยุทธ, 2563) เกมการศึกษา เช่น เกมเรียงลำดับ เกมลอตโต (วรภรณ์ ศรีทอง, 2563) เกมนับผักหรรษา (วรวรรณ เหมชะญาติ และวิสสุตา ศิริโท, 2565) เกมการศึกษาออนไลน์ (ธิดารัตน์ อธิปัญจพงษ์ และกรกมล วาสโฟ, 2566) เกมแบบดั้งเดิม เช่น เกม Dakon เกม Snakes and Ladders (Wulansari & Dwiyaniti, 2021) เกมบล็อกตัวเลข (Helnita et al., 2023) จะเห็นได้ว่าการจัดกิจกรรมมีความหลากหลาย แต่มีจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือ เด็กปฐมวัยเกิดการเรียนรู้และประสบการณ์ผ่านการเล่น

จากที่กล่าวมาในข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจพัฒนาชุดกิจกรรม “Kids with Math” ที่เสริมสร้างทักษะการนับจำนวนเพิ่มและลดสำหรับเด็กปฐมวัย โดยเป็นชุดกิจกรรมประเภทเกมการศึกษาประกอบด้วย 5 เกม ได้แก่ เกมแห่งไม้อัจฉริยะ เกมหอยทากฝึกนับเพิ่มและลด เกมเล่นสนุกกับสัตว์น้ำ เกมลูกเต๋าหรรษา และเกม Frog Funny ซึ่งจัดให้เด็กได้เรียนรู้ผ่านการเล่นที่เป็นรูปธรรม และเสริมทักษะการนับจำนวนเพิ่มและลดจากน้อยไปมาก โดยจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ รอบตัวผ่านการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลและสื่อต่าง ๆ เพื่อให้เด็กเกิดความคิดรวบยอด อันเป็นองค์ประกอบสำคัญต่อการพัฒนาความสามารถในการคิดของเด็กปฐมวัย ตลอดจนเป็นพื้นฐานการเรียนรู้และการแก้ปัญหาคณิตศาสตร์ในระดับที่สูงขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาชุดกิจกรรม “Kids with Math” เพื่อเสริมสร้างทักษะการนับจำนวนเพิ่มและลดสำหรับเด็กปฐมวัยชั้นอนุบาลปีที่ 3 ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80
2. เพื่อเปรียบเทียบทักษะการนับจำนวนเพิ่มและลดของเด็กปฐมวัยชั้นอนุบาลปีที่ 3 ก่อนและหลังจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดกิจกรรม “Kids with Math”

สมมติฐานงานวิจัย

1. ชุดกิจกรรม “Kids with Math” เพื่อพัฒนาทักษะการนับจำนวนเพิ่มและลดของเด็กปฐมวัยชั้นอนุบาลปีที่ 3 มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80
2. ทักษะการนับจำนวนเพิ่มและลดของเด็กปฐมวัยชั้นอนุบาลปีที่ 3 หลังจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดกิจกรรม “Kids with Math” สูงกว่าก่อนจัดการเรียนรู้

ขอบเขตของงานวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ เด็กปฐมวัยชั้นอนุบาลปีที่ 3 ที่มีอายุ 5-6 ปี โรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่ง จำนวน 3 ห้องเรียน รวมทั้งสิ้น 85 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ เด็กปฐมวัยชั้นอนุบาลปีที่ 3 ที่มีอายุ 5-6 ปี โรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่ง จำนวน 29 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยจับสลากมาหนึ่งห้องเรียน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

เนื้อหาที่ใช้ในการทดลองจัดกิจกรรมการเรียนรู้ครั้งนี้เป็นเนื้อหาที่อยู่ในสาระการเรียนรู้มาตรฐานที่ 10 มีความสามารถในการคิดที่เป็นพื้นฐานในการเรียนรู้ เรื่องการนับจำนวนเพิ่มและลดไม่เกิน 10

3. ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรต้น คือ การจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดกิจกรรม “Kids with Math”

ตัวแปรตาม คือ ทักษะการนับจำนวนเพิ่มและลดของเด็กปฐมวัยชั้นอนุบาลปีที่ 3

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยดำเนินการในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2566 ใช้เวลาในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ 10 ชั่วโมง

วิธีดำเนินการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีดังนี้

1.1 ชุดกิจกรรม “Kids with Math” ประกอบด้วย เกมแห่งไม้อัจฉริยะ เกมหอยทากฝึกนับเพิ่มและนับลด เกมเล่นสนุกกับสัตว์น้ำ เกมลูกเต๋าหรรษา และเกม Frog Funny มีความเหมาะสมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.78$) ซึ่งประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน

1.2 แผนการจัดการเรียนรู้ชุดกิจกรรม “Kids with Math” จำนวน 5 แผน แผนละ 2 ชั่วโมง เวลารวม 10 ชั่วโมง มีความเหมาะสมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.72$) ซึ่งประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ประกอบด้วย

- 1) แผนการเรียนรู้ เรื่อง การนับเพิ่มและลดที่ละ 1 โดยใช้เกมแห่งไม้อัจฉริยะ

2) แผนการเรียนรู้ เรื่อง การนับเพิ่มและลดที่ละ 2 โดยใช้เกมหอยทากฝึกนับเพิ่มและลด

3) แผนการเรียนรู้ เรื่อง การนับเพิ่มและลดที่ละ 3 โดยใช้เกมเล่นสนุกกับสัตว์น้ำ

4) แผนการเรียนรู้ เรื่อง การนับเพิ่มและลดที่ละ 4 โดยใช้เกมลูกเต๋าหารษา

5) แผนการเรียนรู้ เรื่อง การนับเพิ่มและลดที่ละ 5 โดยใช้เกม Frog Funny

1.3 แบบทดสอบวัดทักษะ เรื่อง การนับจำนวนเพิ่มและลด แบบปรนัย 3 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ กำหนดค่าคะแนน คือ ตอบถูกได้ 1 คะแนน และตอบผิดได้ 0 คะแนน โดยแบบทดสอบมีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์การเรียนรู้ (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67–1.00 ค่าความยากง่ายอยู่ระหว่าง 0.33–0.67 และค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.29–0.82 และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.88

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนดังนี้

2.1 ชี้แจงข้อตกลงในการจัดกิจกรรมด้วยแผนการจัดการเรียนรู้ชุดกิจกรรม “Kids with Math” แจ้งจุดประสงค์การเรียนรู้ให้นักเรียนทราบ แจ้งบทบาทของครูและนักเรียนและวิธีการปฏิบัติกิจกรรม

2.2 จัดกิจกรรม โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ชุดกิจกรรม “Kids with Math” กับนักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 3 โดยดำเนินการดังนี้

1) ทำการทดสอบทักษะการนับจำนวนเพิ่มและลดก่อนเรียน โดยใช้แบบทดสอบวัดทักษะการนับจำนวนเพิ่มและลดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

2) จัดกิจกรรม โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ชุดกิจกรรม “Kids with Math” กับนักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 3 ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ โดยใช้เวลา 4 สัปดาห์

3) ทำการทดสอบหลังเรียน โดยใช้แบบทดสอบวัดทักษะการนับจำนวนเพิ่มและลดฉบับเดียวกับที่ใช้ทดสอบก่อนเรียน

3. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.1 การหาประสิทธิภาพของชุดกิจกรรม “Kids with Math” โดยหาค่าค่าประสิทธิภาพ E_1/E_2

3.2 การเปรียบเทียบทักษะการนับจำนวนเพิ่มและลดของนักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 3 โดยใช้ชุดกิจกรรม “Kids with Math” ก่อนและหลังการจัดการเรียนรู้โดยใช้การทดสอบค่าที (t-test for Dependent) ของกลุ่มตัวอย่างซึ่งมีกลุ่มเดียว

3.3 การประเมินพัฒนาการทักษะการนับจำนวนเพิ่มและลดหลังจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดกิจกรรม “Kids with Math” ซึ่งได้จากการประเมินคะแนนก่อนเรียนและหลังเรียน และใช้เกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้ (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2552)

คะแนนพัฒนาการสัมพัทธ์ 76–100 หมายถึง พัฒนาการระดับสูงมาก

คะแนนพัฒนาการสัมพัทธ์ 51–75 หมายถึง พัฒนาการระดับสูง

คะแนนพัฒนาการสัมพัทธ์ 26–50 หมายถึง พัฒนาการระดับกลาง

คะแนนพัฒนาการสัมพัทธ์ 0–25 หมายถึง พัฒนาการระดับต้น

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ค่าสถิติขั้นพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean: $\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD.) และคะแนนพัฒนาการ (Growth Score)

4.2 สถิติที่ใช้ตรวจสอบสมมติฐาน ได้แก่ ค่าประสิทธิภาพ E_1/E_2 การทดสอบค่าทีแบบไม่เป็นอิสระจากกัน (Dependent t-test)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การหาประสิทธิภาพของชุดกิจกรรม “Kids with Math”

การหาประสิทธิภาพของชุดกิจกรรม “Kids with Math” ที่ใช้ในการจัดการเรียนรู้ เรื่องการนับจำนวนเพิ่มและลดของนักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 3 ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ประสิทธิภาพของชุดกิจกรรม “Kids with Math”

ชุดกิจกรรม “Kids with Math”	คะแนน ระหว่างเรียน	คะแนน หลังเรียน	ประสิทธิภาพ กระบวนการ (E_1)	ประสิทธิภาพ ผลลัพธ์ (E_2)
เกมแข่งไม้จิ้มจิ้ม	166	158	95.40	90.80
เกมหอยทากฝึกนับเพิ่มและนับลด	155	153	89.08	87.93
เกมเล่นสนุกกับสัตว์น้ำ	148	144	85.06	82.76
เกมลูกเต๋าหาร	144	143	82.76	82.18
เกม Frog Funny	141	140	81.03	80.46
รวม	754	738	433.33	424.14
เฉลี่ย	26.00	25.45	86.67	84.83

จากตารางที่ 1 พบว่า E_1 หมายถึง ประสิทธิภาพกระบวนการ ซึ่งเป็นคะแนนที่ได้จากการจัดการเรียนรู้ด้วยชุดกิจกรรม “Kids with Math” ของนักเรียน มีค่าเท่ากับ 86.67 และ E_2 หมายถึง ประสิทธิภาพผลลัพธ์ ซึ่งเป็นคะแนนที่ได้จากการทดสอบหลังเรียนด้วยชุดกิจกรรม “Kids with Math” มีค่าเท่ากับ 84.83 เมื่อพิจารณาเป็นรายแผนการจัดการเรียนรู้ พบว่า ประสิทธิภาพของแผนการเรียนรู้ เรื่องการนับเพิ่มและลดที่ละ 1 โดยใช้เกมแข่งไม้จิ้มจิ้ม เท่ากับ 95.40/90.80 ประสิทธิภาพของแผนการเรียนรู้ เรื่องการนับเพิ่มและลดที่ละ 2 โดยใช้เกมหอยทากฝึกนับเพิ่มและลด เท่ากับ 89.08/87.93 ประสิทธิภาพของแผนการเรียนรู้ เรื่องการนับเพิ่มและลดที่ละ 3 โดยใช้เกมเล่นสนุกกับสัตว์น้ำ เท่ากับ 85.06/82.76 ประสิทธิภาพของแผนการเรียนรู้ เรื่องการนับเพิ่มและลดที่ละ 4 โดยใช้เกมลูกเต๋าหาร เท่ากับ 82.76/82.18 และประสิทธิภาพแผนการเรียนรู้ เรื่องการนับเพิ่มและลดที่ละ 5 โดยใช้เกม Frog Funny เท่ากับ 81.03/80.46

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ประสิทธิภาพของชุดกิจกรรม “Kids with Math” ที่ใช้ในการจัดการเรียนรู้ เรื่องการนับจำนวนเพิ่มและลดของนักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 3 มีค่าเท่ากับ 86.67/84.83 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด

2. การเปรียบเทียบทักษะการนับจำนวนเพิ่มและลดก่อนและหลังการใช้ชุดกิจกรรม “Kids with Math”

การเปรียบเทียบทักษะการนับจำนวนเพิ่มและลดก่อนและหลังการใช้ชุดกิจกรรม “Kids with Math” ของนักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 3 ดังแสดงในตารางที่ 2 และการประเมินพัฒนาการทักษะการนับจำนวนเพิ่มและลดของนักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 3 หลังจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดกิจกรรม “Kids with Math” ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบทักษะการนับจำนวนเพิ่มและลดก่อนและหลังการใช้ชุดกิจกรรม “Kids with Math”

รายการประเมิน	N	$\bar{X}$	S.D.	t	df	P-value
ก่อนเรียน	29	10.28	2.45	37.90**	28	0.000
หลังเรียน	29	25.45	1.57			

* p<.01

จากตารางที่ 2 พบว่า ทักษะการนับจำนวนเพิ่มและลดของนักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 3 ก่อนจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดกิจกรรม “Kids with Math” มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 10.28 คะแนน จากคะแนนเต็ม 30 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 34.27 เมื่อพิจารณาหลังจัดการเรียนรู้ พบว่า มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 25.45 คิดเป็นร้อยละ 84.83 ผลการเปรียบเทียบทักษะการนับจำนวนเพิ่มและลดก่อนเรียนและหลังเรียนของนักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 3 พบว่า หลังจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดกิจกรรม “Kids with Math” นักเรียนมีทักษะการนับจำนวนเพิ่มและลดสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 3 การประเมินพัฒนาการทักษะการนับจำนวนเพิ่มและลดของนักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 3 หลังจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดกิจกรรม “Kids with Math”

ลำดับ	คะแนน ก่อนเรียน	คะแนน หลังเรียน	คะแนน พัฒนาการ สัมพัทธ์	ระดับ พัฒนาการ	ลำดับ	คะแนน ก่อนเรียน	คะแนน หลังเรียน	คะแนน พัฒนาการ สัมพัทธ์	ระดับ พัฒนาการ
1	15	27	80.00	สูงมาก	16	8	25	77.27	สูงมาก
2	12	25	72.22	สูง	17	7	26	82.61	สูงมาก
3	10	25	75.00	สูง	18	9	27	85.71	สูงมาก
4	8	24	72.73	สูง	19	12	24	66.67	สูง
5	9	25	76.19	สูงมาก	20	15	27	80.00	สูงมาก
6	14	26	75.00	สูง	21	14	28	87.50	สูงมาก
7	9	24	71.43	สูง	22	12	26	77.78	สูงมาก
8	8	23	68.18	สูง	23	10	23	65.00	สูง
9	7	24	73.91	สูง	24	14	27	81.25	สูงมาก
10	8	26	81.82	สูงมาก	25	7	26	82.61	สูงมาก
11	10	26	80.00	สูงมาก	26	9	24	71.43	สูง
12	8	25	77.27	สูงมาก	27	10	26	80.00	สูงมาก
13	12	29	94.44	สูงมาก	28	9	25	76.19	สูงมาก
14	10	26	80.00	สูงมาก	29	10	22	60.00	สูง
15	12	27	83.33	สูงมาก					
เฉลี่ย						10.28	25.45	77.08	สูงมาก

จากตารางที่ 3 พบว่า นักเรียนมีพัฒนาการโดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงมาก (ค่าเฉลี่ยคะแนนพัฒนาการสัมพัทธ์ เท่ากับ 77.08) เมื่อพิจารณาคะแนนพัฒนาการเป็นรายบุคคลจากคะแนนพัฒนาการสัมพัทธ์ พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่มีพัฒนาการทักษะการนับจำนวนเพิ่มและลดอยู่ในระดับสูงมาก จำนวน

18 คน คิดเป็นร้อยละ 62.07 ของนักเรียนทั้งหมด รองลงมา มีพัฒนาการทักษะการนับจำนวนเพิ่มและลด อยู่ในระดับสูง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 37.93 ของนักเรียนทั้งหมด

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การพัฒนาทักษะการนับจำนวนเพิ่มและลดของเด็กปฐมวัยชั้นอนุบาลปีที่ 3 โดยใช้ชุดกิจกรรม “Kids with Math” สามารถสรุปและอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังนี้

1. ชุดกิจกรรม “Kids with Math” ที่ใช้ในการจัดการเรียนรู้ เรื่องการนับจำนวนเพิ่มและลดของ นักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 3 มีค่าประสิทธิภาพ 86.67/84.43 สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ที่ 80/80 ปัจจัยที่ทำให้ ชุดกิจกรรม “Kids with Math” ที่ใช้สำหรับเสริมสร้างทักษะการนับจำนวนเพิ่มและลดมีประสิทธิภาพ สูงกว่าเกณฑ์ อาจเนื่องมาจากชุดกิจกรรมที่ผู้วิจัยออกแบบอยู่ภายใต้กรอบหลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2560 ทั้งในด้านหลักการและแนวทางการจัดประสบการณ์ สำหรับหลักการและขอบข่ายของ การจัดกิจกรรมประจำวันอยู่ภายใต้กรอบหลักสูตรของโรงเรียน ทำให้การจัดประสบการณ์และการประเมิน พัฒนาการของเด็กเหมาะสมกับบริบท ความต้องการ และศักยภาพของเด็กแต่ละประเภท นอกจากนี้ ชุดกิจกรรมและแผนการจัดการเรียนรู้ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นอย่างเป็นระบบซึ่งมีองค์ประกอบและตัวชี้วัดที่เน้น ผู้เรียนเป็นสำคัญ (เสรี ช้างภัย จตุภูมิ เขตจัตุรัส และอังคณา ตุงคะสมิต, 2564) ผ่านการตรวจสอบคุณภาพและ การประเมินความเหมาะสมจากผู้เชี่ยวชาญทั้งชุดกิจกรรม “Kids with Math” และแผนการจัดการเรียนรู้ รวมถึงเกณฑ์ในการประเมินทักษะการนับจำนวนเพิ่มและลด ทั้งยังมีการปรับปรุงแก้ไข จนกระทั่งได้เครื่องมือ ที่ใช้ในการจัดการเรียนรู้เรื่องการนับจำนวนเพิ่มและลดสำหรับนักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 3 ที่มีคุณภาพใน ด้านการจัดการเรียนรู้ การใช้สื่อที่เอื้อต่อการเรียนรู้ การจัดการชั้นเรียนเชิงบวก และการประเมินผลผู้เรียน อย่างเป็นระบบ ตลอดจนข้อมูลสะท้อนกลับเพื่อพัฒนาและปรับปรุงการจัดการเรียนรู้ที่สามารถนำไปใช้พัฒนา ผู้เรียนและสอดคล้องกับบริบทของโรงเรียน ผลการหาค่าประสิทธิภาพของชุดกิจกรรมสอดคล้องกับ ผลการวิจัยของ จิราพร สายเมฆ พอเจตน์ ธรรมศิริขวัญ และอังคณา กุลนาคดล (2564) ซึ่งพัฒนาชุดกิจกรรม เกมการศึกษาของเด็กปฐมวัย เพื่อส่งเสริมทักษะพื้นฐานด้านคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า ชุดกิจกรรมเกมศึกษามีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ เนื่องจากมีการศึกษา หลักสูตร และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะพื้นฐานด้านคณิตศาสตร์ แล้วนำมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ จัดทำแผน การจัดประสบการณ์เรียนรู้ และดำเนินการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามขั้นตอน ได้แก่ ขั้นนำ ขั้นสอน ขั้นสรุป และขั้นประเมินผล กล่าวได้ว่า ประสิทธิภาพของชุดกิจกรรมที่ออกแบบและพัฒนาให้มีความเหมาะสม และสอดคล้องกับเด็กปฐมวัย ควรให้ความสำคัญกับเนื้อหาและระดับของการพัฒนา สนับสนุนการเรียนรู้ ผ่านกิจกรรม สร้างสถานการณ์ที่ส่งเสริมทักษะ มีการประเมินและการสังเกต และสร้างสภาพแวดล้อมที่ กระตุ้นการเรียนรู้ของผู้เรียน

2. ทักษะการนับจำนวนเพิ่มและลดของนักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 3 หลังจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุด กิจกรรม “Kids with Math” สูงกว่าก่อนจัดการเรียนรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีพัฒนาการ โดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงมาก ทั้งนี้ส่วนหนึ่งอาจเนื่องมาจากประสิทธิภาพของชุดกิจกรรม “Kids with Math” ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการพัฒนาชุดกิจกรรม “Kids with Math” ด้วยการศึกษาวิธีการส่งเสริมพัฒนาการ ของผู้เรียน โดยชุดกิจกรรมมีลักษณะเป็นเกมการศึกษาที่สนับสนุนการเรียนรู้และพัฒนาผู้เรียนผ่านการสำรวจ การเล่นกับวัตถุต่าง ๆ ที่มีรูปร่างและลักษณะที่หลากหลาย เช่น แท่งไม้ ลูกเต๋า ตึกตาสัตว์น้ำ เป็นต้น นอกจากนี้ ชุดกิจกรรม “Kids with Math” มีลำดับของกิจกรรมจากง่ายไปยาก โดยให้ผู้เรียนเริ่มต้นจาก การนับจำนวนเพิ่มขึ้นและลดลงหนึ่ง จนถึงการนับจำนวนเพิ่มขึ้นและลดลงห้า เพื่อให้เกิดการเรียนรู้

และการคิดวิเคราะห์ (ประจักษ์ อเนกฤทธิ์มงคล, 2560) ผู้เรียนมีโอกาสร่วมกิจกรรมอย่างอิสระและในระหว่างที่เล่นเกมผู้เรียนจะเกิดการเรียนรู้และสร้างความเข้าใจด้วยตนเอง (Hughes, 2016) สำหรับบทบาทของผู้สอนที่มีผลต่อการเรียนรู้ของผู้เรียน นอกเหนือจากการสร้างสภาพแวดล้อมและความกระตือรือร้นในการเรียนรู้แล้ว ผู้สอนควรเข้าใจและยอมรับความแตกต่างของผู้เรียน ในระหว่างที่ดำเนินการจัดการเรียนรู้ ผู้วิจัยพบว่าผู้เรียนบางคนไม่สามารถเข้าใจแนวคิดรวบยอดของการนับจำนวนเพิ่มและลดทำให้ผู้วิจัยต้องใช้เวลา และค่อย ๆ ให้ผู้เรียนลงมือปฏิบัติ นำเข้าและนำออกวัตถุจนกระทั่งเกิดการเรียนรู้ว่าการเพิ่มจำนวนเป็นการเพิ่มสิ่งของและการลดจำนวนเป็นการลดสิ่งของ ซึ่งสอดคล้องกับการเรียนรู้จากประสบการณ์ โดยการทำกิจกรรมและการมีประสบการณ์จะช่วยในกระบวนการเรียนรู้ของผู้เรียนอย่างมาก และมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่เกิดจากประสบการณ์จริงผ่านการลงมือปฏิบัติ (นัยนา ดอรรณมา ประสาร มาลากุล ณ อยุธยา และผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์, 2563) กล่าวได้ว่า การพัฒนาทักษะการนับจำนวนเพิ่มและลดของนักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 3 นอกเหนือจากชุดกิจกรรมที่มีประสิทธิภาพแล้ว การวางแผนการจัดการเรียนรู้ ระดับความรู้ของผู้เรียน บริบทของผู้สอน และสภาพแวดล้อมล้วนส่งผลต่อการเรียนรู้และการพัฒนาทักษะของผู้เรียน

การจัดการเรียนรู้ด้วยชุดกิจกรรม “Kids with Math” เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการสนับสนุนและพัฒนาทักษะการนับจำนวนเพิ่มและลดของเด็กปฐมวัยชั้นอนุบาลปีที่ 3 โดยมีผลต่อการเรียนรู้และการพัฒนาการของนักเรียนในระดับสูงขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 การออกแบบและการพัฒนาชุดกิจกรรม “Kids with Math” มุ่งเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ดังนั้น ผู้สอนที่ใช้ชุดกิจกรรมนี้ ควรให้โอกาสผู้เรียนในการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ที่ตอบสนองต่อความสนใจและความต้องการของผู้เรียน

1.2 ผลการวิจัยชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการใช้ชุดกิจกรรม “Kids with Math” ในการสนับสนุนการเรียนรู้ในชั้นเรียน ผู้สอนที่นำชุดกิจกรรมดังกล่าวไปใช้ในการจัดการเรียนรู้เรื่องการนับจำนวนเพิ่มและลดควรออกแบบแผนการสอนที่สอดคล้องและเหมาะสมกับบริบทของผู้เรียน ผู้สอน และสภาพแวดล้อมของโรงเรียน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 พัฒนาชุดกิจกรรม “Kids with Math” ในลักษณะสื่อการเรียนรู้ที่ทันสมัยขึ้น เช่น แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน โดยศึกษาเปรียบเทียบระหว่างชุดกิจกรรมและแอปพลิเคชันที่มีประสิทธิภาพอย่างไรในการสนับสนุนการเรียนรู้ของผู้เรียน โดยการวัดผลลัพธ์การเรียนรู้จากการพัฒนาทักษะและการลงมือปฏิบัติของผู้เรียน

2.2 ชุดกิจกรรม “Kids with Math” เป็นการศึกษาที่มีผลสรุปเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียน โดยวัดผลทันทีหลังจากใช้ชุดกิจกรรม จึงควรติดตามและศึกษาผลกระทบต่อการพัฒนาทักษะการนับและการคิดเลขของนักเรียนในระยะยาว เพื่อทราบถึงความยั่งยืนของผลลัพธ์

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2560). *หลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2560*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- จิราพร สายเมฆ พอเจตน์ ธรรมศิริขวัญ และอังคณา กุลนาคัด. (2564). การพัฒนาทักษะพื้นฐานด้านคณิตศาสตร์ด้วยการจัดประสบการณ์เรียนรู้โดยใช้ชุดกิจกรรมเกมการศึกษาของเด็กปฐมวัย. *วารสารสิรินธรปริทรรศน์*, 22(2), 67–77.
- ธิดารัตน์ อธิปัญญพงษ์ และกรกมล วาสโฟ. (2566). การพัฒนาทักษะพื้นฐานทางด้านคณิตศาสตร์สำหรับเด็กปฐมวัยด้วยกิจกรรมเกมการศึกษาออนไลน์ (Wordwall). *วารสารพุทธสังคมวิทยาปริทรรศน์*, 8(2), 145–158.
- นภาพรณ สันติษฐ์. (2565). *เด็กจำตัวเลขไม่ได้และไม่รู้ค่าของจำนวน 1-10 (ชั้นอนุบาล 3)*. สืบค้นจาก <https://www.chan1.net/teacher/36280>
- นัยนา ดอรรณ ประสาร มาลากุล ณ อยุธยา และผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์. (2563). การเรียนรู้เชิงประสบการณ์และการสะท้อนคิดเชิงวิพากษ์. *วารสารจิตวิทยา มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต*, 20, 20–28.
- บังอร แจ่มกระจ่าง. (2562). *การแก้ปัญหาเด็กจำตัวเลขไม่ได้และไม่รู้ค่าของจำนวน 1-10*. สืบค้นจาก http://www.banchumsang.ac.th/workteacher-detail_24954
- บุญเกื้อ สมพันธ์. (2565). *พัฒนาทักษะพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ด้านการรู้ค่าของจำนวนตัวเลข 1-5 โดยใช้กิจกรรมเกมการศึกษา*. สืบค้นจาก <https://www.chan1.net/teacher/36280>
- ประจักษ์ อนเนกฤทธิ์มงคล. (2560). *การพัฒนาความสามารถการคิดวิเคราะห์พื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กระดับปฐมวัยโดยใช้ชุดกิจกรรม*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต).
- เพ็ชรรัตน์ บุญตา. (2565). *ห้องเรียนแบบ Active Learning แก้ปัญหาการไม่รู้ค่าจำนวน 1-10 สำหรับนักเรียนชั้นอนุบาล 3*. สืบค้นจาก http://parpai.ac.th/news-detail_271540
- วรารณ ศรีทอง. (2563). ผลการจัดกิจกรรมพัฒนาทักษะพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของเด็กปฐมวัยโดยใช้เกมการศึกษา. ในรายงาน *การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 11* (310–319). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา สืบค้นจาก <http://journalgrad.ssru.ac.th/index.php/8thconference/issue/view/81>
- วัชรารณ บุญรักษ์ และศุภาวุธ ชาติศักดิ์ยุทธ. (2563). การพัฒนาทักษะพื้นฐานทางคณิตศาสตร์สำหรับเด็กปฐมวัยโดยใช้ชุดกิจกรรมสร้างสรรค์ ในจังหวัดอุดรดิตถ์. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*, 9(2), 64–75.
- วิภาพร วายลม. (2565). *การแก้ปัญหาเด็กจำตัวเลขไม่ได้และไม่รู้ค่าของจำนวน 1-10 ชั้นอนุบาลปีที่ 2 ปีการศึกษา 2564*. สืบค้นจาก <https://www.chan1.net/teacher/36280>
- วรวรรณ เหมชะญาติ และวิสสุตา ศิริโท. (2565). การส่งเสริมความสามารถในการนับจำนวนของเด็กปฐมวัยโดยใช้กิจกรรมเกมนับผักหรรษา. *วารสารการจัดการทางการศึกษาปฐมวัย*, 4(2), 19–28.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2552). *ทฤษฎีการทดสอบแบบดั้งเดิม* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สถาบันราชานุกูล กรมสุขภาพจิต. (2557). *การเตรียมความพร้อมทักษะพื้นฐานด้านคณิตศาสตร์ในเด็กปฐมวัย*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2557). *คู่มือกรอบมาตรฐานการเรียนรู้คณิตศาสตร์ปฐมวัย*. สมุทรปราการ: แอดวานซ์ ฟรินติ้ง เวอร์วิส.

- เสรี ช้างภัย จตุภูมิ เขตจัตุรัส และอังคณา ตุงคะสมิต. (2564). องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวชี้วัดการติดตามและประเมินการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของสถานศึกษาระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี*, 33(3), 168–182.
- Helnita et al. (2023). Improving Counting Skills Through Number Block Games for Group B Children at TK SEULANGA DAYA. *Proceedings of the 1st International Conference on Education, Science Technology and Health* (1059–1065). Retrieved from <https://eproceeding.bbg.ac.id/iconesth/article/view/195/186>
- Hughes, A. M. (2016). *Developing Play for the Under 3s: The Treasure Basket and Heuristic Play* (3rd Ed.). New York: Taylor & Francis Group.
- Kesicioğlu, O. S. (2021). Investigation of Counting Skills of Pre-School Children. *International Journal of Progressive Education*, 17(4), 262–281.
- Wulansari, W. & Dwiyantri, L. (2021). Building Mathematical Concepts Through Traditional Games to Develop Counting Skills for Early Childhood. *International Journal of Elementary Education*, 5(4), 574–583.

คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยว ตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่

ณัฐณิชา เจ้ยทอง¹ ศลิษา บุญเกื้อ² สุภาวดี สัมเขียวหวาน³ อัญชกศ มณีฉาย⁴ และ ณพิชญา เฉิดโฉม^{5*}
^{1,2,3,4,5}คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช

*Corresponding author email: Napitchya.c@rmuts.ac.th

วันที่รับบทความ (Received) 16 กุมภาพันธ์ 2567

วันที่ได้รับการแก้ไข (Revised) 7 เมษายน 2567

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 9 เมษายน 2567

บทคัดย่อ

การศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยว ตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยว 2) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการและการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยว 3) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยว เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 385 คน และเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 30,000 บาท และเป็นชาวไทย ผลการศึกษากิจกรรมการเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยว ตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทางเป็นครอบครัว เลือกใช้บริการโรงแรม 1 - 2 ครั้งต่อปี วัตถุประสงค์ที่เลือกใช้บริการเพื่อการพักผ่อน เลือกจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ของโรงแรม และค่าที่พักในการใช้บริการ 1,001 - 2,000 บาทต่อคืน ผลการศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการที่พัก ตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด และด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความเป็นรูปธรรมของบริการ รองลงมา คือ ความเชื่อถือไว้วางใจได้และการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า การตอบสนองต่อลูกค้า และการรู้จักและเข้าใจลูกค้า เมื่อศึกษาระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก ตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด และด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านการรับรู้ความต้องการหรือปัญหา รองลงมา คือ ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมภายหลังซื้อ ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยว ตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ การตัดสินใจ ที่พัก นักท่องเที่ยว กระบี่

QUALITY OF SERVICES AFFECTING ACCOMMODATIONS DECISION MAKING OF TOURISTS AT AONANG SUB-DISTRICT, MUENG DISTRICT, KRABI PROVINCE

Natthanit Joeithong¹, Salisa Boonkuea², Supawadee Somkhiaowan³, Anchaket Meneechai⁴ and
Napitchya Cherdchom^{5*}

^{1,2,3,4,5}Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Srivijaya,
Nakhon Si Thammarat

Abstract

This research aimed to 1) study behaviours about the accommodations decision-making of tourists, 2) study the quality level of services and accommodations decision-making of tourists, and 3) study services quality affecting accommodations decision-making of tourists. This study was quantitative research using a 5-point Likert's rating scale questionnaire as the research instrument. Samples of the study consisted of 385 Thai and foreign tourists selected by purposive sampling. Descriptive statistics (Frequency, Percentage, Mean, and Standard Deviation) and Enter Multiple Regression Analysis were employed in data analysis.

Overall findings revealed that the majority of respondents were Thai female and single. Their age was between 20 - 30 years old. Their job is secondary school students or university students. Average salary was approximately 10,001 – 30,000 baht. According to their behaviours towards accommodations decision-making, it was found that most respondents travelled with their families for vacation once or twice a year. In addition, the tourists reserved accommodations on the hotel website and selected accommodations at the rate of 1,001 – 2,000 per night. Referring to service quality affecting accommodations decision-making, overall results showed the highest mean scores. In each aspect, service objectiveness ranked the highest, followed by credibility and trustworthiness, reaction towards the customer, and understanding the customer respectively. As per the quality level of services and accommodations decision-making, overall results indicated the highest mean scores. In each aspect, need and problem recognition ranked the highest, followed by optional assessment, information acquisition, buying decision, and behaviours after purchase respectively. Hypothesis analysis revealed that service quality significantly affected the accommodations decision-making of tourists at Aonang Sub-District, Mueng District, Krabi Province at the p-value 0.05.

Keywords: Service Quality, Decision Making, Accommodations, Tourists, Krabi

ความสำคัญและที่มาของงานวิจัย

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมแห่งความหวัง ที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยมากเป็นอันดับต้น ๆ และมีความสำคัญโดยตรงต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ อันส่งผลให้ความเป็นอยู่ของประชาชนในประเทศดีขึ้น นักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยสะสมตลอดปี 2566 สะสมกว่า 27 ล้านคน และรัฐบาลได้มีการวางแผนทางกระตุ้นการท่องเที่ยว ปี 2567 เพิ่มเป้าหมายสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวรวม 3.5

ล้านล้านบาท ดึงดูดการท่องเที่ยวไทยทั้งตลาดในและต่างประเทศ ผ่านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง ทำให้ประเทศไทยเป็น High Season ตลอดทั้งปี เพิ่มการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เชื่อมต่อการเดินทาง และสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้น (ชัย วัชรรงค์, 2567) ซึ่งการกลับมาของการท่องเที่ยวไทยอย่างเต็มรูปแบบในปี 2566 เพื่อเป็นกลไกขับเคลื่อนสำคัญที่จะทำให้มั่นใจว่าการท่องเที่ยวไทยจะฟื้นตัวตามเป้าหมายทั้งในแง่รายได้และการเปลี่ยนแปลงเชิงคุณภาพ ก้าวสู่การเป็น High Value and Sustainable Tourism โดยให้ความสำคัญกับการยกระดับห่วงโซ่อุปทาน (Shape Supply) สอดรับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Experience-based-Tourism) ผ่านการนำเสนอสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวอย่าง Soft Power (5F : Food Festival Film Fight Fashion) ควบคู่กับการสร้างมาตรฐานความยั่งยืน เพื่อส่งมอบประสบการณ์การท่องเที่ยวเหนือระดับ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2566)

ภาคใต้ของประเทศไทย ขึ้นชื่อว่าเป็นสวรรค์แห่งการท่องเที่ยวที่รวมแหล่งท่องเที่ยวไว้มากมาย ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหรือวัฒนธรรมที่มีมาแต่โบราณ อีกทั้งยังเป็นแหล่งเศรษฐกิจหลักของประเทศไทยที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติหลั่งไหลเข้ามาอย่างคับคั่ง จุดเด่นของทางภาคใต้ คือ ภูมิภาคริมชายฝั่งที่เต็มไปด้วยทะเล 2 ฝั่ง ทั้งทะเลอ่าวไทยและทะเลอันดามัน ทำให้มีแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลไปในทุกจังหวัด อีกทั้งยังมีหมู่เกาะต่างๆ อีกมากมาย ที่ขึ้นชื่อว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเลที่สวยงามระดับโลก คือ หมู่เกาะพีพี จังหวัดกระบี่ ที่ติดอันดับ 6 เกาะทะเลภาคใต้ Unseen Thailand 2023 (Bugaboo Travel, 2565)

กระบี่เป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงในเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวสวยงามน่าประทับใจ โดยเฉพาะชายหาดและเกาะที่มีความงาม อีกทั้งยังมีแหล่งดำน้ำดูปะการังที่สวยงามติดอันดับโลก ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวหลั่งไหลมาเยือนจังหวัดกระบี่ปีละหลายล้านคน โดย ผอ.ททท. สำนักงานกระบี่เปิดเผยถึงสถานการณ์ท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ว่า ในเดือนกุมภาพันธ์ 2566 มีนักท่องเที่ยวเข้ามากระบี่ทั้งหมด 288,357 คน จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามานั้น ทำให้อัตราเข้าพักโรงแรมเฉลี่ยอยู่ที่ 75.52% ทำให้เกิดรายได้หมุนเวียนจากการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ที่ 2,255.87 ล้านบาท ซึ่งหากเทียบกับเดือนมกราคม 2566 จังหวัดกระบี่มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 42,853 คน คิดเป็น 41.66% หากในอนาคตเที่ยวบินต่างประเทศที่เข้ามายังจังหวัดกระบี่หรือประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ ในช่วงเดือนเมษายน - พฤษภาคม สายการบินเวียดเจ็ทแอร์จะเพิ่มอีกหนึ่งเที่ยวบิน และเมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2566 ประธานกรรมการบริหารสายการบินลาวและคณะ ได้มาร่วมหารือและรับคำแนะนำข้อมูลเชิงการท่องเที่ยวและองค์ประกอบข้อมูลอื่น ๆ จากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ซึ่งมีแผนเปิดสายการบินลาว-จังหวัดกระบี่ หากมีสายการบินลาวที่บินตรงจากหลวงพระบางมายังจังหวัดกระบี่ก็จะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาในจังหวัดกระบี่มากยิ่งขึ้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.) หาดอ่าวนางเป็นชายหาดริมฝั่งทะเลอันดามันที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศมาเยือนเพื่อสัมผัสความงดงามของท้องทะเลสีครามและหาดทรายขาวที่สะท้อนแสงอาทิตย์เป็นประกายระยิบระยับ นับเป็นโลเคชั่นริมทะเลที่ดีที่สุดแห่งหนึ่งของจังหวัดกระบี่ ด้วยทัศนียภาพอันงดงาม กิจกรรมกลางแจ้งหลากหลาย และโรงแรมที่พักที่เหมาะสมกับงบประมาณทุกระดับ อ่าวนางจึงเป็นสถานที่ที่ได้รับความนิยมจากทั้งนักท่องเที่ยวที่ตามหาการผจญภัยและผู้ที่ต้องการวันหยุดพักผ่อนสุดผ่อนคลาย แบ็คแพ็คเกอร์และนักท่องเที่ยวที่มีงบประมาณจำกัดมักเลือกมาพักที่อ่าวนาง เพราะมีโฮสเทลราคาประหยัดให้พักผ่อนได้ในราคาสบายกระเป๋าและค่าครองชีพก็ไม่แพงจนเกินไป แต่หาดแห่งนี้ก็ยังมีรีสอร์ทหรูสุดหรูต้อนรับผู้ที่ต้องการวันหยุดระดับห้าดาวเช่นกัน ที่พักแต่ละแห่งก็ตั้งอยู่ไม่ไกลจากทะเล ใช้เวลาเดินเท้าเพียงนิดเดียวก็ถึงชายหาดที่สวยงามแล้ว (Expedia Group, ม.ป.ป.)

อุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวที่พิกมืบทบาทสำคัญมาก เป็นองค์ประกอบที่ขาดไม่ได้ในการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวในทุกจุดหมายปลายทาง คุณภาพของที่พักสามารถสะท้อนการพัฒนาการท่องเที่ยวได้และชักชวนให้นักท่องเที่ยวเลือกจุดหมายปลายทางนั้นด้วย สำหรับนักท่องเที่ยวแล้วที่พักเป็นสถานที่ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ บุคคลหรือกลุ่ม สิ่งอำนวยความสะดวกและ

บริการหลัก ๆ คือห้องนอน สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการอื่น ๆ มากมายที่เสนอขายให้กับผู้ให้บริการ ได้แก่ ร้านอาหารและบาร์ (อาหารและเครื่องดื่ม) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสันทนาการ (สระว่ายน้ำ) ด้านสุขภาพ (สปา) และสถานที่สำหรับการจัดประชุม ซึ่งในยุคปัจจุบันสิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักระบุอย่าง ยิ่งต่อการเลือกใช้บริการอันเป็นผลมาจากการเติบโตของธุรกิจการท่องเที่ยว (Dei Mensah & Mensah, 2013)

จังหวัดกระบี่ มีโรงแรมอยู่ประมาณ 540 แห่ง มีห้องพักอยู่ประมาณ 24,000 ห้อง ในปัจจุบันห้องพักได้เปิดให้บริการแล้วมากกว่า 50% ในเรื่องของจำนวนแขกที่เข้ามาที่มากกว่า 70% ซึ่งช่วงไฮซีซั่นที่จะถึงนี้ผู้ประกอบการเริ่มทยอยเปิดเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยวตามเกาะไม่ว่าจะเป็น เกาะหงษ์ เกาะปิตะในเกาะปิตะนอก เกาะไม้ไผ่ เกาะยูง ก็เปิดให้บริการแล้วประมาณ 70% ดังนั้น จึงทำให้ภาพรวมสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ในช่วงไฮซีซั่นกลับมาคึกคักอีกครั้ง โดยตั้งเป้ากระบี่จะทำรายได้จากภาคการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยอยู่ในอันดับ 1 ใน 4 ในช่วงที่ผ่านมาโดยมีการพัฒนามาตรฐานโรงแรมที่เป็นมิตรกับสุขภาพและสิ่งแวดล้อม มีจุดเด่นในด้านการส่งเสริมสุขภาพที่ถูกต้อง การมีสุขอนามัยในการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดต่อในอนาคตและการดูแลสุขภาพแวดล้อม ให้เอื้อต่อการมีสุขภาพดี มีความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวและผู้ปฏิบัติงาน และยกระดับคุณภาพการให้บริการของสถานประกอบการโรงแรม รีสอร์ท ที่พัฒนาสีเขียวสู่รางวัล GREEN Health Hotel Quality Awards ให้เกิดความภาคภูมิใจ และเป็นกำลังใจแก่สถานประกอบการ พร้อมสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ ด้านความปลอดภัยจากโรคภัย มีสุขภาพอนามัยดี และเพิ่มรายได้ทางเศรษฐกิจของประเทศมากยิ่งขึ้นต่อไปได้ (สยามรัฐออนไลน์, 2565)

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว ตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ เนื่องจากเป็นจังหวัดทางเศรษฐกิจอีกจังหวัดหนึ่งของประเทศไทย ควรค่าแก่การได้รับการพัฒนาและยกระดับคุณภาพของการให้บริการของสถานประกอบการที่พัก โรงแรม รีสอร์ท สามารถใช้เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการได้นำไปประยุกต์ใช้เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวและกลับมาท่องเที่ยวและใช้บริการที่พักซ้ำรวมถึงแนะนำบอกต่อ เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจให้ขับเคลื่อนและเติบโตและยั่งยืน

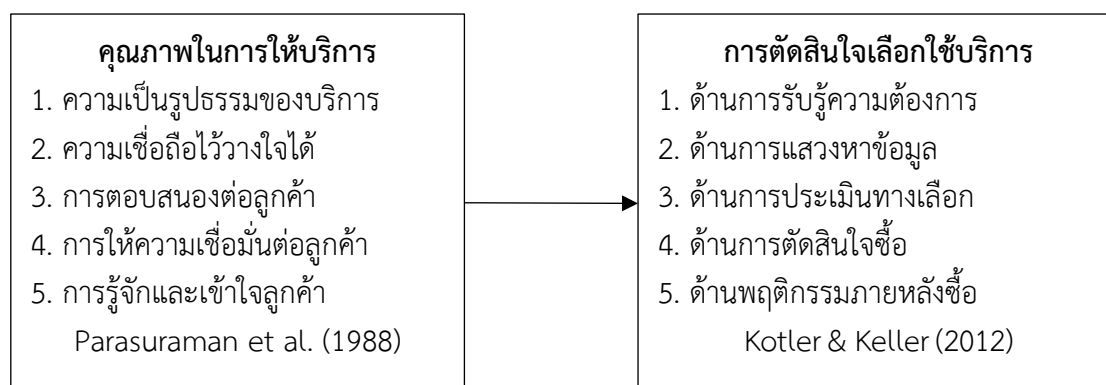
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยว ตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่
2. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการและการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว ตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่
3. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยว ตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่

สมมติฐานของการวิจัย

คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยว ตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการที่พัก ตำบลอ่าวนาง อำเภอมะนัง จังหวัดกระบี่ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้วิธีการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยกำหนดสัดส่วนของประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ร้อยละ 50 จากประชากรทั้งหมด ค่าระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมรับค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 จึงได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเท่ากับ 384.16 จึงเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน และเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการเลือกเฉพาะผู้ที่ใช้บริการที่พักในตำบลอ่าวนาง อำเภอมะนัง จังหวัดกระบี่

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) รูปแบบของ Likert's scale เพื่อเรียงลำดับความคิดเห็นของการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

- 5 คะแนนเท่ากับ ความคิดเห็นระดับมากที่สุด
- 4 คะแนนเท่ากับ ความคิดเห็นระดับมาก
- 3 คะแนนเท่ากับ ความคิดเห็นระดับปานกลาง
- 2 คะแนนเท่ากับ ความคิดเห็นระดับน้อย
- 1 คะแนนเท่ากับ ความคิดเห็นระดับน้อยที่สุด

ผู้วิจัยได้กำหนดการแปลความหมายคะแนนเฉลี่ยระดับคุณภาพการให้บริการและการตัดสินใจเลือกที่พัก ตำบลอ่าวนาง อำเภอมะนัง จังหวัดกระบี่ โดยใช้สูตรในการคำนวณ $Interval (I) = Range (R) / Class (C) = 0.80$ (Best, 1977 อ้างถึงใน กิตติศักดิ์ แสงทอง, 2563) สามารถแปลความหมายของค่าเฉลี่ยแต่ละระดับดังนี้

- 4.21 – 5.00 หมายถึง คุณภาพการให้บริการ/การตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด
- 3.41 – 4.20 หมายถึง คุณภาพการให้บริการ/การตัดสินใจอยู่ในระดับมาก
- 2.61 – 3.40 หมายถึง คุณภาพการให้บริการ/การตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง
- 1.81 – 2.60 หมายถึง คุณภาพการให้บริการ/การตัดสินใจอยู่ในระดับน้อย
- 1.00 – 1.80 หมายถึง คุณภาพการให้บริการ/การตัดสินใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3. การตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

3.1 ความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ตรวจสอบการใช้ภาษาโดยการนำแบบสอบถามตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ค่า IOC ของข้อคำถามมีความตรงของเนื้อหา มีค่าเท่ากับ 0.67 – 1.00 แสดงว่า ไม่มีข้อคำถามได้ค่า IOC ต่ำกว่าเกณฑ์ 0.50

3.2 ความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำไปทดลอง (Tryout) จำนวน 30 คน และใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) การวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.978 และค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง 0.424 – 0.868 สอดคล้องกับ ธาณินทร์ ศิลป์จารุ (2557) ที่กล่าวว่า แบบสอบถามที่ดีค่าความเชื่อมั่นไม่ควรต่ำกว่า 0.80 และคำถามแต่ละข้อมีค่าอำนาจจำแนกไม่ควรต่ำกว่า 0.30

4. สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวตำบลอ่าวนาง อำเภอมะนัง จังหวัดกระบี่ โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

4.2 วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ระดับคุณภาพการให้บริการและการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวตำบลอ่าวนาง อำเภอมะนัง จังหวัดกระบี่

4.3 วิเคราะห์คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว ตำบลอ่าวนาง อำเภอมะนัง จังหวัดกระบี่ โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Enter Multiple Regression Analysis) กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 57.70 รองลงมาคือเพศชาย จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30 และไม่ระบุ จำนวน 4 คน

1.2 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุระหว่าง 20 - 30 ปี จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 55.10 รองลงมา อายุ 31-40 ปี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 อายุ 41-50 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.90อายุน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็น ร้อยละ 10.40 อายุ 51-60 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.10 และ อายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

1.3 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาศัยสถานภาพโสด จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 รองลงมาสถานภาพสมรส จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 36.40 และสถานภาพแยกกันอยู่/ หม้าย/ หย่าร้าง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.60

1.4 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุมีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 48.80 รองลงมา มัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 27.30 และอนุปริญญา/ เทียบเท่า จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.90

1.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาศัยพนักงน/นักศึกษา จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 29.90 รองลงมา อาชีพอิสระ/ รับจ้าง จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 18.20 ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.90 ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 พนักงานเอกชน จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10.10 อื่น ๆ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 พ่อบ้าน/ แม่บ้าน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80 และ ข้าราชการบำนาญ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30

1.6 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 30,000 บาท จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 36.60 รองลงมา รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 125 คนคิดเป็นร้อยละ 32.50 รายได้ 30,001-50,000 บาท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.80 และรายได้ 50,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10.10

2. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยว ตำบลอ่าวนาง อำเภอมือง จังหวัดกระบี่

2.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทางเป็นครอบครัว จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 38.90 รองลงมา คือ เพื่อน จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 29.40ญาติ พี่น้อง จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 13.20 คู่สมรส จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80 เดินทางคนเดียว จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 7.90 และบริษัท/ ทัวร์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30

2.2 เข้าใช้บริการที่พัก 1 - 2 ครั้งต่อปี จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมา คือ เข้าใช้บริการที่พัก 3 - 5 ครั้งต่อปี จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 43.90 และเข้าใช้บริการที่พักมากกว่า 5 ครั้งต่อปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10.10

2.3 วัตถุประสงค์ที่เลือกใช้บริการเพื่อการพักผ่อน จำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 48.20 รองลงมา คือ ท่องเที่ยว จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 33.80 ทำงาน/ ธุรกิจ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 และอบรม/ สัมมนา จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.61

2.4 เลือกจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ของโรงแรม จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 28.20 รองลงมา คือ จองผ่านแอปพลิเคชัน จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 26.40 จองทางโทรศัพท์ จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 16.30 จองด้วยตนเองที่เคาน์เตอร์โรงแรม จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 12.60 จองผ่านบริษัทนำเที่ยว จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 11.30 จองทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 4.70 และซื้อ Gift voucher ห้องพักร่วมงานจัดแสดงสินค้า (Exhibition) จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 0.60

2.5 เลือกใช้บริการราคาค่าที่พัก 1,001 - 2,000 บาทต่อคืน จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 37.70 รองลงมา คือ ค่าที่พัก 2,001 - 3,000 บาทต่อคืน จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 25.20 ค่าที่พักไม่เกิน 1,000 บาทต่อคืน จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.70 ค่าที่พัก 3,001 - 4,000 บาทต่อคืน จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 ค่าที่พัก 4,001 - 5,000 บาทต่อคืน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.90 และค่าที่พักมากกว่า 5,000 บาทต่อคืน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

3. ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการให้บริการที่พักตำบลอ่าวนาง อำเภอมือง จังหวัดกระบี่

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. ของระดับคุณภาพการให้บริการที่พักตำบลอ่าวนาง อำเภอมือง จังหวัดกระบี่ โดยภาพรวม

คุณภาพการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	4.45	.444	มากที่สุด
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	4.34	.498	มากที่สุด
3. ด้านการตอบสนองลูกค้า	4.33	.473	มากที่สุด
4. ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	4.34	.493	มากที่สุด
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า	4.32	.479	มากที่สุด
รวม	4.35	.394	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 แสดงระดับคุณภาพการให้บริการที่พักตำบลอ่าวนาง อำเภอมือง จังหวัดกระบี่ โดยภาพรวมมีคุณภาพระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ($\bar{X} = 4.45$) รองลงมา คือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ($\bar{X} = 4.34$) ด้านการตอบสนองลูกค้า ($\bar{X} = 4.33$) และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ($\bar{X} = 4.32$) ตามลำดับ

4. การวิเคราะห์ข้อมูลระดับการตัดสินใจเลือกที่พักในตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. ของระดับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก ตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ โดยภาพรวม

การตัดสินใจเลือกที่พัก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการรับรู้ความต้องการ	4.42	.457	มากที่สุด
2. ด้านการแสวงหาข้อมูล	4.33	.468	มากที่สุด
3. ด้านการประเมินทางเลือก	4.36	.509	มากที่สุด
4. ด้านการตัดสินใจซื้อ	4.31	.520	มากที่สุด
5. ด้านพฤติกรรมภายหลังซื้อ	4.30	.506	มากที่สุด
รวม	4.34	.417	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 แสดงระดับการตัดสินใจเลือกที่พักตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ โดยภาพรวมมีระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.34$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านการรับรู้ความต้องการ ($\bar{X} = 4.42$) รองลงมา คือ ด้านการประเมินทางเลือก ($\bar{X} = 4.36$) ด้านการแสวงหาข้อมูล ($\bar{X} = 4.33$) ด้านการตัดสินใจซื้อ ($\bar{X} = 4.31$) และด้านพฤติกรรมภายหลังซื้อ ($\bar{X} = 4.30$) ตามลำดับ

5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว ตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่

สมมติฐาน : คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวในตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่

แทนค่า

$\hat{Y}$ = การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก

X_1 = ความเป็นรูปธรรมของบริการ

X_2 = ความเชื่อถือไว้วางใจได้

X_3 = การตอบสนองต่อลูกค้า

X_4 = การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า

X_5 = การรู้จักและเข้าใจลูกค้า

ตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Enter Multiple Regression Analysis) คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวในตำบลอ่าวนาง อำเภอมือเมือง จังหวัดกระบี่

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.845	.156		5.405	.000*	.488	2.049
X ₁	.118	.044	.126	2.675	.008*	.445	2.247
X ₂	.115	.041	.137	2.774	.006*	.512	1.952
X ₃	.203	.041	.231	5.011	.000*	.359	2.788
X ₄	.183	.046	.217	3.937	.000*	.477	2.097
X ₅	.185	.042	.213	4.463	.000*	.488	2.049
R =	.767		Adj R ² =	.582		F =	108.096
R ² =	.588		S.E. _{est} =	.269		Sig. =	.000

*. A significance level of 0.05.

จากการทดสอบสมมติฐานคุณภาพการให้บริการ (X) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก (Y) เมื่อตรวจสอบว่าการแทนค่าตัวแปรในสมการตัวแบบจะไม่เกิด Multicollinearity ผู้วิจัยจึงทำการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระพบว่าค่า Tolerance ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าไม่ใกล้ศูนย์ และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าน้อยกว่า 10 จึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระทุกตัวไม่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

ค่าแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (X) กับตัวแปรตาม (Y) เท่ากับ .767 และค่าสัมประสิทธิ์ที่สามารถพยากรณ์ตัวแปรตามได้ดีที่สุด คือ .582 หรือคิดเป็นร้อยละ 58.20 มีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ .269

ผลการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติทดสอบการถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Enter Multiple Regression Analysis) พบว่า ค่า Sig. = .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าผลการทดสอบยอมรับสมมติฐาน หมายถึง คุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ (X₁) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (X₂) การตอบสนองต่อลูกค้า (X₃) การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (X₄) และการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (X₅) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักในตำบลอ่าวนาง อำเภอมือเมือง จังหวัดกระบี่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบได้ดังนี้

$$\hat{Y} = .845 + .118 (X_1) + .115 (X_2) + .203 (X_3) + .183 (X_4) + .185 (X_5)$$

อภิปรายผล

คุณภาพการให้บริการที่พักตำบลอ่าวนาง อำเภอมือเมือง จังหวัดกระบี่ โดยภาพรวมมีความสำคัญระดับมากที่สุด เนื่องจากการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นและความซับซ้อนของลูกค้า ผู้ประกอบการต่างให้ความสำคัญกับการให้บริการที่มีคุณภาพมากขึ้น ซึ่งเป็นแรงผลักดันสำคัญสู่ความเป็นเลิศขององค์กร ปัจจุบันลูกค้ามีความรู้และความเชี่ยวชาญมากขึ้นในการเรียกร้องสิทธิ์ของตน ส่วนหนึ่งเนื่องมาจากการเพิ่มขึ้นทางเทคโนโลยีและการมีส่วนร่วมทางอุตสาหกรรม ส่งผลให้ความคาดหวังต่อการส่งมอบคุณภาพการบริการเพิ่มขึ้นอย่างมาก

อุตสาหกรรมบริการจึงมีบทบาทสำคัญในเศรษฐกิจของหลายประเทศ การให้บริการที่มีคุณภาพถือเป็นกลยุทธ์สำคัญสำหรับความสำเร็จและความอยู่รอดของธุรกิจ (Kumasey, 2014) คุณภาพการบริการ การรับรู้ของลูกค้า และความคาดหวังของลูกค้า ล้วนเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญและเชิงบวก ซึ่งความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกและสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการและเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมและควบคู่กับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยียังจะส่งผลกระทบต่อการแข่งขันที่รุนแรงยิ่งขึ้นและมอบโอกาสที่ดีสำหรับผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการที่มีคุณภาพในราคาคู่แข่ง (Maharani & Saroso, 2020)

การตัดสินใจเลือกที่พักตำบลอ่าวนาง อำเภอมือ จังหวัดกระบี่ โดยภาพรวมมีความสำคัญระดับมากที่สุด และโดยเฉพาะด้านการรับรู้ความต้องการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เนื่องจากธุรกิจบริการมีการแข่งขันที่สูงจึงต้องเข้าใจนักท่องเที่ยวในฐานะผู้บริโภค เป้าหมายในการรับผลประโยชน์จากการแข่งขันคือการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการจากลูกค้า ดังนั้น ผู้ประกอบการที่พักควรประเมินและคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า สามารถสร้างความพึงพอใจของผู้บริโภคก่อนตัดสินใจซื้อหรือเลือกที่พัก ทั้งทำเล ความสะอาด บรรยากาศ และราคา เพื่อตอบสนองความต้องการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า (Kotler & Keller, 2012)

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพัตรา อินทสุวรรณ์ และมัลลิกา สุนทรภู (2565) ค้นพบว่า คุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมการบริการด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการด้านการตอบสนองความต้องการการบริการและด้านความเห็นอกเห็นใจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภชัย ภูมิรัตนไพศาล และบุญเลิศ วงศ์เจริญแสงสิริ (2566) ค้นพบว่า คุณภาพในการให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในเขตจังหวัดระยอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากคุณภาพของการบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะมอบให้แก่ผู้รับบริการ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความต้องการเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ต้องการของผู้รับบริการได้จึงเกิดการตัดสินใจเลือก แต่หากเกิดข้อร้องเรียนหรือเมื่อเข้าใช้บริการแล้วไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง Petzer et al. (2009) ได้เสนอว่า โรงแรมที่พักควรมีการกำหนดนโยบายเพื่อป้องกันการร้องเรียนโดยการเผยแพร่การรับประกันคุณภาพการบริการต่อลูกค้า ซึ่งจะทำให้ลูกค้าได้รับความมั่นใจ และควรมีแนวทางวางกลยุทธ์การฟื้นฟูให้เร็วที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้หากมีการร้องเรียนเกิดขึ้น

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1. คุณภาพการให้บริการของที่พักนั้นมีผลต่อการแข่งขันในธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ซึ่งจากผลการวิจัยเห็นได้ว่าการให้บริการที่เป็นรูปธรรมนั้นสำคัญต่อผู้ใช้บริการสูงสุด ดังนั้น ธุรกิจที่พักจึงต้องแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพหรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ทำให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจจะเป็นหนทางนำไปสู่การรักษาฐานลูกค้าซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญของธุรกิจได้

2. การตัดสินใจเลือกจากการรับรู้ความต้องการที่ธุรกิจที่พักจะต้องสามารถจัดสรรได้ตรงตามความคาดหวังของลูกค้าเพื่อให้สามารถดึงดูดให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการและกลับมาใช้บริการซ้ำ เป็นหนึ่งในใจให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกจากความประทับใจในบริการด้านต่าง ๆ จนเป็นที่รู้จัก ยอมรับ และต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำ เป็นตัวเลือกแรก ๆ หากต้องการเดินทางท่องเที่ยว รวมไปถึงการแนะนำบอกต่อให้กับผู้อื่น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของธุรกิจที่พัก
2. ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแต่ละประเภท

เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). Krabi. สืบค้นจาก

<https://www.tourismthailand.org/Destinations/Provinces/Krabi/344>

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2566). ททท. เปิดตัวเกม “ปีท่องเที่ยวไทย 2566” เร่งเครื่องยกระดับห่วงโซ่อุปทาน กระตุ้นตลาดคุณภาพสู่ความยั่งยืนด้วย “Meaningful Travel” มั่นใจฟื้นรายได้สูงสุด 2.38 ล้านล้านบาท. สืบค้นจาก <https://thai.tourismthailand.org/Articles/ปีท่องเที่ยวไทย-2566>.

กิตติศักดิ์ แสงทอง. (2563). วิจัยการจัดการ จากภาคทฤษฎีสู่ภาคปฏิบัติ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: พี.ซี. พรินติ้ง.

ชัย วัชรรงค์. (2567). นักท่องเที่ยวต่างชาติ เที่ยวในประเทศไทยปี 2566 สะสมกว่า 27 ล้านคน. สืบค้นจาก <https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/id/9/iid/246427>

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2557). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS (พิมพ์ครั้งที่ 15). กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.

ศุภชัย ภูมิรัตนไพศาล และบุญเลิศ วงศ์เจริญแสงสิริ. (2566). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตจังหวัดระยอง. *วารสารบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 12(1). 105 – 130.

สยามรัฐออนไลน์. (2565, 21 กันยายน). ท่องเที่ยวกระบี่ทำรายได้อันดับ 9 ของประเทศ ตั้งเป้าช่วงไฮซีซั่นติดอันดับ 1 ใน 4. สืบค้นจาก <https://siamrath.co.th/n/384400>.

สุพัตรา อินทสุวรรณ และมัลลิกา สุปงกฏ. (2565). การศึกษาสวนประสมทางการตลาดและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 12(1). 57 – 69.

Dei Mensah, R., & Mensah, I. (2013). *Management of tourism and hospitality services* (2nd ed). Edsam Press.

Expedia Group. (ม.ป.ป.). อ่าวนาง. Retrieved from <https://www.expedia.co.th/Ao-Nang-B> each.

Kotler, P., & Keller, K. K. (2012). *Marketing Management* (14th ed). NY: Prentice Hall.

Kumasey, A. S. (2014). Service Quality and Customer Satisfaction: Empirical Evidence from the Ghanaian Public Service. *European Journal of Business and Management*, 6(6). 172 – 181.

Maharani, B. P., & Saroso, D. S. (2020). Analysis of service quality An Empirical Study of customer satisfaction in information and technology service companies. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 1(2). 200 – 209.

Petzer, D. J., Steyn, T. F. J., & Mostert, P. G. (2009). Customer retention practices of small, medium and large hotels In South Africa: An exploratory study. *African Journal of Marketing Management*, 1(1). 32 – 42.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-Item Scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1). 12 – 37.

ความต้องการในการติดตั้งระบบโทรทัศน์วงจรปิดของผู้ประกอบการภาคการผลิตและบริการที่ใช้แรงงานต่างด้าว 3 สัญชาติในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

นที คงห้วยรอบ¹ และ ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์^{2*}

¹นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การจัดการธุรกิจโลก มหาวิทยาลัยบูรพา

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

*Corresponding author email: sarunya.lmbabuu@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received) 16 กุมภาพันธ์ 2567

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 22 เมษายน 2567

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 2 พฤษภาคม 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา สภาพปัจจุบันและปัญหาของการใช้ระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด (CCTV) และศึกษาความต้องการในการติดตั้งระบบโทรทัศน์วงจรปิด (CCTV) ทั้งนี้เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาระบบโทรทัศน์วงจรปิด (CCTV) ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการภาคการผลิตและบริการที่จ้างงานต่างด้าว 3 สัญชาติในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก งานวิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ รวมทั้งหมด 24 คน ผลการวิจัยพบว่า ระบบโทรทัศน์วงจรปิดตอบสนองต่อวัตถุประสงค์การติดตั้งได้ดี ทุกสถานประกอบการใช้บันทึกจากกล้องโทรทัศน์วงจรปิดเป็นหลักฐานในการสอบสวนอุบัติการณ์ นอกจากนี้ระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิดยังสามารถลดปัญหาปัญหาทรัพย์สินสูญหาย ปัญหาพนักงานไม่แสร้งนัวเข้างาน ลดเวลาในการสอบสวนอุบัติเหตุ ปัญหาอาชญากรรมที่เกิดขึ้น ความต้องการในการติดตั้งกล้องโทรทัศน์วงจรปิด พบว่าคุณสมบัติกล้องโทรทัศน์วงจรปิดที่สำคัญคือ การใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ระบบมีความเสถียร ทำงานได้ตลอดเวลา ทนทาน สัญญาณไม่ขาดหาย บันทึกข้อมูลได้หลายรูปแบบ มีระบบแจ้งเตือน กล้องมีภาพชัดเจน มองเห็นในที่มืด ราคาไม่แพง และบริการหลังการขายดี แนวทางในการพัฒนาระบบโทรทัศน์วงจรปิด (CCTV) ควรมีการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligent – AI) และคุณสมบัติพิเศษ ช่วยในการทำงาน เช่น การจับความเคลื่อนไหว การจดจำใบหน้า การจดจำทะเบียนรถ และตรวจจับโลหะ สามารถบันทึกบนคลาวด์โดยไม่ผ่านเครื่องบันทึก สามารถจัดการงานบนอินเทอร์เน็ตได้ ทำให้เรียกดูข้อมูลได้จากทุกที่

คำสำคัญ: กล้องโทรทัศน์วงจรปิด (CCTV) ปัญญาประดิษฐ์ กล้องดิจิทัล การจับความเคลื่อนไหว การจดจำป้ายทะเบียนรถยนต์

THE REQUIREMENT OF CLOSED-CIRCUIT TELEVISION SYSTEM INSTALLATION FOR ENTREPRENEURS IN MANUFACTURING AND SERVICE SECTORS THAT USING 3 NATIONALITIES OF WORKERS IN THE EASTERN ECONOMIC CORRIDOR

Natee Konghuayrob¹ and Sarunya Lertputtarak²

¹Master degree student, Business Administration Global Business Management, Burapha University

²Assistant Professor Dr., Burapha Business School, Burapha University

Abstract

This research aims to study the current situation and problems of using Closed-Circuit Television (CCTV) systems and to study the need for installation of CCTV systems in order to find ways to develop CCTV systems aligned with the needs of entrepreneurs in the manufacturing and service sector that employs 3 nationalities in the Eastern Economic Corridor (EEC) zone. The research theoretical used in this study is qualitative research by conducting in-depth interviews with 24 key informants. The research findings indicate that CCTV systems effectively meet the objectives of installation. All entrepreneurs use recordings of the CCTV system as evidence in incident investigations. Additionally, CCTV systems can reduce problems of property loss, employee time theft, reduced incident investigation period and crime problems. The need for installation of CCTV system indicates important features such as the use of new technologies, system reliability, continuous operation, durability, intact signal, multiple data recording formats, notification systems, clear images, night vision capabilities, affordable prices, and good after-sales service. Suggestions for developing CCTV systems include utilizing Artificial Intelligence (AI) and features to assist in CCTV operation, such as motion detection, facial recognition, license plate recognition, and metal detection. Cloud record capability without recording on devices and the ability of manage tasks over the internet allowing access from anywhere.

Keywords: Closed Circuit Television System (CCTV), Artificial Intelligence (AI), IP Camera, Motion Detection, License Plate Recognition.

บทนำ

แผนการพัฒนาพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ถูกบรรจุในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี หรือที่เรียกว่า อีสเทิร์นซีบอร์ด มุ่งเน้นการพัฒนาพื้นที่ 3 จังหวัดในภาคตะวันออก ได้แก่ ระยอง ชลบุรี และ ฉะเชิงเทรา ให้ได้มาตรฐานระดับสากล และมีความปลอดภัยต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม และพื้นที่ EEC เป็นพื้นที่เป้าหมายศักยภาพสูงเพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมและบริการใหม่ ๆ ในปี 2564 จังหวัดชลบุรีมีจำนวนสถานประกอบการ 69,066 แห่ง ระยอง จำนวน 28,697 แห่ง และฉะเชิงเทรา จำนวน 21,951 แห่ง (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก, 2565)

เมื่อมีการลงทุนในเขต EEC จึงต้องมีการจ้างงาน สำนักบริหารแรงงานต่างด้าว (2566) แสดงสถานการณ์แรงงานต่างด้าวที่ราชอาณาจักร ณ เดือน มกราคม 2566 ว่า คนต่างด้าวกลุ่มประเทศอาเซียนที่

ได้รับอนุญาตทำงานคงเหลือทั่วราชอาณาจักร มีจำนวนทั้งสิ้น 3,310,090 คน แรงงานต่างด้าว 4 สัญชาติ เมียนมา ลาว กัมพูชา และเวียดนาม ได้รับอนุญาตทำงานตามประเภททั่วไป จำนวนทั้งสิ้น 566,274 คน (กลุ่มงานพัฒนาระบบควบคุมการทำงานของคนต่างด้าว, 2566) ซึ่งในการจัดการแรงงานต่างด้าวนั้น ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในการทำงาน (สถาบันส่งเสริมความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน, 2562)

จากสถิติจังหวัดที่มีจำนวนลูกจ้างประสบอันตรายสูงสุด 5 อันดับแรกของปี 2560 – 2564 ชลบุรีที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ EEC ติดอันดับ 1 ใน 5 จังหวัดที่มีจำนวนแรงงานประสบอันตราย จำนวน 30,699 คน คิดเป็นร้อยละ 7.12 ต่อปี (สำนักงานกองทุนเงินทดแทน, 2564)

การจัดการความปลอดภัยในการทำงาน ปัจจุบันนี้มีการนำเทคโนโลยีมาช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการทำงานได้เป็นอย่างดี (มติชนออนไลน์, 2565, 5 เมษายน) โดยอุปกรณ์ที่สำคัญ คือ กล้องวงจรปิด (ภาณุเดช ทิพย์อักษร และคณะ, 2565) ระบบกล้องวงจรปิดยังสามารถออกแบบการทำงานด้วยการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ Artificial Intelligence (AI) มาใช้ เช่น ตรวจจับบุคคลอำพรางอาวุธปืนจากกล้องวงจรปิดเป็นระบบตรวจจับบุคคลอำพรางอาวุธปืนผ่านการวิเคราะห์ภาพวิดีโอจากกล้องวงจรปิด ซึ่งเป็นผลงานที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและส่วนรวมในการป้องกันอาชญากรรม

แต่อย่างไรก็ดีแม้ว่าในปัจจุบันกล้องวงจรปิดหรือกล้อง CCTV เป็นที่นิยมและมีการใช้งานอย่างแพร่หลาย แต่กล้องวงจรปิดยังมีข้อจำกัดในการทำงาน เช่น ไม่สามารถแจ้งเตือนหรือตรวจจับได้ว่าเหตุการณ์นั้นคือเหตุการณ์อะไร ทำให้กล้อง CCTV ถูกนำไปใช้ประโยชน์เพื่อบันทึกเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเพียงเท่านั้น ซึ่งต้องมีการพัฒนาวิธีการประยุกต์ใช้งานให้สอดคล้องกับความต้องการหรือแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในสถานประกอบการ เพื่อให้สามารถใช้งานระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิดในการรักษาความปลอดภัยได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น การนำไปใช้ตรวจจับการเคลื่อนที่ของวัตถุเพื่อการป้องกันการเกิดอุบัติเหตุกับคนงาน (Cho et al, 2022) พฤติกรรมที่ไม่ปลอดภัยของพนักงาน และสภาพการที่ไม่ปลอดภัยของสภาพแวดล้อมในการทำงานโดยใช้ระบบโทรทัศน์วงจรปิด (Paola et al, 2016) ซึ่งจะช่วยให้ลดความเสียหายทั้งทางด้านชีวิตและทรัพย์สิน ลดระดับความรุนแรงและผลกระทบให้น้อยลง และเกิดการต่อยอดทางธุรกิจจากผลงานวิจัยต่อไป (สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ, 2565)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญและความจำเป็นที่ต้องศึกษาวิจัย ความต้องการในการติดตั้งระบบโทรทัศน์วงจรปิดของผู้ประกอบการภาคการผลิตและบริการที่ใช้แรงงานต่างด้าว 3 สัญชาติในเขต EEC ซึ่งงานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาและประยุกต์ใช้ระบบโทรทัศน์วงจรปิดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งานต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาของการใช้ระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด (CCTV) ของผู้ประกอบการภาคการผลิตและบริการที่ใช้แรงงานต่างด้าว 3 สัญชาติในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก
2. เพื่อศึกษาความต้องการในการติดตั้งระบบโทรทัศน์วงจรปิด (CCTV) ของผู้ประกอบการภาคการผลิตและบริการที่ใช้แรงงานต่างด้าว 3 สัญชาติในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก
3. เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาระบบโทรทัศน์วงจรปิด CCTV ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการภาคการผลิตและบริการที่จ้างงานต่างด้าว 3 สัญชาติในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ความต้องการในการติดตั้งระบบโทรทัศน์วงจรปิด (CCTV) และปัญหาของผู้ประกอบการภาคการผลิตและบริการที่ใช้แรงงานต่างด้าว 3 สัญชาติในเขต EEC เพื่อหาแนวทางในการพัฒนามาตรการป้องกันอันตราย และอุบัติเหตุจากการทำงานด้วยระบบโทรทัศน์วงจรปิด (CCTV) ของผู้ประกอบการภาคการผลิตและบริการที่ใช้แรงงานต่างด้าว 3 สัญชาติในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

ขอบเขตผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ รวมทั้งหมด 24 คนแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้ คือ

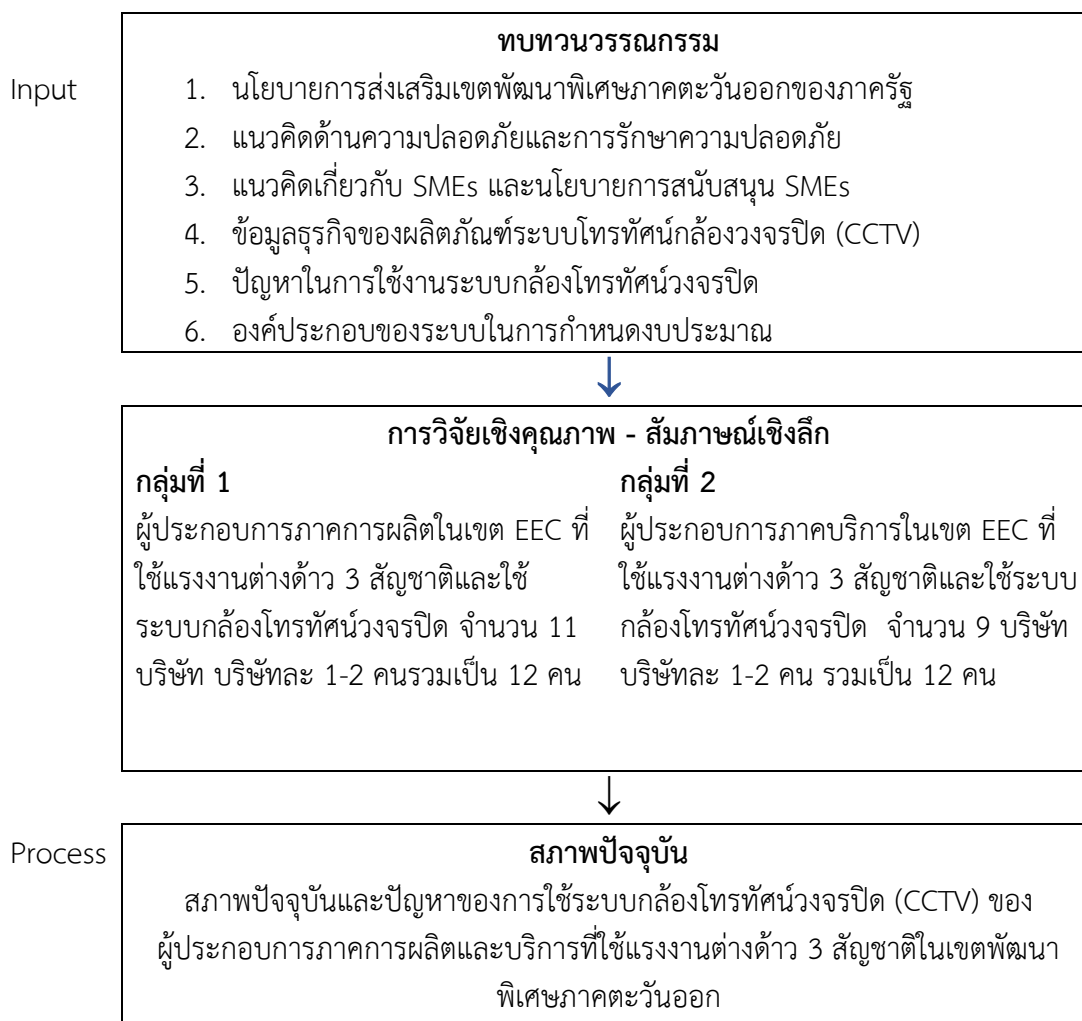
กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการภาคการผลิตในเขต EEC ที่ใช้แรงงานต่างด้าว 3 สัญชาติและใช้ระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด จำนวน 11 บริษัท บริษัทละ 1-2 คน รวมเป็น 12 คน

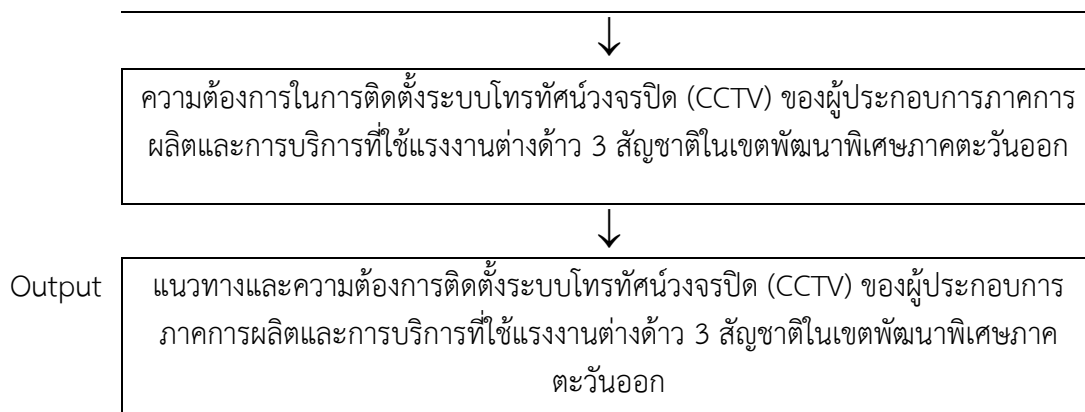
กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการภาคบริการในเขต EEC ที่ใช้แรงงานต่างด้าว 3 สัญชาติและใช้ระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด จำนวน 9 บริษัท บริษัทละ 1-2 คน รวมเป็น 12 คน

ขอบเขตพื้นที่ในการเก็บข้อมูล

สถานที่ศึกษาที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือสถานประกอบกิจการต่าง ๆ ในเขต EEC

กรอบขั้นตอนการวิจัย





วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ในการวิจัย คือ เจ้าของกิจการหรือตัวแทนผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อหรือจัดซื้อจัดจ้างและผู้ใช้งานระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด (CCTV) โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม โดยมุ่งเน้นผู้ประกอบการภาคการผลิตและบริการที่ใช้แรงงานต่างด้าว 3 สัญชาติ คือ กัมพูชา เมียนมา และลาว และใช้ระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิดรวมทั้งสิ้น 20 บริษัท บริษัทละ 1-2 คน ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการภาคการผลิตในเขต EEC ที่ใช้แรงงานต่างด้าว 3 สัญชาติและใช้ระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด จำนวน 11 บริษัท บริษัทละ 1-2 คน รวมเป็น 12 คน แบ่งเป็นผู้ซื้อ คือ เจ้าของกิจการหรือตัวแทนผู้มีอำนาจตัดสินใจในการซื้อ จำนวน 6 คน และผู้ที่ใช้งาน คือผู้ที่มีหน้าที่ควบคุมดูแล และใช้งาน จำนวน 6 คน

กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการภาคบริการในเขต EEC ที่ใช้แรงงานต่างด้าว 3 สัญชาติและใช้ระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด จำนวน 9 บริษัท บริษัทละ 1-2 คน รวมเป็น 12 คน แบ่งเป็นผู้ซื้อ คือ เจ้าของกิจการหรือตัวแทนผู้มีอำนาจตัดสินใจในการซื้อ จำนวน 6 คน และผู้ที่ใช้งาน คือผู้ที่มีหน้าที่ควบคุมดูแล และใช้งาน จำนวน 6 คน

ทั้งนี้การอ้อมตัวของข้อมูลจากการสัมภาษณ์ Guest et al. (2006) ได้ระบุถึง จำนวนของผู้ให้ข้อมูลที่สามารอ้อมตัวได้ คือ อย่างน้อยจำนวน 12 คน และ Green and Thorogood (2009) ได้ระบุว่า จำนวนของผู้ให้ข้อมูลที่สามารอ้อมตัวได้ คือ อย่างน้อยจำนวน 12 คน ซึ่งงานวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการสัมภาษณ์จำนวน 20 บริษัท ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 24 คน ซึ่งสามารถแสดงถึงการอ้อมตัวของข้อมูลได้ และผู้วิจัยก็ได้ทำการสัมภาษณ์ในไม่พบข้อมูลใหม่ จึงได้ยุติการสัมภาษณ์

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ คำถามในการสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยการศึกษาคำถามจากการทบทวนวรรณกรรมและแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องโดยสร้างเป็นคำถามให้ครอบคลุมตามขอบเขตของการวิจัยมีการเรียงลำดับคำถามเนื้อหาของคำถามเป็นลักษณะของคำถามปลายเปิด (Open-end Question) โครงสร้างคำถามในการสัมภาษณ์ออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและปัญหาของการใช้ระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด (CCTV) ของผู้ประกอบการภาคการผลิตและบริการที่ใช้แรงงานต่างด้าว 3 สัญชาติในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก เพื่อศึกษาประเด็นเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและปัญหาต่าง ๆ ของระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิดของสถานประกอบการ

ส่วนที่ 3 แนวคำถามเกี่ยวกับความต้องการในการติดตั้งระบบโทรทัศน์วงจรปิด (CCTV) ของผู้ประกอบการภาคการผลิตและบริการที่ใช้แรงงานต่างด้าว 3 สัญชาติในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก เพื่อศึกษาประเด็นความต้องการเพิ่มจำนวนหรือเพิ่มประสิทธิภาพ และความต้องการทางเทคนิคเพื่อแก้ปัญหาที่มีอยู่ของสถานประกอบการ

ส่วนที่ 4 แนวคำถามเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาระบบโทรทัศน์วงจรปิด CCTV ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการภาคการผลิตและบริการที่ใช้แรงงานต่างด้าว 3 สัญชาติในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก เพื่อศึกษาประเด็นความต้องการประยุกต์ใช้ระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิดเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนาการใช้งานระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด

คำถามในการสัมภาษณ์ได้ผ่านการตรวจสอบความตรง (Validity) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ได้ค่า Index of Consistency (IOC) มากกว่า 0.5 ในทุกคำถาม ซึ่งถือได้คำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Rovinelli & Hambleton, 1997) และได้มีการนำคำถามเสนอต่อกรรมการจริยธรรมวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา ก่อนการนำไปเก็บข้อมูล โดยเอกสารรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เลขที่ IRB4-206/2566

ผู้วิจัยได้จัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้การวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic analysis) ซึ่งผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการถอดความกับเครื่องบันทึกเสียง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้กลับมาอ่านพิจารณาอีกครั้งอย่างละเอียด แล้วจึงทำการตีความพร้อมกับการคัดกรองประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องเพื่อนำข้อมูลที่เป็นข้อความหรือประโยคที่มีความหมายเหมือนกันหรือใกล้เคียงมาไว้กลุ่มเดียวกัน จัดเป็นกลุ่มใหญ่ (Themes) และกลุ่มย่อย (Sub-theme)

สรุปผลการวิจัย

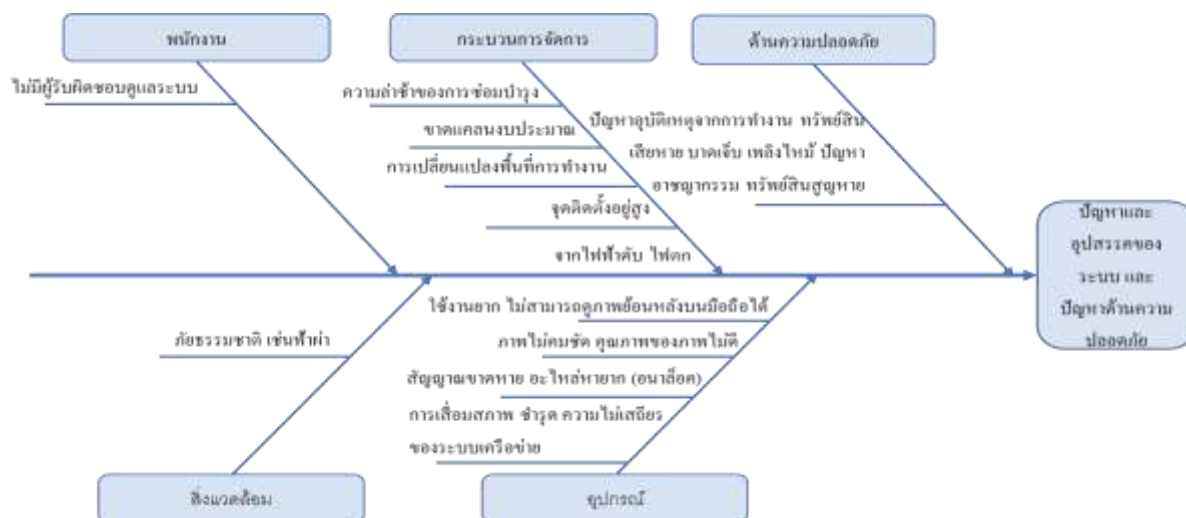
ส่วนที่ 1 สภาพปัจจุบันและปัญหาของการใช้ระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด (CCTV) ของผู้ประกอบการภาคการผลิตและบริการที่ใช้แรงงานต่างด้าว 3 สัญชาติในเขต EEC

1.1 สภาพปัจจุบันของระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด

จากการสรุปผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 13 คน มีได้มีมาตรฐานด้านการรักษาความปลอดภัยของภาคเอกชน และกฎหมายบังคับให้มีระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด รองลงมาผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 11 คน ปฏิบัติงานภายใต้ข้อบังคับของกฎหมายกรมศุลกากร หรือ มาตรฐานด้านการรักษาความปลอดภัยของภาคเอกชน ที่บังคับให้มีระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด ผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 17 คน มีข้อกำหนดหรือแนวทางในการเลือกใช้และติดตั้งระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิดของบริษัทเอง และผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 7 คน ไม่มีกำหนดไว้ แต่เป็นนโยบายหรือแนวทางจากผู้บริหารหรือตามความเสี่ยงและสภาพปัญหาของบริษัทเอง

ผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 18 คน ใช้ระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิดแบบดิจิทัล รองลงมาผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 3 คน ใช้ระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิดแบบอะนาล็อก และผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 3 คน ใช้ระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิดทั้งสองระบบ ผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 19 คน ระบบเครือข่ายแยกกันกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัท รองลงมาผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 5 คน ใช้ระบบเครือข่ายร่วมกันกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัท ผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 18 คน ใช้เป็นมาตรการเชิงป้องกันอุบัติเหตุ อุบัติการณ์ ป้องปรามการกระทำผิดต่าง ๆ หรือพฤติกรรมมีความเสี่ยงต่าง ๆ และใช้ในการตรวจสอบ หรือ สอดสวนอุบัติการณ์ต่าง ๆ รองลงมาผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 6 คน ใช้ในกระบวนการทำงาน ในการควบคุม และตรวจสอบบุคคล ยานพาหนะ และพื้นที่เสี่ยงต่าง ๆ

1.2 ปัญหาและอุปสรรคด้านความปลอดภัย และของระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด



ภาพที่ 2 แผนภูมิผังปลาแสดงการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคด้านความปลอดภัย และของระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด

ส่วนที่ 2 ความต้องการในการติดตั้งระบบโทรทัศน์วงจรปิดของผู้ประกอบการภาคการผลิตและการบริการที่ใช้แรงงานต่างด้าว 3 สัญชาติในเขต EEC

จากการสรุปผลการศึกษาพบว่า เรื่องคุณสมบัติของระบบโทรทัศน์วงจรปิดที่พึงมี ผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 24 คน ให้สัมภาษณ์ว่าอุปกรณ์มีคุณภาพดี ใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ระบบมีความเสถียร ทำงานได้ตลอดเวลา ทนทาน สัญญาณไม่ขาดหาย ใช้งานง่าย บันทึกข้อมูลได้หลายรูปแบบ มีระบบการแจ้งเตือน มีระบบเครือข่ายที่ดี รองลงมาผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 21 คน ให้สัมภาษณ์ว่ากล้องมีภาพชัดเจน มองเห็นในที่มืด สามารถแยกแยะบุคคลหรือตัวหนังสือ สี และใบหน้าได้ ซูมเข้า-ออกได้ บันทึกเสียงได้ ทนต่อสภาพอากาศ ผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 6 คน ให้สัมภาษณ์ว่ามีคุณสมบัติพิเศษ ใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ หรือปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligent – AI) ผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 3 คน ให้สัมภาษณ์ว่าราคาไม่แพง และให้สัมภาษณ์ จำนวน 2 คน ให้สัมภาษณ์ว่าบริการหลังการขายดี เรื่องความสนใจในคุณสมบัติพิเศษ ผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 21 คน ให้สัมภาษณ์ว่ามีความสนใจในคุณสมบัติพิเศษ รองลงมาผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 3 คน ให้สัมภาษณ์ว่า ยังไม่มีความสนใจในคุณสมบัติพิเศษ

เรื่องความต้องการในด้านพื้นที่ที่จำเป็นต้องติดตั้งกล้องโทรทัศน์วงจรปิด ผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 17 คน ให้สัมภาษณ์ว่าพื้นที่รับสินค้า เก็บรักษาสินค้า เบิกจ่ายสินค้า พื้นที่ขนถ่ายสินค้า ในไลน์ผลิต พื้นที่ทำงาน เช่นเดียวกันกับผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 17 คน ให้สัมภาษณ์ว่าพื้นที่ประตู หน้าต่าง ทางเข้าออก ทางเดิน ช่องเปิดต่าง ๆ ประตูโหลดสินค้า ทางหนีไฟ รองลงมาผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 14 คน ให้สัมภาษณ์ว่าพื้นที่ภายนอกอาคาร ถนน ลานจอดรถ แนวรั้วโดยรอบ พื้นที่ทั่วไป ผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 9 คน ให้สัมภาษณ์ว่าพื้นที่จุดเสี่ยง จุดอับสายตาต่าง ๆ ที่เคยเกิดอุบัติเหตุ หรือของหายบ่อย ๆ ห้องไฟฟ้า ห้องแบตเตอรี่ และผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 8 คน ให้สัมภาษณ์ว่าพื้นที่ที่เก็บสินค้าที่มีมูลค่าสูงหรือเป็นที่ต้องการของตลาด หรือทรัพย์สินของบริษัท และพื้นที่เก็บข้อมูลสำคัญเรื่องความต้องการเพิ่มจำนวนกล้องหรือเพิ่มประสิทธิภาพระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด ผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 17 คน ให้สัมภาษณ์ว่าต้องการเพิ่มจำนวนกล้อง และเพิ่มประสิทธิภาพของระบบ และ

พีเจอรี่ใหม่ ๆ เปลี่ยนเป็นกล้องรุ่นใหม่ ๆ และซ่อมแซมส่วนที่ชำรุด และรองลงมาผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 7 คน ให้สัมภาษณ์ว่ายังไม่ต้องการเพิ่มจำนวนกล้อง หรือเพิ่มประสิทธิภาพของระบบ ในด้านงบประมาณ

ผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 21 คน ให้สัมภาษณ์ว่ามีการจัดทำงบประมาณในการจัดซื้อ จัดจ้างประจำปี และรองลงมาผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 3 คน ให้สัมภาษณ์ว่าไม่มีการจัดทำงบประมาณในการจัดซื้อจัดจ้างประจำปี แต่เป็นการจัดซื้อหรือซ่อมบำรุงตามความจำเป็น เป็นครั้งคราว ด้านปัจจัยที่ใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อ ผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 20 คน ให้สัมภาษณ์ว่า เป็นระบบดิจิทัล ระบบบันทึก กล้อง และอุปกรณ์ มีคุณภาพ และได้รับการรับรองคุณภาพสินค้าตามมาตรฐานสากลต่าง ๆ รองจากผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 16 คน ให้สัมภาษณ์ว่า รองรับการใช้งานคุณสมบัติพิเศษใหม่ ๆ มีความทันสมัย ใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ใช้งานง่าย ผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 12 คน ให้สัมภาษณ์ว่า ผู้จำหน่ายมีความเชี่ยวชาญ มีบริการหลังการขาย และการซ่อมบำรุงที่รวดเร็ว มีอะไหล่ไวซ่อมบำรุงในท้องตลาด ผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 12 คน ให้สัมภาษณ์ว่าราคาสมเหตุสมผล และให้ผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 1 คน ให้สัมภาษณ์ว่ามีการรับประกันสินค้า

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาระบบโทรทัศน์วงจรปิด ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการภาคการผลิตและบริการที่จ้างงานต่างดาว 3 สัญชาติในเขต EEC

จากการสรุปผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 19 คน ให้ข้อเสนอแนะเรื่องใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ปัญญาประดิษฐ์ และคุณสมบัติพิเศษ ว่าควรมีการใช้งานคุณสมบัติพิเศษ เช่น จดจำใบหน้า จดจำทะเบียนรถได้ และความสามารถตรวจสอบภาพย้อนหลังผ่านมือถือได้ ควรอัปเดตโปรแกรมควบคุมการทำงานของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Firmware) อัปเดตพีเจอรี่ใหม่ ๆ ฟังก์ชันใหม่ ๆ เพื่อให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา สามารถแจ้งเตือนได้ ควรมีอะไรที่สามารถใช้ปัญญาประดิษฐ์ช่วยในการทำงานให้มากขึ้น ให้ใช้งานได้ง่ายขึ้น สะดวกขึ้น และควรมีเทคโนโลยีที่สามารถตรวจจับโลหะได้

รองลงมาผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 4 คน ให้ข้อเสนอแนะเรื่องระบบปฏิบัติการและความเสถียร ว่าควรใช้ระบบดิจิทัล และควรใช้ระบบที่มีความเสถียร ผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 3 คน ให้ข้อเสนอแนะเรื่องเรื่องคุณภาพของกล้อง คุณภาพของภาพ ความคงทน ว่าควรใช้กล้องที่มีคุณภาพสูง ๆ ภาพชัดเจน ใช้อุปกรณ์ที่มีความคงทน มีมาตรฐาน ฟังก์ชันการใช้งานแต่ละยี่ห้อให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน กล้องวงจรปิดทุกรุ่นสามารถใช้ร่วมกันได้

ผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 2 คน ข้อเสนอแนะเรื่องระบบบันทึกภาพ ว่ากล้องแบบบันทึกบนคลาวด์โดยไม่ผ่านเครื่องบันทึก โดยที่สามารถติดกล้องแยกส่วนจัดการให้ใช้งานบนอินเทอร์เน็ตได้ ซึ่งสามารถเรียกดูได้จากทุกที่ ควรแยกเครื่องบันทึกไว้ต่างสถานที่กันเพื่อป้องกันการจารกรรมข้อมูล ผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 1 คน ให้ข้อเสนอแนะเรื่องความสะดวกในการติดตั้งว่า ควรออกแบบกล้องให้ง่ายต่อการติดตั้ง มีหลายขนาดให้เลือก เพื่อให้ง่ายต่อการติดตั้ง เช่นกล้องขนาดเล็กติดในรถ ผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 1 คน ให้ข้อเสนอแนะเรื่องสี ว่าควรมีโทนสีให้เลือกใช้ที่เหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมหรือจุดที่จะติดตั้ง เช่น ในห้องเย็นใช้สีเหลืองอำพัน ผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 1 คน ให้ข้อเสนอแนะเรื่องการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลว่า ระบบกล้องวงจรปิดต้องเป็นระบบปิด ป้องกันมิให้ผู้ที่ไม่เกี่ยวข้องเข้าถึงข้อมูล

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษางานวิจัยเรื่อง “ความต้องการในการติดตั้งระบบโทรทัศน์วงจรปิดของผู้ประกอบการภาคการผลิตและบริการที่ใช้แรงงานต่างดาว 3 สัญชาติในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก” สามารถอภิปรายผลโดยอ้างอิงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาของการใช้ระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด (CCTV) ของผู้ประกอบการภาคการผลิตและบริการที่ใช้แรงงานต่างด้าว 3 สัญชาติในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

สภาพปัจจุบันของระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ดำเนินกิจการโดยมิได้มีมาตรการรักษาความปลอดภัยตามมาตรฐานด้านการรักษาความปลอดภัยของภาคเอกชน และกฎหมายกรมศุลกากร ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ใช้งานระบบโทรทัศน์วงจรปิดแบบดิจิทัล และอีกกลุ่มหนึ่งใช้งานระบบโทรทัศน์วงจรปิดแบบอนาล็อก เนื่องจากเป็นสถานประกอบการที่ดำเนินกิจการมานานเกินกว่า 15 ปี และมีได้อยู่ในเขตปลอดอากร ส่วนด้านประสิทธิภาพ ประสิทธิผล จำนวน และการซ่อมบำรุง พบว่า ระบบโทรทัศน์วงจรปิดตอบสนองต่อวัตถุประสงค์การติดตั้งได้ดีถึงดีมาก ลดปัญหาการลักขโมย และการทุจริตในที่ทำงานได้ ทุกสถานประกอบการใช้บันทึกจากกล้องโทรทัศน์วงจรปิดเป็นหลักฐานในการสอบสวนอุบัติเหตุ

ปัญหาและอุปสรรคด้านความปลอดภัย จากผลการศึกษา พบว่า ปัญหาด้านความปลอดภัยและอาชญากรรมต่าง ๆ พบว่า ผู้ประกอบการมีการติดตั้งกล้องวงจรปิดเนื่องจากมีปัญหาคูหาเหตุจากการทำงาน ทำให้ทรัพย์สินเสียหาย หรือเกิดการบาดเจ็บ เช่น ชักรถโฟร์คลิฟต์เฉี่ยวชนคนหรือทรัพย์สิน เหตุเพลิงไหม้ทั้งจากอุปกรณ์ไฟฟ้าภายในบริษัท เหตุเพลิงไหม้จากพื้นที่รกร้างบริเวณใกล้เคียง และมีปัญหาอาชญากรรม เช่น การลักทรัพย์ ทรัพย์สินบริษัทสูญหาย การทุจริตเวลาทำงาน ซึ่งงานวิจัยของ Paola et al. (2016) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ระบบโทรทัศน์วงจรปิดเพื่อเสริมสร้างความปลอดภัยในการทำงาน: กรณีศึกษา สถานประกอบการขนาดกลางในประเทศอิตาลี ระบุว่าเทคโนโลยีการถ่ายภาพของระบบโทรทัศน์วงจรปิดสามารถเพิ่มศักยภาพการจัดการความปลอดภัยเชิงรุกได้มากขึ้น โดยการระบุความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมที่ไม่ปลอดภัยของพนักงาน และสภาพการที่ไม่ปลอดภัยของสภาพแวดล้อมในการ

ปัญหาและอุปสรรคด้านระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด จากผลการศึกษา พบว่า สอดคล้องกับ กิตติธนาทัต เลอวงค์รัตน์ และคณะ (2562) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาประสิทธิภาพในการนำเทคโนโลยีกล้องโทรทัศน์วงจรปิด (CCTV) มาใช้ในการสนับสนุนการบริหารงานของสถานีตำรวจของกองบัญชาการตำรวจนครบาล งานวิจัยครั้งนี้ พบว่า ส่วนใหญ่มีสัญญาณการซ่อมบำรุงกับผู้รับเหมาประจำ แต่มีปัญหาความล่าช้าของการซ่อมบำรุง และขาดการตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอ ปัญหาจากการเสื่อมสภาพของอุปกรณ์ ชำรุดเสียหาย ความไม่เสถียรของระบบเครือข่าย มีปัญหาจากไฟฟ้าดับ ไฟตก ไฟกระชาก ปัญหาภัยธรรมชาติ (ฟ้าผ่า) ปัญหาขาดแคลนงบประมาณ คุณภาพของภาพไม่ดี ปัญหาใช้งานยาก ปัญหาจุดติดที่ยากต่อการซ่อมบำรุง และปัญหาการเปลี่ยนแปลงพื้นที่การทำงานทำให้พื้นที่นั้นไม่มีกล้องโทรทัศน์วงจรปิด

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2. เพื่อศึกษาความต้องการในการติดตั้งระบบโทรทัศน์วงจรปิด (CCTV) ของผู้ประกอบการภาคการผลิตและการบริการที่ใช้แรงงานต่างด้าว 3 สัญชาติในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

ความต้องการในการติดตั้งระบบโทรทัศน์วงจรปิด

จากผลการศึกษา พบว่า คุณสมบัติของระบบโทรทัศน์วงจรปิดพึงมี และเป็นปัจจัยที่ใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อนั้น ควรจะประกอบไปด้วยคุณสมบัติและองค์ประกอบดังนี้ อุปกรณ์มีคุณภาพดี ใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ระบบมีความเสถียร ทำงานได้ตลอดเวลา ทนทาน สัญญาณไม่ขาดหาย ใช้งานง่าย บันทึกข้อมูลได้หลายรูปแบบ มีระบบการแจ้งเตือน มีระบบเครือข่ายที่ดี ให้สัมภาษณ์ว่ากล้องมีภาพชัดเจน มองเห็นในที่มืด สามารถแยกแยะบุคคลหรือตัวหนังสือ สี และใบหน้าได้ ซুমเข้า-ออกได้ บันทึกเสียงได้ ทนต่อสภาพอากาศ มีคุณสมบัติพิเศษ ใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ หรือปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligent – AI) มีการใช้งานคุณสมบัติ

พิเศษต่าง ๆ ได้ ราคาไม่แพง และบริการหลังการขายดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ รณภพ สวัสดิ์กิจ (2562) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านองค์กรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์กล้องโทรทัศน์วงจรปิดขององค์กรผู้วางระบบในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การที่จะตัดสินใจซื้อกล้องโทรทัศน์วงจรปิดนั้น จำเป็นต้องใช้การรับรู้ด้านภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ยิ่งผู้บริโภคมีความเข้าใจและพึงพอใจต่อภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ มากเท่าไรยิ่งมีผลต่อความสัมพันธ์ในการตัดสินใจมากขึ้นเท่านั้น

ด้านความต้องการเพิ่มจำนวนกล้องหรือเพิ่มประสิทธิภาพและงบประมาณ พบว่า ต้องการเพิ่มจำนวนกล้อง และเพิ่มประสิทธิภาพของระบบ ด้วยการประยุกต์ใช้พีเจอาร์ใหม่ ๆ กล้องที่ใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ไกรพล ดีแก้ว (2562) ศึกษาเรื่องบทบาทของกล้องโทรทัศน์วงจรปิด (CCTV) ในการป้องกันการเกิดอาชญากรรม ในความผิดเกี่ยวกับทรัพย์สินศึกษาถนนข้าวสาร พบว่า การวางนโยบายจัดสรรงบประมาณ และติดตั้งกล้องโทรทัศน์วงจรปิดควรนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 3. เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาระบบโทรทัศน์วงจรปิด CCTV ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการภาคการผลิตและบริการที่จ้างงานต่างด้าว 3 สัญชาติในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

ข้อเสนอแนะโดยส่วนใหญ่เป็นเรื่องการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ใช้ปัญญาประดิษฐ์ช่วยในการทำงานให้มากขึ้น และคุณสมบัติพิเศษ เช่น การจับความเคลื่อนไหว การจดจำใบหน้า การจดจำทะเบียนรถ และตรวจจับโลหะ เป็นต้น ควรอัปเดตโปรแกรมควบคุมการทำงานของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Firmware) เพื่ออัปเดตพีเจอาร์ใหม่ ๆ ฟังก์ชันใหม่ ๆ เพื่อให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา ข้อเสนอแนะรองลงมา คือ เรื่องระบบปฏิบัติการและความเสถียร ควรใช้ระบบดิจิทัล และควรใช้ระบบที่มีความเสถียร ใช้กล้องแบบบันทึกบนคลาวด์โดยไม่ผ่านเครื่องบันทึก โดยที่สามารถติดตั้งแยกส่วนจัดการให้ใช้งานบนอินเทอร์เน็ตได้ ซึ่งสามารถเรียกดูได้จากทุกที่ ควรแยกเครื่องบันทึกไว้ต่างสถานที่กันเพื่อป้องกันการจารกรรมข้อมูล ให้ข้อเสนอแนะเรื่องความสะดวกในการติดตั้ง ว่า ควรออกแบบกล้องมีหลายขนาดให้เลือก เพื่อให้ง่ายต่อการติดตั้ง

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้จำหน่ายและติดตั้งระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด

1. ปัญหาเรื่องค่าบริการล่าช้า ดังนั้นผู้จัดจำหน่ายควรมีการบริหารจัดการเรื่องเวลาในการให้บริการที่รวดเร็ว โดยอาจนำเสนอบริการในรูปแบบสัญญาบริการระยะยาว พร้อมสำรองอะไหล่สำคัญ
2. ปัญหาเรื่องไฟฟ้าดับ ไฟฟ้าตก ดังนั้นผู้จัดจำหน่ายควรนำเสนอมาตรการรองรับ กรณีไฟฟ้าดับหรือไฟฟ้าตก เพื่อไม่ให้ระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิดดับลง เช่น ระบบบันทึกหลัก และสวิตช์ หลักควรมีเครื่องสำรองไฟเพื่อสำรองไฟในระยะเวลาหนึ่ง ทั้งนี้เพื่อป้องกันความเสียหายต่ออุปกรณ์
3. ปัญหาเรื่องคุณภาพสินค้าเสื่อมสภาพเร็ว ชำรุด ดังนั้นผู้จัดจำหน่ายควรนำเสนอสินค้าที่ได้รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมของไทย หรือ มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมของต่างประเทศ
4. ปัญหาความไม่เสถียรของระบบ เนื่องจากความไม่เสถียรของระบบนั้นมีหลายองค์ประกอบ ดังนั้นผู้จัดจำหน่ายควรออกแบบ และมีการคำนวณปริมาณการใช้งานของระบบให้แก่ผู้ซื้อ เช่น คำนวณระยะสายสัญญาณ คำนวณการปริมาณการใช้ไฟฟ้า คำนวณการแสดงผลของภาพ และระบบการบันทึกข้อมูล
5. ปัญหาเรื่องการใช้งานยาก ดังนั้นผู้จัดจำหน่ายควรจัดทำคู่มือการใช้งาน การตั้งค่า วิธีการแก้ปัญหาเบื้องต้น และอบรมวิธีการใช้งานแก่ผู้ซื้อและผู้เกี่ยวข้อง

6. ปัญหาเรื่องภัยธรรมชาติ เช่นฟ้าผ่า ผู้จัดจำหน่ายควรแนะนำมาตรการป้องกันกระแสไฟฟ้าจากฟ้าผ่า เพื่อลดความเสียหายจากฟ้าผ่า เช่นการติดตั้งอุปกรณ์ป้องกันไฟกระชากที่ตัวกล่อง เครื่องบันทึก และสวิตช์ขับ และติดตั้งหลักดินสำหรับกล่องภายนอกอาคารหรือบริเวณที่มีความเสี่ยงต่อฟ้าผ่า

7. ผู้จัดจำหน่ายควรคัดเลือกสินค้าโดยพิจารณาคุณสมบัติของกล่องและระบบตามที่คุณต้องการ และนำเสนอสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligent – AI) ใช้งานคุณสมบัติพิเศษต่าง ๆ ที่สามารถสนับสนุนงาน หรือเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำงานในสถานประกอบการ โดยนำเสนอข้อมูลเชิงลึกทางเทคนิคของแต่ละผลิตภัณฑ์ เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ ความคุ้มค่า และประโยชน์ที่จะได้รับ

8. คุณสมบัติขั้นต่ำของระบบบันทึกกล่องโทรทัศน์วงจรปิด และกล่องโทรทัศน์วงจรปิดที่ผู้จัดจำหน่ายควรนำเสนอต่อผู้ซื้อประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

ระบบบันทึก ควรเป็นระบบดิจิทัล มีความสามารถบันทึกแบบซ้ำซ้อน (RAID) ที่ระดับ 0, 1, 5 และ 6 ได้ มีรับรองมาตรฐานด้านสุขภาพความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมของสหภาพยุโรป (CE - European Conformity) มาตรฐานด้านความปลอดภัยจากการใช้อุปกรณ์สื่อสาร (FCC - Federal Communications Commission) และมาตรฐานอุตสาหกรรมที่กำหนดการทำงานแบบข้ามแพลตฟอร์มหรือข้ามยี่ห้อ (ONVIF Profile S, G,T - Open Network Video Interface Forum) และ รองรับเทคโนโลยีการบีบอัดไฟล์ H.265 ขึ้นไป

กล่องโทรทัศน์วงจรปิด ควรมีความละเอียดของภาพที่ระดับ 2 ล้านเมกะพิกเซลขึ้นไป มีแสงอินฟราเรดสำหรับมองเห็นในที่มืดในระยะ 30 เมตรขึ้นไป รองรับเทคโนโลยีการบีบอัดไฟล์ H.265 ขึ้นไป รองรับเทคโนโลยีการถ่ายภาพย้อนแสง (WDR - Wide Dynamic Range) ที่ระดับ 120 dB ขึ้นไป สามารถปรับระยะเลนส์หรือทางยาวโฟกัสด้วยมอเตอร์ได้ โดยปรับผ่านเมนูของเครื่องบันทึกหรือแอปพลิเคชัน และได้รับรองมาตรฐานมาตรฐานการป้องกันฝุ่นและน้ำ (IP Standard) ไม่น้อยกว่าระดับ IP67 ที่สามารถป้องกันฝุ่นได้สมบูรณ์และมีความสามารถที่จะป้องกันการแทรกซึมของน้ำจากการแช่ตัวอุปกรณ์ในน้ำได้ถึงความลึกสูงสุด 1 เมตรเป็นระยะเวลาสูงสุด 30 นาที

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ต้องการติดตั้งระบบกล่องโทรทัศน์วงจรปิด

1. ปัญหาด้านความปลอดภัยและอาชญากรรม ผู้ซื้อควรหาความรู้และจัดทำประเมินความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ของสถานประกอบการ รวมถึงกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับระบบโทรทัศน์วงจรปิด

2. ปัญหาเรื่องบริการซ่อมบำรุงล่าช้า ไม่มีผู้รับผิดชอบดูแลระบบ ขาดการจัดการที่ดี ขาดการตรวจสอบสม่ำเสมอ ผู้ซื้อควรพิจารณากำหนดผู้รับผิดชอบ และหน้าที่รับผิดชอบในการดูแลระบบ และควรพิจารณาการบริการซ่อมบำรุงในรูปแบบสัญญาบริการระยะยาว เพื่อให้ผู้รับเหมาสำรองอะไหล่สำคัญ ๆ เช่น ตัวกล่อง หรือเครื่องบันทึกข้อมูล เป็นต้น

3. ปัญหาเรื่องไฟฟ้าดับ ไฟฟ้าตก ผู้ซื้อพิจารณามาตรการรองรับ กรณีไฟฟ้าดับ หรือไฟฟ้าตก เพื่อให้ระบบกล่องโทรทัศน์วงจรปิดดับลง หรือได้รับความเสียหาย เช่น ควรมีเครื่องสำรองไฟ เพื่อสำรองไฟในระยะเวลาหนึ่ง

4. ปัญหาเรื่องคุณภาพสินค้าเสื่อมสภาพเร็ว ชำรุด ผู้ซื้อควรพิจารณาสินค้าที่ได้รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมของไทย และมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมของต่างประเทศ

5. ปัญหาความไม่เสถียรของระบบ ผู้ซื้อควรให้ผู้จัดจำหน่ายสินค้า ออกแบบ และคำนวณปริมาณการใช้งานของระบบให้แก่ผู้ซื้อ เพื่อประกอบการพิจารณา เช่นคำนวณระยะสายสัญญาณ คำนวณการปริมาณการใช้ไฟฟ้า คำนวณการแสดงผลของภาพ และระบบการบันทึกข้อมูล

6. ปัญหาเรื่องการใช้งานยาก ผู้ซื้อควรกำหนดเงื่อนไขในการส่งมอบงาน โดยให้ผู้จัดจำหน่ายจัดทำคู่มือการใช้งาน การตั้งค่า วิธีการแก้ปัญหาเบื้องต้น และอบรมวิธีการใช้งานให้แก่ผู้ซื้อก่อนส่งมอบงาน

7. ปัญหาเรื่องภัยธรรมชาติ เช่นฟ้าผ่า ผู้ซื้อควรพิจารณาจากความเสี่ยงของสถานประกอบการของตน และให้ผู้จัดจำหน่ายแนะนำมาตรการป้องกันกระแสไฟฟ้าจากฟ้าผ่า เช่น การติดตั้งอุปกรณ์ป้องกันไฟกระชากที่ตัวกล้อง เครื่องบันทึก สวิตช์ฮับ และติดตั้งหลักดิน

9. ผู้ซื้อควรขอเอกสารยืนยันคุณสมบัติพิเศษหรือลักษณะของกล้องและระบบต่าง ๆ เพื่อตรวจสอบคุณสมบัติที่ถูกต้อง และควรมีการทดลองใช้งานคุณสมบัติพิเศษต่าง ๆ ก่อนส่งมอบงานทุกครั้ง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรเก็บข้อมูลผู้ประกอบการที่ต้องการใช้กล้องโทรทัศน์วงจรปิดนอกเหนือจากผู้ประกอบการเขต EEC เพื่อให้ได้ข้อมูลครอบคลุมผู้ที่มีความต้องการใช้กล้องโทรทัศน์วงจรปิด โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก

2. ควรเก็บข้อมูลกับบริษัทผู้ผลิตกล้องโทรทัศน์วงจรปิด เพราะจะได้รายละเอียดในเรื่องของเทคโนโลยีการผลิตกล้องโทรทัศน์วงจรปิด โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก

3. ควรมีข้อมูลสรุปข้อมูลเปรียบเทียบภาคการผลิตและภาคการบริกา ซึ่งอาจนำไปสู่ข้อค้นพบหรือประเด็นที่น่าสนใจ

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กองข้อมูลธุรกิจ. (2565). ข้อมูลธุรกิจในพื้นที่การพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก. สืบค้นจาก

https://www.dbd.go.th/download/article/article_20230125144446.pdf

กิตติชนทัต เลอวงค์รัตน์, ปัทมน์ วสุธวัช, ก้องปิติ อ่อนมาก, และอนิษา เลิศโตมรสกุล. (2562). การพัฒนาประสิทธิภาพในการนำเทคโนโลยีกล้องโทรทัศน์วงจรปิด (CCTV) มาใช้ในการสนับสนุนการบริหารงานของสถานีตำรวจของกองบัญชาการตำรวจนครบาล. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.

ไกรพล ดีแก้ว. (2562). บทบาทของกล้องโทรทัศน์วงจรปิด (CCTV) ในการป้องกันการเกิดอาชญากรรม ในความผิดเกี่ยวกับทรัพย์ กรณีศึกษาถนนข้าวสาร มหาวิทยาลัยรังสิต. ใน งานประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต ประจำปีการศึกษา 2562. Doi: 10.14458/RSU.res.2019.337
ภาณุเดช ทิพย์อักษร, อรรถพล วิเวก และอนุพงศ์ ไพโรจน์. (2565). การประยุกต์ใช้งานแอปพลิเคชันปัญญาประดิษฐ์ร่วมกับอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่งบนคลาวด์ในอาคารอัจฉริยะ. วารสารวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา, 7(1), 52-61.

มติชนออนไลน์. (2565, 5 เมษายน). กล้องตรวจจับความร้อนเครื่องจักร เครื่องมือสำคัญเพื่อความปลอดภัย. ธรณภพ สวัสดิ์กิจ. (2562). ปัจจัยด้านองค์กรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์กล้องโทรทัศน์วงจรปิดขององค์กรผู้วางระบบในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).

- สถาบันส่งเสริมความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน. (2562). *เสริมความแข็งแกร่งพื้นที่ EEC งานความปลอดภัย-อาชีวอนามัยสู่ภาคตะวันออก*. สืบค้นจาก <https://osh8.labour.go.th/2015-12-03-04-55-08/778-24-05-2562>
- สำนักงานกองทุนเงินทดแทน สำนักงานประกันสังคม. (2564). *สถานการณ์การประสบอันตรายหรือเจ็บป่วยเนื่องจากการทำงาน ปี 2560 - 2564*. สืบค้นจาก https://www.sso.go.th/wpr/assets/upload/files_storage/sso_th/84b88f068b29c808bf3efe3302802234.pdf
- สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ. (2565). *ระบบตรวจจับบุคคลที่อำพรางอาวุธปืนผ่านกล้องวงจรปิด*. สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/223544917771088/posts/4584281405030729/>
- สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก. (2565). *แผนยุทธศาสตร์-แผนปฏิบัติงาน สกพอ. ประจำปี 2565*. สืบค้นจาก <https://www.eeco.or.th/th/filedownload/3165/dc3622708d6082623039d62ba35aa187.pdf>
- สำนักบริหารแรงงานต่างด้าว. (2566b). *สถิติจำนวนต่างด้าวที่ได้รับอนุญาตทำงานคงเหลือทั่วราชอาณาจักร. กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน*. สืบค้นจาก https://www.doe.go.th/prd/assets/upload/files/alien_th/48aa60a778337340d07056333874a48d.pdf
- Cho H, Lee K, Choi N, Kim S, Lee J, & Yang S. (2022). Online Safety Zone Estimation and Violation Detection for Nonstationary Objects in Workplaces. *IEEE*, 10, 39769-39781.
- Green, J. & Thorogood, N. (2009). *Qualitative methods for health research* (2nd ed.). Thousand Oak, CA: Sage.
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough?: An experiment with data saturation and variability. *Field Methods*, 18(11), 59-82.
- Paola C, Filippo M, & Marco A. (2016). Video surveillance systems to enhance occupational safety: A case study. *Safety Science*, 84, 140-148.
- Rovinelli, R.J. and Hambleton, R.K. (1977). On the Use of Content Specialists in the Assessment of Criterion-Referenced Test Item Validity. *Tijdschrift Voor Onderwijs Research*, 2 (2), 49-60.

แนวคิด BCG เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน กรณีเสื้อผ้าจากเศษผ้าในตลาดไทย

กุลวดี ลิ้มอุสันโน¹ อุตินัย์ สาแม² รพีพรรณ เตชะพัฒนสกุล³ และภัสสวดี ศุภผลกุลนันท์⁴

^{1,2,4} คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

³ นักวิชาการอิสระ

*Corresponding author e-mail: kulwadee.l@psu.ac.th

วันที่รับบทความ (Received) 2 พฤษภาคม 2567

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 24 พฤษภาคม 2567

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 19 มิถุนายน 2567

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับของการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าที่ทำจากเศษผ้า และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าที่ทำจากเศษผ้า เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ซื้อเสื้อผ้าที่ทำจากเศษผ้า 152 คน การวิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าเฉลี่ย ค่า SD และสถิติที่ใช้พิสูจน์สมมติฐาน ได้แก่ t-test ผลการวิจัย พบว่า การตัดสินใจซื้อทั้ง 5 ขั้นตอนอยู่ในระดับมาก เพศชายมีการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าที่ทำจากเศษผ้าเร็วกว่าเพศหญิง ส่วนอายุและภูมิลำเนาไม่แตกต่างกัน งานวิจัยนี้มีประโยชน์สามารถนำไปวางแผนการผลิตที่ควรทำเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่แต่ละแห่งแตกต่างกันไป และนำไปขยายผลทางการผลิต ตลาดที่เน้นเสื้อผ้าเพศชายมากกว่าเพศหญิง เพื่อสนับสนุนแนวคิด BCG เศรษฐกิจสร้างสรรค์

คำสำคัญ: BCG เศษผ้า การสร้างมูลค่าเพิ่ม เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เสื้อผ้าจากเศษผ้า

BCG MODEL FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT: THE CASE OF CLOTHES FROM RAGS IN THE THAI MARKET.

Kulwadee Lim-u-sanno^{1*} Husnee Samae² Rapeepun Tachapatanasakul³ Laphassawat Subphonkalan⁴

^{1,2,4} Faculty of Management Sciences, Prince of Songkla University

³Independent Scholar

Abstract

This research aims to study the level of decision-making in purchasing clothing made from fabric scraps and to investigate and compare the personal factors influencing the decision to purchase clothing made from fabric scraps. This research is quantitative research. The sample group consists of 152 clothing buyers who purchase clothing made from fabric scraps. The research utilizes inferential statistics including mean, standard deviation (SD), and hypothesis testing statistics such as t-test. The research findings indicate that the decision-making process in all five steps is at a high level. Males make decisions to purchase clothing made from fabric scraps faster than females, while age and residency do not differ significantly. This research is beneficial for guiding production planning tailored to the unique characteristics of each area and for expanding production outcomes in markets that predominantly target male clothing, supporting the BCG (Bio Circular Green Economy) concept of creative economy

Keywords: BCG, Fabric Scraps, Value Addition, Creative Economy, Clothing from Fabric Scraps

ความสำคัญและที่มาของงานวิจัย

จากการรณรงค์ของโลก รวมทั้งประเทศไทยที่ส่งเสริมให้มีการนำ BCG Economy หรือ Bio-Circular-Green Economy หรือการพัฒนาเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว ผู้คนยอมรับว่าระบบเศรษฐกิจของโลกอย่างที่เป็นอยู่ที่น่ามาซึ่งความมั่งคั่งของนานาประเทศนั้น มาจากการขุดรื้อทรัพยากรธรรมชาติไปใช้อย่างสิ้นเปลือง อันเป็นผลทำให้ 1 ใน 3 ของผืนดินเสื่อมโทรมอย่างหนัก เกิดการสูญเสียพื้นที่ป่าไม้อย่างมหาศาล สัตว์กว่า 1 ล้านสปีชีส์อยู่ในจุดเสี่ยงของการสูญพันธุ์ เกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติที่เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ประเทศไทยโดยคณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบให้ ‘โมเดลเศรษฐกิจ BCG’ หรือการพัฒนาเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว (Bio-Circular-Green Economy Model) เป็น ‘วาระแห่งชาติ’ ที่จะพาไทยไปสู่เป้าหมายของการเป็นประเทศที่มีรายได้สูงและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) (ศูนย์วิจัยและสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน, 2565) เป็นแนวคิดยกระดับ 4 อุตสาหกรรม ได้แก่ 1) เกษตรและอาหาร 2) พลังงานและวัสดุ 3) สุขภาพและการแพทย์ 4) การท่องเที่ยวและบริหาร ภายใต้การปฏิบัติ 1) ทำให้ของเสียเป็นศูนย์ 2) หมุนเวียนนำกลับมาใช้ใหม่ 3) ใช้ผลิตภัณฑ์เต็มวงจรชีวิต 4) ใช้ Cross-Outputing Technology-Digital Technology และจะมีผลต่อการลดความสูญเสียของพลังงาน รักษาสภาพภูมิอากาศจากก๊าซเสียได้ (สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์วิจัย และนวัตกรรมแห่งชาติ, 2566)

แนวคิดในการยกระดับ 4 อุตสาหกรรมของประเทศไทย ทำให้เกิดการยอมรับและลงมือดำเนินการ เช่น ผลิตภัณฑ์จากยางพาราไทย ผลิตภัณฑ์ไบโเมทานอลจากก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากอุตสาหกรรมถ่านหิน ก๊าซไฮโดรเจน มีเทน และกลีเซอรอลดีน ผลิตภัณฑ์เหลือทิ้งจากวัสดุทางการเกษตร เช่น กระถางปลูกพืช ฟันฟูกปลูกพืชมองไข่เน่าให้ปลูกได้ทั้งปี (สุวดี เหมือนอัน, 2565)

ในอุตสาหกรรมที่มีการรณรงค์ และการผลิตสินค้าออกมาใช้ภายใต้โมเดล BCG เป็นที่สนใจ ได้แก่ 1) เชื้อเพลิงชีวภาพจากของเสีย และวัสดุเหลือใช้ทั้งชุมชน และอุตสาหกรรมที่ไม่อันตราย 2) การนำ RDF (Refuse Derived Fuel) มาเข้ากระบวนการกลั่นเป็นน้ำมัน 3) น้ำมันเชื้อเพลิงสังเคราะห์จากขยะ 4) เชื้อเพลิงอากาศยานที่ผลิตจากทรัพยากรชีวภาพ 5) ชีวมวลอัดแท่ง 6) ผลิตภัณฑ์ไบโแมสที่เป็นของเหลว 7) ผลิตภัณฑ์ชีวภาพ 8) ผลิตภัณฑ์ไฮโดรเจนจากก๊าซชีวภาพ 9) ผลิตภัณฑ์ Hydro Thermal Treatment 10) การจัดการซากผลิตภัณฑ์ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ (สุธรรม ปทุมสวัสดิ์, 2566)

สำหรับการนำของเก่ากลับมาใช้ใหม่ที่กำลังเป็นที่นิยมอีกชนิดหนึ่ง ได้แก่ การนำเศษผ้ามาตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าใส่ ซึ่งมีมูลค่าตลาดทั่วโลกถึง 5.8 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา ในปี พ.ศ. 2565 และจะมีมูลค่าสูงขึ้น ใน พ.ศ. 2575 คาดว่ามูลค่าตลาดเศษผ้ามาตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าใส่ของโลกจะอยู่ที่ 1.6 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา (พูนพงษ์ นัยนาภากรณ์, 2566) และเมื่อมาพิจารณาถึงประเทศไทยจากข้อมูลประเทศไทยจะมีเศษผ้าที่ทำลายระบบนิเวศ ปัญหาสารพิษ มลพิษทางน้ำ อากาศ ขยะมูลฝอย ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อสิ่งมีชีวิต (สำนักงานสิ่งแวดล้อมและควบคุมมลพิษ ที่ 13 ชลบุรี, 2561) ในปี พ.ศ. 2567 พบว่า เริ่มมีการทำการผลิตเสื้อผ้าจากเศษผ้านำกลับมาใช้ใหม่ และหากทำการขยายการผลิตเพิ่มขึ้น จะทำให้เศษผ้าลดลง ทำลายสภาพแวดล้อมลดลง ชำลาง แต่เมื่อผลิตแล้วจำเป็นต้องศึกษาการตลาดถึงความต้องการของคนที่ซื้อเสื้อผ้าที่ผลิตจากเศษผ้า ให้เกิดความสมดุลของปริมาณการผลิต และความต้องการอุปโภค ต่อไป

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตอบสนองต่อความต้องการของตลาดโดยมุ่งประเด็นที่ระดับการตัดสินใจซื้อในแต่ละชั้นภายใต้กระบวนการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าที่ผลิตจากเศษผ้า
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความหลากหลายของปัจจัยส่วนบุคคลตามความต้องการของตลาดกับการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าที่ตัดเย็บจากเศษผ้า

สมมติฐานของงานวิจัย

1. การตอบสนองต่อความต้องการของตลาดโดยมุ่งประเด็นที่ระดับการตัดสินใจซื้อในแต่ละชั้นภายใต้กระบวนการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าที่ผลิตจากเศษผ้าแตกต่างกันทั้ง 5 ขั้นตอน ระดับการตัดสินใจซื้อซ้ำอยู่ในระดับมาก
2. ความหลากหลายของปัจจัยส่วนบุคคลตามความต้องการของตลาดส่งผลกระทบต่อระดับการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าที่ตัดเย็บจากเศษผ้า

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. รัฐได้ทราบแนวทางการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมให้ความรู้แก่ประชาชนในเรื่องแฟชั่นหมุนเวียน เพื่อให้ผู้บริโภค ตระหนักและเห็นความจำเป็นของการใช้เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
2. รัฐได้ทราบแนวทางการสนับสนุนกระบวนการผลิตของผู้ประกอบให้ได้มาตรฐานสากล และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งหาแนวทางและการขับเคลื่อนโดยการส่งเสริมและพัฒนานวัตกรรม ใหม่ ๆ เพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนต่อไป
3. ผู้ประกอบการได้ทราบแนวทางปรับปรุงระบบและกระบวนการผลิต โดยใช้เทคโนโลยีเครื่องจักร เครื่องมือ และอุปกรณ์ในการทำงานที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้ได้ทรัพยากรที่มีคุณภาพ และการนำกลับมาใช้ใหม่ให้เกิด ประโยชน์ คุ่มค่า และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
4. ผู้บริโภคมีความคิดและทัศนคติต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นหมุนเวียน และให้ความสำคัญกับเรื่องสิ่งแวดล้อม รวมถึงมีส่วนร่วมในการช่วยลดการปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สู่โลก เพื่อลดผลกระทบที่ก่อให้เกิดการทำลายสิ่งแวดล้อม

ทบทวนวรรณกรรม

เสื้อผ้าที่ตัดเย็บด้วยเศษผ้า

เศษผ้าในโรงงานอุตสาหกรรมประเทศไทย แบ่งเป็นผ้าคอตตอนที่เกิดจากการผลิตเสื้อยืด ถุงมือ ผ้าคอตตอนทีซี ที่เกิดจากการนำไปตัดเย็บเสื้อคอกลม เสื้อกล้าม ถุงมือผ้า ผ้าโพลีเอสเตอร์นำไปตัดชุดกีฬา ถุงมือผ้าโพลี ผ้าजूติที่เกิดจากการนำไปตัดเย็บเสื้อคอปก ผ้าลาโครสนำไปนำไปตัดเสื้อคอปก ผ้าดิบที่เกิดจากการนำไปตัดเย็บกระเป๋ รองเท้า เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม เศษผ้าเหล่านี้นี้จะนำไปใช้ตัดเย็บเสื้อผ้า ควรมีขนาดใหญ่ ด้วยจะเย็บง่าย (บริษัท เอ.เจ.โอ กลัฟส์ จำกัด, 2563) สอดคล้องกับงานวิจัยของชาลินี สุวรรณวัฒน์ (2560) วิจัยพบว่า เศษผ้าสามารถนำไปตัดเย็บเสื้อผ้าชุดราตรี ชุดจิมสูท ชุดงานเลี้ยงค็อกเทล ได้สวยงาม และมีข้อมูลเพิ่มเติมว่าหากนำเศษผ้ามาผลิตเป็นเสื้อผ้าได้ ทั้งหมดจะเทียบเท่าการปลูกป่า จำนวน 50,000 ต้น (สุคนธ์ทิพย์ ชัยสายัณห์, 2566)



ภาพที่ 1 Textile Recycling

ผู้วิจัยถ่ายภาพสินค้าจริงเมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2567

เสื้อผ้าที่ตัดเย็บด้วยเศษผ้ากับตลาดในประเทศไทย และตลาดต่างประเทศ

ตลาดเสื้อผ้าที่ตัดเย็บจากเศษผ้าในประเทศไทย ในสถานการณ์ปัจจุบัน ตลาดเสื้อผ้าที่ตัดเย็บจากเศษผ้าในประเทศไทยเริ่มเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีใจเรื่องสิ่งแวดล้อม แบรนด์ไทยบางแบรนด์เริ่มหันมาใช้เศษผ้าในการผลิตสินค้า เพื่อสร้างเอกลักษณ์และลดการสร้างของเสีย ตัวอย่างแบรนด์ของไทย อาทิเช่น Circular Fashion ที่มีการใช้เศษผ้าและวัสดุเหลือใช้ในการผลิตสินค้าแฟชั่น เป็นต้น (ประอรพิทักษ์วัฒนา, 2566)

ตลาดเสื้อผ้าที่ตัดเย็บจากเศษผ้าในต่างประเทศ ซึ่งแนวโน้มทั่วโลก ตลาดเสื้อผ้าที่ตัดเย็บจากเศษผ้าในระดับโลกมีการเติบโตอย่างมาก โดยเฉพาะในประเทศแถบยุโรปและอเมริกาเหนือ ในหลายบริษัทใหญ่ ๆ อาทิเช่น Patagonia และ H&M เริ่มมีการผลิตเสื้อผ้าที่มาจากเศษผ้าและวัสดุรีไซเคิล โดยการสนับสนุนจากรัฐบาลและองค์กรต่าง ๆ หลายประเทศมีนโยบายและมาตรการสนับสนุนการใช้วัสดุรีไซเคิลในอุตสาหกรรมแฟชั่น เช่น การให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีและการส่งเสริมการตลาด (H&M Group, 2021)

กระบวนการตัดสินใจซื้อ

กระบวนการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าที่ผลิตจากเศษผ้าได้ใช้แนวคิดการตัดสินใจซื้อของ Kotler (2003, pp. 200-209) 5 ขั้นตอน

1. การได้รับการกระตุ้นให้เกิดความต้องการ

2. แสวงหาข้อมูลเมื่อเกิดความต้องการซื้อ ก็จะแสวงหาข้อมูล
3. ประเมินทางเลือกเมื่อได้ข้อมูลเพียงพอ ก็จะตัดสินใจเลือกโดยมีเกณฑ์ที่ผู้ซื้อกำหนด
4. ตัดสินใจซื้อ
5. พฤติกรรมหลังการซื้อ

โดยนำมาใช้กับกระบวนการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าที่ทำจากเศษผ้า ได้ดังนี้

1. การกระตุ้นเพื่อให้เกิดความต้องการซื้อเสื้อผ้าจากเศษผ้า สิ่งที่มีกระตุ้น ได้แก่ สภาพแวดล้อมของโลกพบกับวิกฤตก๊าซเรือนกระจก การนำเศษผ้ากลับมาใช้ใหม่เป็นอีกช่องทางที่จะลดการใช้พลังงาน ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ ลดการใช้น้ำได้ โดยหันมาสนใจเรื่องการพัฒนาที่ยั่งยืนในรูปแบบ BCG ดังนั้น มีสื่อต่าง ๆ ที่กระตุ้นให้คนได้รับรู้ เช่น สุคนธ์ทิพย์ ชัยสายัณห์ (2566) สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรมแห่งชาติ (2566) ซึ่งจะถ่ายทอดออกมาถึง 1) ผลลัพธ์จากเศษผ้าจะช่วยลดภาวะโลกร้อนได้ 2) คนเราอาจจะมีประสบการณ์ที่ซื้อสินค้าจากเศษผ้ามาแล้ว 3) ในปี ๆ หนึ่งการตัดเสื้อผ้าใหม่ทำให้เกิดเศษผ้าขึ้นสูงมาก 4) คนที่จะซื้อเสื้อผ้าจากเศษผ้าจะต้องมีความสนใจเป็นพื้นฐานมาก่อน และชอบที่จะใส่เสื้อผารูปแบบใหม่ ๆ

2. การแสวงหาข้อมูล เมื่อเกิดความต้องการซื้อเสื้อผ้าที่ผลิตจากเศษผ้าแล้วจะเริ่มแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติม การแสวงหาข้อมูลจะแสวงหาข้อมูลจากสื่อดั้งเดิมคือการพูดคุย การดูแสดงสินค้า การอ่านข่าวสาร และจากสื่อสมัยใหม่ ซึ่ง ธนกร ศรีสุกใส (2565) ได้อธิบายไว้ว่าปัจจุบันสื่อที่ทำให้คนได้สามารถค้นหาข้อมูลได้มีทั้งสื่อเก่า และสื่อใหม่ ในสถานการณ์ต่าง ๆ และการรับรู้ข้อมูลจากสื่อเพื่อรู้เท่าทันสื่อข่าวจริงหรือข่าวปลอม ควรที่จะแสวงหาความรู้จากสื่อหลาย ๆ ชนิด เพื่อเกิดความสมดุลของข้อมูล

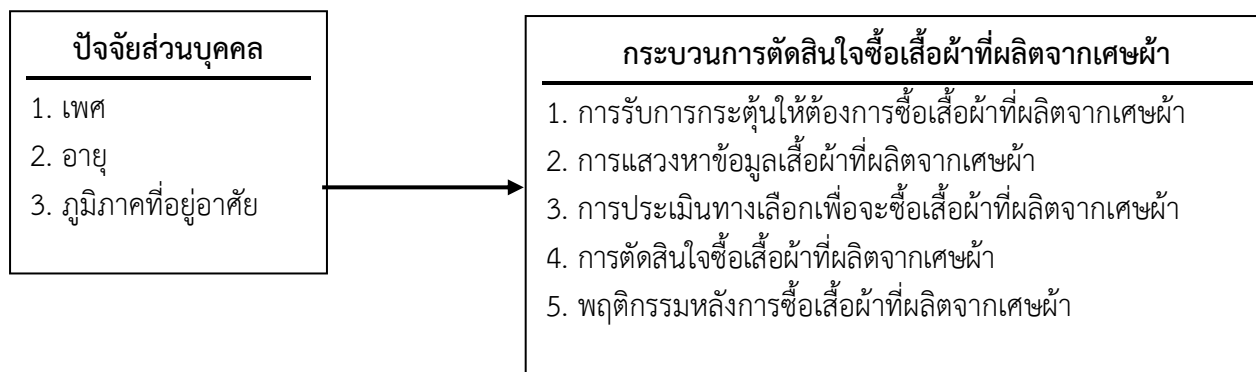
3. การประเมินทางเลือก เมื่อได้ข้อมูลที่แท้จริงของเสื้อผ้าจากเศษผ้าครบถ้วนถูกต้องจะมาถึงการประเมินทางเลือก จะมีการเปรียบเทียบข้อมูล ข้อดี ข้อเสีย แต่ละแบรนด์ คุณสมบัติ ราคา การบริการต่าง ๆ (อรชร มณีสงฆ์, 2555)

4. การตัดสินใจซื้อ เมื่อประเมินทางเลือกสำเร็จ ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจซื้อจะพิจารณาในหลาย ๆ ประเด็น เช่น ความชอบส่วนตัวในด้านต่าง ๆ ลด แลก แจก ขอบตามกระแส ผู้ขายเป็นมิตรน่าเชื่อถือ รับผิดชอบสินค้า อาจจะซื้อด้วยตัวเองหรือออนไลน์ และอาจจะซื้อใช้เองหรือเป็นของฝาก (ปิยมาภรณ์ ช่วยชูหนู, 2559)

5. พฤติกรรมหลังการซื้อ เมื่อผู้ซื้อซื้อสินค้าไปใช้หรือเป็นของฝาก จะมีพฤติกรรมต่างกันไป เช่น แต่ละคนจะมีพฤติกรรมแตกต่างกัน เช่น กลับมาซื้อซ้ำ ซื้อสะสม รูปแบบใหม่ ๆ ตรวจสอบแล้วหากสินค้าไม่ดี ส่งคืนติชมเพื่อการพัฒนา แนะนำบุคคลอื่น (Kotler, 2003)

ปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าที่ผลิตจากเศษผ้าด้วยเสื้อผ้าที่ผลิตจากเศษผ้า และการสอบถามขณะคนซื้อผ้าจะต้องไม่สอบถามเรื่องส่วนตัวมากเกินไป ซึ่งผู้วิจัยสนใจที่จะสอบถามเพียง เพศ อายุ และภูมิภาคที่อยู่อาศัยของผู้ตอบแบบสอบถาม สอดคล้องกับ กฤตินี พงษ์ธนเลิศ และคณะ (2560) ที่ศึกษาเฉพาะปัจจัยส่วนบุคคล เพศ ช่วงวัยในงานวิจัยเรื่องการศึกษาเพศ ช่วงวัย และรูปแบบการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคชาวไทย โดยมีความสนใจเพียง 2 ปัจจัยนี้

ขอบเขตของงานวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

การคำนวณกลุ่มตัวอย่าง

กรณีที่ ไม่ทราบจำนวนประชากร (บุญชม ศรีสะอาด, 2535, น.38) จะนิยมใช้ดังนี้

$$n = \frac{z^2 PQ}{e^2} \quad \text{เมื่อ}$$

n = จำนวนตัวอย่างที่ต้องการ

Z = คะแนนมาตรฐาน

P = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร

Q = 1 - P

e = ค่าคลาดเคลื่อนของการประมาณค่า

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.1 \times 0.9}{0.05^2} = 138.29 \quad \text{เมื่อ}$$

Z = ที่ระดับความมั่นใจ 95% = 1.96

P = 10% จะได้ $\frac{10}{100} = 0.1$

Q = 1 - 0.1 = 0.9

e = 0.05

วิจัยเชิงปริมาณ กำหนดประชากร ร้อยละ 10 ที่สนใจเสื้อผ้าที่ผลิตจากเศษผ้า โดยใช้สูตร ไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรของ Cochran ได้ตัวอย่าง 138 ตัวอย่าง แต่เพื่อความน่าเชื่อถือจึงเพิ่มจำนวนเป็น 152 ตัวอย่าง เก็บข้อมูลโดยวิธีส่งออนไลน์ไปยังร้านที่ขายเสื้อผ้าที่ผลิตจากเศษผ้าในระบบ Google Form เมื่อข้อมูลแบบสอบถามสมบูรณ์ครบ 152 คน ผู้วิจัยจะปิดระบบทันที โดยเก็บแบบบังเอิญ และผู้ตอบเต็มใจ โดยที่เจ้าของร้านเป็นผู้อ่านคำถาม และพิมพ์ข้อมูลให้ลูกค้า

เครื่องมือที่ใช้มี 2 ตอน ตอนที่ 1 แบบเลือกตอบโดยถามเพศ อายุ และภูมิภาคที่อยู่อาศัย ตอนที่ 2 เป็นระดับความสำคัญ โดยแบ่งเป็น 4 ระดับ ได้แก่ 4 เห็นด้วยมากที่สุด 3 เห็นด้วยมาก 2 เห็นด้วยน้อย 1 เห็นด้วยน้อยที่สุด โดยมีค่า 1.00-1.75 เห็นด้วยน้อยที่สุด 1.76-2.50 เห็นด้วยน้อย 2.51-3.25 เห็นด้วยมาก 3.26-4.00 เห็นด้วยมากที่สุด (Fowler, 2014)

และแต่ละช่วงแบ่งดังนี้ 1.00-1.75 เห็นด้วยน้อยที่สุด 1.76-2.50 เห็นด้วยน้อย 2.51-3.25 เห็นด้วยมาก 3.26-4.00 เห็นด้วยมากที่สุด โดยมีคำถาม 5 ตอน ตามกรอบแนวคิด ทั้งนี้ในการจัดทำคุณภาพเครื่องมือ

วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2567

ทุกข้อได้ค่าความเที่ยงตรงตามกรอบวัตถุประสงค์ 1.0 และเครื่องมือที่เป็นคำตอบแทนค่าระดับได้ค่าเฉลี่ย 0.9 ทุกข้อ

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ผลการศึกษา แสดงเพศผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	21	13.80
ชาย	131	86.20
รวม	152	100.00

จากตารางกลุ่มตัวอย่างที่ร่วมตอบแบบสอบถาม จำนวน 152 คน ครบตามจำนวนที่กำหนด แบบสอบถามสมบูรณ์ทุกข้อ ผู้หญิงตอบคำถาม ร้อยละ 13.8 ผู้ชาย ร้อยละ 86.2

ตารางที่ 2 แสดงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	10	6.57
20-30 ปี	111	73.03
31-40 ปี	20	13.16
สูงกว่า 40 ปี	11	7.24
รวม	152	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มที่ตอบมากที่สุดอยู่ในช่วงอายุ 20-30 ปี ร้อยละ 73.03

ตารางที่ 3 แสดงภูมิภาคที่อยู่อาศัย ของกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม

ภูมิภาค	จำนวน	ร้อยละ
ภาคกลาง	26	17.11
ภาคตะวันออก	10	6.58
ภาคเหนือ	8	5.25
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	7	4.61
ภาคใต้	101	66.45
รวม	152	100.00

จากตาราง ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคอยู่อาศัยสูงสุด ได้แก่ ภาคใต้ ร้อยละ 66.45

ตารางที่ 4 แสดงข้อมูลกระบวนการตัดสินใจซื้อในภาพรวม

กระบวนการตัดสินใจซื้อเฉพาะด้านที่ถูกรังสรรค์มูลค่าเพิ่ม	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ ความสำคัญ
ด้านความต้องการได้รับการกระตุ้นหรือการรับรู้ถึงความต้องการ (Need Arousal or Problem Recognition)	3.18	0.76	มาก
ด้านการแสวงหาข้อมูล (Information Search)	2.99	0.78	มาก
ด้านการประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives)	2.94	0.79	มาก
ด้านการตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision)	3.22	0.74	มาก
ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ (Post purchase Behavior)	3.13	0.76	มาก
รวม	3.09	0.77	มาก

จากตาราง กลุ่มตัวอย่างมีกระบวนการตัดสินใจซื้อในภาพรวมทุกขั้นตอน อยู่ที่ระดับ 3.09 (ระดับมาก) ค่า SD 0.77

ตารางที่ 5 แสดงข้อมูลกระบวนการตัดสินใจซื้อ ขั้นตอนที่ 1

ด้านความต้องการได้รับการกระตุ้นหรือการรับรู้ถึงความต้องการ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ ความสำคัญ
1. การใช้ผลิตภัณฑ์จากเศษผ้าจะช่วยลดภาวะโลกร้อนได้	3.46	0.69	มากที่สุด
2. รู้จักและมีประสบการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์จากเศษผ้ามาก่อน	3.02	0.79	มาก
3. ความต้องการเสื้อผ้าที่หลากหลายทำให้เกิดเศษผ้าอย่างมากมาย	3.40	0.66	มากที่สุด
4. ความชื่นชอบผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากเศษผ้า	3.39	0.66	มากที่สุด
5. ประสบการณ์ในการลงมือ Reuse เสื้อผ้ามาก่อน	2.66	0.92	มาก
6. ความรู้สึกต้องการเสื้อผ้าแบบใหม่อยู่ตลอดเวลา	3.13	0.83	มาก
รวม	3.180	0.76	มาก

จากตารางพบว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อ ขั้นที่ 1 การกระตุ้น หรือ การรับรู้ถึงความต้องการที่จะซื้อเสื้อผ้าที่ทำจากเศษผ้า ภาพรวมอยู่ในระดับ 3.18 (มาก) ค่า SD 0.76 ข้อย่อยที่มีระดับสูงสุด ได้แก่ รู้ว่าการใช้ผลิตภัณฑ์จากเศษผ้าจะช่วยลดภาวะโลกร้อนได้ ในระดับ 3.46 (มาก) ค่า SD 0.69

ตารางที่ 6 แสดงข้อมูลกระบวนการตัดสินใจซื้อ ขั้นตอนที่ 2

การแสวงหาข้อมูล (Information Search)	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ ความสำคัญ
1. การติดตามข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาการเปลี่ยนแปลงของ Fast Fashion	2.84	0.76	มาก
2. การค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าจากสื่อออนไลน์อื่น ๆ เช่น เฟสบุ๊ก อิน스타그램 ดิกด็อก	3.12	0.74	มาก
3. ได้รับคำบอกเล่าจากบุคคลใกล้ชิดเกี่ยวกับประสบการณ์การใช้ผลิตภัณฑ์จากเสื้อผ้า	3.18	0.72	มาก
4. สอบถามข้อมูลจากบุคคลใกล้ชิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากเสื้อผ้า	2.98	0.79	มาก
5. ค้นหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากเสื้อผ้า	2.84	0.78	มาก
6. เคยเห็นการจัดแสดงโชว์สินค้าผลิตภัณฑ์จากเสื้อผ้าในงานสำคัญต่าง ๆ เช่น Creative and Fashion Festival Craft Workshop ฯลฯ	2.98	0.92	มาก
รวม	2.99	0.78	มาก

จากตารางพบว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อ ขั้นที่ 2 การแสวงหาข้อมูล ภาพรวมอยู่ในระดับ 2.99 (มาก) ค่า SD 0.78 ข้อย่อยที่มีระดับสูงสุด ได้แก่ ได้รับคำบอกเล่าจากบุคคลใกล้ชิดเกี่ยวกับประสบการณ์การใช้ผลิตภัณฑ์จากเสื้อผ้า ระดับ 3.18 (มาก) ค่า SD 0.72

ตารางที่ 7 แสดงข้อมูลกระบวนการตัดสินใจซื้อ ขั้นตอนที่ 3

การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives)	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ ความสำคัญ
1. มีการเปรียบเทียบดีไซน์ก่อนสั่งซื้อสินค้า	2.91	0.81	มาก
2. มีการเปรียบเทียบนโยบายบริการหลังจากขายของร้าน	2.40	0.91	น้อย
3. เลือกสินค้าเพราะมีบุคคลที่สามให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	3.10	0.83	มาก
4. การเปรียบเทียบราคาสินค้าก่อนสั่งซื้อสินค้า	3.00	0.74	มาก
5. การเปรียบเทียบคุณภาพของผลิตภัณฑ์จากเสื้อผ้า	2.83	0.76	มาก
6. การเปรียบเทียบราคาสินค้าก่อนสั่งซื้อสินค้า	3.13	0.75	มาก
7. การเปรียบเทียบคุณภาพของผลิตภัณฑ์จากเสื้อผ้า	3.19	0.74	มาก
รวม	2.94	0.79	มาก

จากตารางพบว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อ ขั้นที่ 3 การประเมินทางเลือกภาพรวมอยู่ที่ระดับ 2.94 (มาก) ค่า SD 0.79 ข้อย่อยที่มีระดับสูงสุด ได้แก่ การเปรียบเทียบคุณภาพของผลิตภัณฑ์จากเสื้อผ้า อยู่ใน ระดับ 3.19 (มาก) ค่า SD 0.74

ตารางที่ 8 แสดงข้อมูลกระบวนการตัดสินใจซื้อ ขั้นตอนที่ 4

การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision)	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ ความสำคัญ
1. ตัดสินใจซื้อจากความชอบส่วนตัว	3.67	0.59	มากที่สุด
2. ตัดสินซื้อผลิตภัณฑ์ที่มาจากเสื้อผ้าจากกระแสนิยม	2.79	0.83	มาก
3. ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากความน่าเชื่อถือของผู้ขาย	3.31	0.66	มากที่สุด
4. ตัดสินใจซื้อจากรูปแบบของตัวผลิตภัณฑ์เสื้อผ้า	3.25	0.69	มาก
5. ตัดสินใจซื้อจากผู้ขายมีการรับประกันเมื่อสินค้าเสียหาย	3.35	0.73	มากที่สุด
6. ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อไปใช้เอง	3.50	0.69	มากที่สุด
7. ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ไปเป็นของฝาก	2.73	0.85	มาก
8. ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์มากกว่า 1 ชิ้น	3.23	0.72	มาก
9. ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ร้าน	3.14	0.79	มาก
10. ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทางออนไลน์	3.28	0.80	มากที่สุด
11. ตัดสินใจซื้อทางออนไลน์	3.24	0.83	มาก
12. ตัดสินใจซื้อที่ร้านด้วยตัวเอง	3.18	0.80	มาก
รวม	3.22	0.75	มาก

จากตารางพบว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อ ขั้นที่ 4 การตัดสินใจซื้อ ภาพรวมอยู่ที่ระดับ 3.22 (มาก) ค่า SD 0.75 ข้อย่อยที่มีระดับสูงสุด ได้แก่ การซื้อจากความชอบส่วนตัว ระดับ 3.67 (มากที่สุด) ค่า SSD 0.59

ตารางที่ 9 แสดงข้อมูลกระบวนการตัดสินใจซื้อ ขั้นตอนที่ 5

พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post purchase Behavior)	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ ความสำคัญ
1. หลังจากการซื้อสินค้า จะกลับมาซื้อสินค้าเดิมซ้ำอีก	3.20	0.71	มาก
2. จะรอซื้อ Collection อื่น ๆ ต่อไป	3.15	0.70	มาก
3. ต้องการสินค้าที่มีคุณภาพดี หากไม่ดีสามารถส่งคืน/ เปลี่ยนได้	3.36	0.73	มากที่สุด
4. การติชมหรือฟีดแบคเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเสื้อผ้า	3.27	0.70	มากที่สุด
5. หลังจากซื้อผลิตภัณฑ์จากเสื้อผ้า การจะแนะนำบุคคลอื่น ๆ ให้ซื้อผลิตภัณฑ์ด้วย	3.32	0.68	มากที่สุด
6. คืนสินค้าด้วยสินค้าไม่ตรงตามทีเลือก	3.14	0.81	มาก
7. คืนสินค้าด้วยใส่สักรักแล้วสินค้าขาดเสียหาย	2.24	1.09	น้อย
8. การบอกต่อให้คนอื่น ๆ มาซื้อด้วย	3.38	0.69	มากที่สุด
รวม	3.13	0.76	มาก

จากตารางพบว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อ ขั้นที่ 5 พฤติกรรมหลังการซื้อภาพรวมอยู่ที่ระดับ 3.13 (มาก) ค่า SD 0.76 ข้อย่อยที่มีระดับสูงสุด ได้แก่ จะบอกต่อให้คนอื่น ๆ มาซื้อด้วย ระดับ 3.38 (มากที่สุด) ค่า SD 0.69

ตารางที่ 10 พิสูจน์สมมติฐานที่ว่า เพศแตกต่างกันกระบวนการตัดสินใจซื้อแตกต่างกัน

ข้อมูลส่วนบุคคล	รวม	ค่าเฉลี่ย (SD)	t-test	P-value
เพศ			2.82	0.005 *
ชาย	131	3.1 (0.4)		
หญิง	21	2.9 (0.2)		

จากการพิสูจน์สมมติฐาน พบว่า เพศชายมีการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าที่ทำจากเศษผ้าได้เร็วกว่าเพศหญิง

ตารางที่ 11 สมมติฐานที่ว่า กลุ่มอายุแตกต่างกัน การตัดสินใจซื้อแตกต่างกัน

ข้อมูลส่วนบุคคล	รวม	ค่าเฉลี่ย (SD)	t-test	P-value
กลุ่มอายุ			1.05	0.297
ต่ำกว่า 20 - 30 ปี	121	3.1 (0.4)		
31 - สูงกว่า 41 ปี	31	3 (0.4)		

จากการพิสูจน์สมมติฐาน พบว่า กลุ่มอายุแตกต่างกัน การตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าที่ทำจากเศษผ้าไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 12 สมมติฐานที่ว่าคนที่อาศัยในภูมิภาคต่างกันการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าที่ทำจากเศษผ้าแตกต่างกัน

ข้อมูลส่วนบุคคล	รวม	ค่าเฉลี่ย (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน)	t-test	P-value
ภูมิภาค			0.87	0.388
ภาคอื่น ๆ	51	3.1 (0.4)		
ภาคใต้	101	3.1 (0.4)		

จากการพิสูจน์สมมติฐาน พบว่า คนที่อาศัยในภูมิภาคต่างกัน การตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าที่ทำจากเศษผ้าไม่แตกต่างกัน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาการตอบสนองต่อความต้องการของตลาดโดยมุ่งประเด็นที่ระดับการตัดสินใจซื้อในแต่ละชั้นภายใต้กระบวนการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าที่ผลิตจากเศษผ้า โดยที่สมมติฐานระบุว่า การตอบสนองต่อความต้องการของตลาดโดยมุ่งประเด็นที่ระดับการตัดสินใจซื้อในแต่ละชั้นภายใต้กระบวนการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าที่ผลิตจากเศษผ้าแตกต่างกันทั้ง 5 ขั้นตอน ระดับการตัดสินใจซื้อขึ้นอยู่กับมาก โดยที่พบว่าชั้นที่ 1 กระบวนการตัดสินใจซื้อเศษผ้ามือสอง ขั้นการกระตุ้นหรือการรับรู้ความต้องการซื้อที่ย่อยที่ระดับสูงสุด 3.46 SD 0.69 คือ เหตุผลที่ว่าผลิตภัณฑ์จากเศษผ้าช่วยลดโลกร้อนได้ สอดคล้องกับเป้าหมายสำคัญของแนวคิด BCG เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่ต้องการให้ประชาชนนำของเก่ากลับมาใช้ใหม่เพื่อลดการผลิตใหม่ที่จะปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ออกมาจำนวนมากทำให้เกิดก๊าซเรือนกระจกเป็นเหตุให้โลกร้อน (สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ และนวัตกรรมแห่งชาติ, 2566; สำนักงานสิ่งแวดล้อมและควบคุมมลพิษที่ 13 ชลบุรี, 2561) ชั้นที่ 2 กระบวนการตัดสินใจซื้อขั้นตอนที่ 2 มาจากคำบอกเล่าจากบุคคลใกล้ชิดสูงสุด ระดับ 3.18 (มาก) SD 0.72 สอดคล้องกับ ธนกร ศรีสุกใส (2565) ที่สรุปไว้ว่า ปัจจุบันความสำคัญของการสื่อสารข้อเท็จจริง นอกจากสื่อออนไลน์สมัยใหม่แล้ว สื่อเก่ายังมีความสำคัญ ในที่นี้สื่อเก่า เช่น การพูดคุยบอกต่อนั่นเอง ชั้นที่ 3 กระบวนการตัดสินใจซื้อขั้นที่ 3 การประเมินทางเลือก ข้อย่อยการเปรียบเทียบคุณภาพสินค้า มีระดับสูงสุด 3.19 (มาก) SD 0.74 สอดคล้องกับการเลือกพิจารณาสินค้าปกติทั่วไปที่คุณภาพสินค้าปัจจุบัน ผู้บริโภคจะดูว่าคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไปหรือไม่ แม้แต่เสื้อผ้าที่ทำจากเศษผ้าก็เช่นกัน ต้องมีคุณภาพคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย (เปรมยศ ประสมศักดิ์, 2563) ชั้นที่ 4 กระบวนการตัดสินใจซื้อขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจซื้อ ข้อย่อยที่มีระดับสูงสุด ได้แก่ ตัดสินใจจากความชอบส่วนตัว ระดับ 3.67 (มากที่สุด) SD 0.59 นั้นย่อมแสดงให้เห็นว่า เสื้อผ้าที่ทำจากเศษผ้าปัจจุบันเป็นของใช้ส่วนตัวของผู้ซื้อมากกว่าของฝาก หรือของขวัญ สอดคล้องกับ เบญญดา จงปราณี (2563) ที่วิจัยพบว่า การเน้นการสร้างข้อมูลลงไปบนตัวสินค้าทำให้มีความน่าสนใจที่สามารถสะท้อนเรื่องราวในอดีตของสถานที่นั้น ๆ ของฝากจะต้องมีแหล่งกำเนิดในสถานที่ท่องเที่ยว เมื่อเอ่ยถึงจะต้องรู้ว่ามาจากไหน ดังนั้นเสื้อผ้าทำจากเศษผ้า หากจะให้การตลาดไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ซื้อเป็นของฝาก เศษผ้าที่ใช้ทำเสื้อผ้าควรจะเป็นเศษผ้าในแหล่งเสื้อผ้าที่มีชื่อเสียงเป็นแหล่งที่มีใช้เศษผ้าทั่วไป ชั้นที่ 5 กระบวนการตัดสินใจซื้อ ขั้นที่ 5 การตัดสินใจซื้อขั้นพฤติกรรมหลังการซื้อ ข้อย่อยที่มี

ระดับสูงสุด คือ จะบอกต่อให้คนอื่น ๆ มาซื้อด้วย สอดคล้องกับ ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อข้อที่ 2 ที่มีข้อย่อยที่ได้มีระดับสูงสุด คือ การตัดสินใจซื้อจากบุคคลใกล้ชิดบอกต่อ (ตารางที่ 6 แสดงข้อมูลกระบวนการตัดสินใจซื้อ ชั้นที่ 2)

สำหรับวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความหลากหลายของปัจจัยส่วนบุคคลตามความต้องการของตลาดกับการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าที่ตัดเย็บจากเศษผ้า พบว่า เพศชายมีการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าที่ทำจากเศษผ้าได้เร็วกว่าเพศหญิง สอดคล้องกับ เกษม พิพัฒน์เสรีธรรม (2561) กล่าวว่า ผู้ชายแตกต่างกันกับผู้หญิงในส่วนของสมอง ทางกายภาพศาสตร์ผู้หญิงมีทางเชื่อมที่เรียกว่า Corpus Callosum เชื่อมสมองทั้งสองด้านคือด้านซ้ายที่ใช้ในการคิด วิเคราะห์ และสมองด้านขวาที่ใช้ในการจินตนาการ ศิลป์ เพราะฉะนั้นผู้หญิงจึงใช้เวลาในการตัดสินใจชื้อนานกว่าผู้ชาย ซึ่งใช้สมองด้านซ้ายล้วน ๆ ในการตัดสินใจซื้อ ผู้ชายส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าเมื่อมีความต้องการหรือจำเป็น และมักไม่ชอบไปเดินเล่นช้อปปิ้ง ถ้าต้องการซื้อสินค้าอะไรจะไปซื้อให้เสร็จ ๆ ไปเหมือนเป็นภารกิจ ส่วนปัจจัยด้านอายุ และภูมิฐานะไม่มีความแตกต่าง สอดคล้องกับ จิรนนท์ วุฒิพรภัทร และคณะ (2562) ที่พบว่า คนอายุต่ำกว่า 46 ปี การซื้อสินค้ามือสองไม่แตกต่างกัน แต่ถ้าอายุ 46 ปีขึ้นไป ก็จะซื้อมากขึ้นและการวิจัยเสื้อผ้าที่ผลิตจากเศษผ้าครั้งนี้ มีผู้ตอบอายุสูงกว่า 40 ปี เพียง 11 คน จาก 152 คน ผลออกมาอายุจึงไม่แตกต่างในการตัดสินใจชื้อนั่นเอง

ข้อเสนอแนะ

1. กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ควรที่จะมีนโยบายการส่งเสริมการผลิตเสื้อผ้าจากเศษผ้า ที่ทำจากเศษผ้าในท้องถิ่นแต่ละสถานที่ และให้ลักษณะของเสื้อผ้ารูปแบบออกมาให้แตกต่าง เป็นเอกลักษณ์ของสถานที่นั้น ๆ เพื่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อของฝาก
2. ร้านค้า เมื่อทำการประชาสัมพันธ์ ให้พิจารณาว่า ลูกค้านักชื้อจะตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าทำจากเศษผ้าได้ง่ายกว่า ดังนั้น รูปแบบควรที่จะมีหลายแบบสำหรับผู้ชาย ส่วนลูกค้าผู้หญิงควรที่จะบริการออกแบบแฟชั่นตัดเฉพาะบุคคล ด้วยมีการตัดสินใจซื้อที่ช้ากว่า
3. ร้านค้า ควรร่วมมือกันประชาสัมพันธ์ โดยการรณรงค์ให้ใส่เสื้อผ้าที่ทำจากเศษผ้าให้เป็นที่ยอมรับของบุคคล เป็นลักษณะเฉพาะ จากนั้นบุคคลนั้นจะบอกต่อไปยังกลุ่มเพื่อน คนใกล้ชิด หรืออาจจะทำคลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้คนใส่เสื้อผ้าที่ผลิตจากเศษผ้า จะทำให้คนที่เห็นแฟนคลับติดตาม ยอมรับ และซื้อเสื้อผ้าที่ทำจากเศษผ้า ต่อไป
4. ควรมีคำขวัญไว้ที่ร้านว่า การซื้อเสื้อผ้าที่ทำจากเศษผ้าจะช่วยลดโลกร้อนได้ เพื่อให้คนซื้อคนรู้ว่าเป็นการสนับสนุนให้เกิด BCG เศรษฐกิจหมุนเวียน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เป้าหมายแห่งการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ มักจะถูกนำมาใช้เป็นบรรทัดฐานของแฟชั่นแบบยั่งยืนที่มีให้เห็นอยู่อย่างมากมาย รวมถึงการจัดความหวือหวา ความยากจน การบริโภคแบบยั่งยืน และรูปแบบการผลิต แต่จะอย่างไรให้แนวคิดเหล่านี้กลายเป็นสิ่งที่จับต้องได้อย่างเป็นรูปธรรม จริงๆ ประกอบกับวัสดุที่ผลิตจากเทคโนโลยีชีวภาพได้มีการพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว จนทำให้เรามีโอกาสได้เห็นผลิตภัณฑ์เหล่านี้ในท้องตลาด ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไปควรค้นคว้าวัสดุชนิดใหม่มาทดแทน เช่น หนังเทียม ยางธรรมชาติที่สามารถย่อยสลายได้ รวมถึงไม้และยาง เป็นต้น หรือการทำให้รองเท้าซึ่งมีการใช้วัสดุที่หลากหลายสามารถถูกนำเข้าสู่ระบบการรีไซเคิลได้ การใช้วิถีแห่งเทคโนโลยี และการค้นคว้าวิจัยเพื่อพัฒนาวัสดุแบบใหม่เพื่อเป้าหมายแห่งการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กฤตินี พงษ์ธนเลิศ, สาวิกา อุณห์นันท์, ณัฐพล อัสสระรัตน์ และอภิชาติ คณารัตนวงศ์. (2560). เพศ ช่วงวัยและรูปแบบการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคชาวไทย. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 39(154), 127-164.
- เกษม พิพัฒน์เสรีธรรม. (2561). *เรื่องของผู้ชาย...ขอต่ออีกนิดเถอะ (น่า)*. เข้าถึงได้จาก <https://marketeeronline.co/archives/16502>
- จิรนนท์ วุฒิพรภัทร และคณะ (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อเฟอร์นิเจอร์มือสองของผู้บริโภคในประเทศไทย. *สุทธิปริทัศน์*, 33(107), 153-165.
- ชาลินี สุวรรณวัฒน์. (2560). *การออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ*. (ศิลปะนิพนธ์ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต, สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยนเรศวร)
- ธนกร ศรีสุกใส. (2565). สร้างการรู้เท่าทันสื่อ เพื่อสร้างวัคซีนทางปัญญาให้สังคม. *วารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์*, 1(1), 1-21.
- บุญชม ศรีสะอาด. 2535. การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- บริษัท เอ.เจ.โอ กลัฟส์ จำกัด. (2563). *เศษผ้าในโรงงานอุตสาหกรรม*. สืบค้นจาก <https://www.ajogloves.in.th/article/8/เศษผ้าในโรงงานอุตสาหกรรม>
- เบญญดา จงปรางค์. (2563). *ความหมายและความสำคัญของสินค้าที่ระลึกมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร*. (สารนิพนธ์มหาบัณฑิต, วิทยาลัยการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหิดล)
- ประอรพิต กัษณัฐวัฒนา. (2566). *เจาะตลาด ส่องโอกาส & ความท้าทายของ อุตสาหกรรมการผลิตเสื้อผ้ารีไซเคิล ใน EEC*. สืบค้นจาก <https://www.salika.co/2023/03/15/recycled-clothing-industry-in-eeec/>
- ปิยมาภรณ์ ช่วยชูหนู. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคม ออนไลน์*. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)
- เปรมยศ ประสมศักดิ์. (2563). คุณภาพบริการ คุณภาพสินค้า ราคา ความพึงพอใจ และความไว้วางใจ ที่ส่งผลต่อความภักดีต่อร้านสินค้าเบ็ดเตล็ดและเครื่องมือช่างของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ)
- พูนพงษ์ นัยนาภากรณ์. (2566). *เสื้อผ้ารักษ์โลกมาแรง! สนค. หนุนภาคธุรกิจปรับตัว ชี้อะไหล่ปีละ 10.7%*. สืบค้นจาก <https://www.nationtv.tv/gogreen/378919649>
- ศูนย์วิจัยและสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน. (2565). *SDG Updates / เมื่อโลกต้องการโมเดลเศรษฐกิจใหม่ ไทยจึงมี 'BCG' (Bio-Circular-Green Economy) เป็นวาระแห่งชาติปี 2564*. สืบค้นจาก <https://www.sdgmove.com/2021/04/14/bcg-economy-model-trend-th-national-agenda-2021/>
- สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์วิจัย และนวัตกรรมแห่งชาติ. (2566). *โมเดลเศรษฐกิจบีซีจี*. สืบค้นจาก <https://www.nxpo.or.th/th/bcg-economy/>
- สำนักงานสิ่งแวดล้อมและควบคุมมลพิษ ที่ 13 ชลบุรี. (2561). *สารสนเทศหน่วยงาน*. สืบค้นจาก <https://epo13.pcd.go.th/th/information>

- สุนทรทิพย์ ชัยสายัณห์. (2566). *Krungthai COMPASS มอง Textile Recycling เจาะเทรนด์แปลงขยะสู่เสื้อผ้ารักษ์โลก*. สืบค้นจาก <https://www.efinancethai.com/LastestNews/LatestNewsMain.aspx?ref=A&id=RUNCQUpjCwQxcUU9>
- สุธรรม ปทุมสวัสดิ์. (2566). *นวัตกรรมการพัฒนากระบวนการทำแห้งชีวภาพเพื่อการปรับปรุงคุณภาพเชื้อเพลิงขยะ*. กรุงเทพฯ: กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (กสว.)
- สุวดี เหมือนอัน. (2565). *5 ผลงานดี ๆ ที่ร่วมขับเคลื่อนโมเดลเศรษฐกิจ BCG*. สืบค้นจาก <https://www.mhesi.go.th/index.php/all-media/infographic/7202-6504013general.html>
- อรชร มณีสงฆ์. (2555). *หน่วยที่ 3 พฤติกรรมผู้บริโภค*. สืบค้นจาก <https://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sms/market/Unit3/MENUUNIT3.htm>
- Fowler, F. J. (2014). *Survey research methods* (5th ed.). Sage Publications.
- H&M Group. (2021). *H&M Group game-changers: For a circular fashion future*. Retrieved from <https://hmgroup.com/our-stories/hm-group-game-changers-for-a-circular-fashion-future/>
- Kotler, P. (2003). *Marketing management*. New Jersey: Prentice-Hall.

การมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตาม มาตรฐาน ISO 9001:2015 ของสำนักงานราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์

พรรษา บุรณะพิมพ์^{1*} และพรพรรณ เหมะพันธุ์²

¹นักศึกษาปริญญาโท, คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

²อาจารย์ประจำคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

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

วันที่รับบทความ (Received) 8 มิถุนายน 2567

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 5 กรกฎาคม 2567

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 3 สิงหาคม 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 2) เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของบุคลากร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยเชิงใจ และปัจจัยสภาพแวดล้อมในองค์กร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างบุคลากรสำนักงานราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ จำนวน 221 คน สถิติที่ใช้วิเคราะห์ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งการทดสอบค่าทีและการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัย พบว่า 1) การมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 ของสำนักงานราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการรับประโยชน์ ด้านการประเมินผล ด้านการตัดสินใจ และด้านการดำเนินการ 2) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับการศึกษา และระดับตำแหน่งงาน ปัจจัยเชิงใจ และปัจจัยสภาพแวดล้อมในองค์กร ต่างกัน การมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:201 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การมีส่วนร่วม ปัจจัยเชิงใจ ปัจจัยสภาพแวดล้อมในองค์กร การพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการ

EMPLOYEE PARTICIPATION IN THE DEVELOPMENT OF ISO 9001:2015 QUALITY MANAGEMENT SYSTEM AT CHULABHORN ROYAL ACADEMY OFFICE

Pansa Booranapim^{1*} and Pornphan Hemaphan²

¹Master's degree student of Faculty of Political Science, Kasetsart University

²Lecture of Faculty of Political Science, Kasetsart University

Abstract

This study has 2 objectives: 1) to study the level of employee participation in the development of ISO 9001:2015 quality management system at Chulabhorn Royal Academy Office 2) to compare the participation of personnel, classified by personal factors, motivation factors, and organizational environment factors. The samples are 221 employees, working at the Chulabhorn Royal Academy Office. The data was collected by questionnaires and statistics were analyzed using Statistical Package for the Social Sciences. For data analysis, the study used percentage, mean and standard deviation, including t-test and one-way analysis of variance. The results found that the participation of personnel in developing the ISO9001:2015 quality management system was overall at a high level, namely the aspect of receiving benefits, evaluation, decision making, operations and respectively. In considering factors affecting their participation, it was found that personal factors comprising educational level and job levels, motivation factors, and organizational environment factors have statistically significant difference in participation in developing management quality according to ISO 9001:2015 at the 0.05 level of significance.

Keywords: Participation, Motivation, Organizational Environment Factors, Development of Quality Management System

ความสำคัญและที่มาของงานวิจัย

ราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ เป็นองค์การในกำกับของรัฐบาลที่มีฐานะเป็นนิติบุคคล สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี โดยจัดเป็นสถาบันการวิจัยและวิชาการชั้นสูง ตามพระราชบัญญัติราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ พ.ศ. 2560 เพื่อเป็นศูนย์กลางการเรียนการสอน การวิจัยและการให้บริการวิชาการแก่สังคมด้วยความรู้ความชำนาญและด้วยความเป็นเลิศในวิชาชีพโดยไม่หวังผลกำไร เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของคนไทยทั้งประเทศ ดังนั้น จึงให้ความสำคัญกับการสร้างบัณฑิตและพัฒนาบุคลากรทางการแพทย์ วิทยาศาสตร์สาธารณสุข และสิ่งแวดล้อม ที่คำนึงถึงผลประโยชน์สาธารณะและพร้อมบริการสังคมด้วยความรู้ความชำนาญ คุณธรรม จริยธรรม จิตอาสาและความมุ่งมั่น อย่างสอดคล้องกับปณิธานขององค์การที่ว่า “เป็นศูนย์กลางการศึกษา และวิจัยสู่ความเป็นเลิศด้านวิชาการและวิชาชีพ เพื่อบริการมวลมนุษยชาติอย่างยั่งยืน” การบริหารงานของราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ จึงแตกต่างจากการบริหารจัดการของมหาวิทยาลัย งานราชการหรืองานองค์การเอกชนอื่นๆ อันเนื่องจากการมีภารกิจหลายประการทั้งด้านการผลิตบัณฑิต การวิจัย การให้บริการวิชาการ และการทำนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรม ด้วยเหตุนี้ การดำเนินงานของราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ในฐานะหน่วยงานในกำกับของรัฐบาลจึงให้ความสำคัญกับการกำหนดแผนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี

(พ.ศ.2561-2580) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ.2566-2570) หนึ่งในบริบทที่สำคัญของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 13 คือ บริบท ข้อที่ 2.4 บริบทการพัฒนาประเทศในมิติด้านการบริหารจัดการภาครัฐ การพัฒนาการจัดการภาครัฐเพื่อการยกระดับคุณภาพและประสิทธิภาพของการบริหารจัดการภาครัฐให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้อย่างเป็นรูปธรรมและทันต่อสถานการณ์ โดยเร่งปรับตัวให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง สามารถให้บริการที่มีคุณภาพมาตรฐานแก่ประชาชนทุกคนอย่างเท่าเทียมมีการเชื่อมโยงจากส่วนกลางสู่ท้องถิ่นได้อย่างบูรณาการ และมีธรรมาภิบาล ซึ่งสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2565-2570) ยุทธศาสตร์ที่ 4 ด้านการพัฒนาสู่องค์กรสมรรถนะสูงทางด้านการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์และสิ่งแวดล้อม ซึ่งกำหนดเป้าประสงค์สำคัญคือ 1. ปฏิรูปโครงสร้างและระบบบริหารจัดการองค์การให้บรรลุตามเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ (Thailand Quality Award: TQA) อย่างเชื่อมโยงกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายขององค์การ 2. สร้างระบบบริหารจัดการองค์การที่มีประสิทธิภาพ มีความคล่องตัวและมีธรรมาภิบาล เป้าประสงค์เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการทั้งภายในและภายนอกองค์การด้วยระบบบริหารคุณภาพระดับสากล

ระบบบริหารคุณภาพ (Quality Management System) ตามมาตรฐาน ISO นำมาใช้ภายในประเทศตั้งแต่ปี พ.ศ. 2509 เนื่องจากประเทศไทยได้เข้าร่วมกับ องค์กรระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standardization: ISO) โดยสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม เพื่อส่งเสริมการกำหนดมาตรฐานและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องช่วยให้การแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการเป็นไปโดยสะดวก ช่วยพัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศในด้านวิชาการ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และเศรษฐกิจ มาตรฐานที่กำหนดขึ้นเรียกว่า มาตรฐานระหว่างประเทศ (International Standard) หรือเรียกโดยย่อว่า “มาตรฐาน ISO” (สุธีร์ เชษฐพิณิต, 2564) ซึ่งเป็นมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประกันคุณภาพ ให้มีความสำคัญกับแนวคิดการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ มีข้อกำหนดสำหรับการบริหารคุณภาพเป็นแนวทางให้องค์การดำเนินงานอย่างเป็นระบบทุกขั้นตอนและสามารถใช้ได้กับองค์กรทุกประเภท (สุริย์ ทรัพย์สง่า, 2565) ในปัจจุบันหน่วยงานในประเทศไทยทั้งภาครัฐและภาคเอกชนได้นำมาปรับใช้ในองค์กรให้เกิดการดำเนินงานตามระบบบริหารคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001:2015 ซึ่งเป็นฉบับล่าสุดที่พัฒนาจากมาตรฐานฉบับปี ค.ศ.2008 โดยมีการเพิ่มประเด็นข้อกำหนดในการทำความเข้าใจกับองค์กร บริบทองค์กร การคำนึงถึงความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อใช้ในการดำเนินการกับความเสี่ยงและโอกาสรวมถึงข้อกำหนดอื่น ๆ ซึ่งเป็นพื้นฐานหนึ่งที่ช่วยให้องค์กรมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน และราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ได้นำมาตรฐาน ISO 9001:2015 มาพัฒนาระบบคุณภาพการบริหารจัดการ กระบวนการปฏิบัติงานและการให้บริการในสำนักงานราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ นับตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2565 และได้รับการรับรองตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 ในวันที่ 13 มีนาคม พ.ศ. 2566 จากสถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ อุตสาหกรรมพัฒนามูลนิธิ สถาบันเครือข่ายของกระทรวงอุตสาหกรรม (สโร.) สะท้อนถึงความสำเร็จในการดำเนินงานของราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ตามมาตรฐานที่ระบบการจัดการคุณภาพกำหนดไว้และเป็นไปตามนโยบายด้านคุณภาพของราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์อีกด้วย

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 ของสำนักงานราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 ของสำนักงานราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์
2. เพื่อเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 ของสำนักงานราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยจิตใจ และปัจจัยสภาพแวดล้อมในองค์กร

สมมติฐานของงานวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ต่างกัน การมีส่วนร่วมของบุคลากร ในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 แตกต่างกัน
2. ปัจจัยจิตใจ ต่างกัน การมีส่วนร่วมของบุคลากร ในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 แตกต่างกัน
3. ปัจจัยสภาพแวดล้อมในองค์กรต่างกัน การมีส่วนร่วมของบุคลากร ในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 แตกต่างกัน

ขอบเขตของงานวิจัย

1. ขอบเขตเชิงเนื้อหา ศึกษาการมีส่วนร่วมของบุคลากร สำนักงานราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ กลุ่มหน่วยงานภารกิจสนับสนุน ในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการ ตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 ซึ่งการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ
2. ขอบเขตเชิงพื้นที่ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ บุคลากรสำนักงานราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ ปฏิบัติงานในกลุ่มหน่วยงานภารกิจสนับสนุน ประกอบด้วย 1) กลุ่มนโยบาย แผนและงบประมาณ 2) กลุ่มการเงิน การคลังและพัสดุ 3) กลุ่มทรัพยากรบุคคล 4) กลุ่มสื่อสารองค์กร 5) กลุ่มบริหารทั่วไป 6) กลุ่มพัฒนาพื้นที่ และบริหารอสังหาริมทรัพย์ และ 7) กลุ่มโครงการตามพระดำริและเครือข่ายความร่วมมือ จำนวน 221 คน
3. ขอบเขตเชิงระยะเวลา ศึกษาจากบุคลากรสำนักงานราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ กลุ่มหน่วยงานภารกิจสนับสนุน ที่ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการพัฒนาระบบบริหารจัดการคุณภาพ ระหว่างเดือนเมษายน พ.ศ. 2565 ถึง เมษายน พ.ศ.2566

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

ความหมายของการที่มีส่วนร่วม คือการได้ร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ โดยมีส่วนร่วมทั้งการแสดงความคิดเห็นและร่วมตัดสินใจ ร่วมปฏิบัติงานตามที่กำหนด มีส่วนร่วมในการได้รับผลประโยชน์ รวมถึงการติดตามประเมินผลเพื่อให้องค์การบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย เมื่อพิจารณารูปแบบและลักษณะการมีส่วนร่วมของ Cohen and Uphoff (1980) ได้แบ่งลักษณะการมีส่วนร่วมไว้ 4 ขั้นตอน 1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) หมายรวมถึง การตัดสินใจว่าอะไรคือปัญหาของตน อะไรคือสาเหตุ และจะแก้ปัญหานั้นอย่างไร โดยกำหนดแนวทางแก้ไขปัญหานั้น จนเกิดเป็นกระบวนการในการตัดสินใจ 2) การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน (Implementation) หมายรวมถึง การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจร่วมกันตามวิธีทางและแนวทางให้เป็นไปตามโครงการ และแผนการที่ได้กำหนดขึ้น 3) การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์

(Benefits) อันเกิดจากกิจกรรม หรือการดำเนินงานของบุคคล และ 4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation) เป็นการประเมินการทำงานของตนเอง และประเมินสถานการณ์ภายนอก

ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 ของสำนักงานราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ หมายถึง การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานหรือการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง ในขั้นตอนหนึ่ง หรือทุกขั้นตอน ทั้งด้านความคิด และร่างกาย ต่อกิจกรรมหรืองานใดงานหนึ่ง โดยมีลักษณะของการมีส่วนร่วม ประกอบด้วย 1) ด้านการตัดสินใจ (Decision Making) 2) ด้านการดำเนินงาน (Implementation) 3) ด้านการรับผลประโยชน์ (Benefits) 4) ด้านการประเมินผล (Evaluation)

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจ

ความหมายของแรงจูงใจ คือ สิ่งจูงใจพฤติกรรมที่เกิดจากความต้องการหรือความปรารถนา แรงจูงใจสามารถเกิดจากภายนอกและภายในตัวบุคคล (เสกสรรค์ ดุมแก้ว, 2565) เป็นแรงผลักดันที่ทำให้บุคคลเกิดความต้องการ และแสดงพฤติกรรมออกมา โดยมีการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นนั้น (พัชร พันธ์ุฒไทย, 2564)

ปัจจัยจูงใจ (Motivator Factors) ของ Herzberg (1979) ประกอบด้วย 1) ความสำเร็จในการทำงาน (Achievement) หมายถึง บุคคลกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ประสบความสำเร็จทำให้เกิดความรู้สึกพอใจ มีคุณค่าในตัวเอง 2) การได้รับการยอมรับนับถือ (Recognition) หมายถึง บุคคลได้รับการยอมรับนับถือ ยกย่อง ชมเชย จากกลุ่มคน สังคม จากการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้บรรลุสำเร็จผล 3) ลักษณะของงานที่สร้างสรรค์และท้าทาย (Work Itself) หมายถึง บุคคลมีความรู้สึกสนใจ กระตือรือร้น ทำลายในสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ได้รับมอบหมายจนกระทำสิ่งนั้นอย่างมุ่งมั่นเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จ 4) ความรับผิดชอบในงาน (Responsibility) หมายถึง บุคคลเกิดความมุ่งมั่นในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ได้รับมอบหมายจากความพึงพอใจในการทำนั้นอย่างเต็มที่ให้บรรลุผลสำเร็จ 5) ความก้าวหน้าในอาชีพ (Advancement) หมายถึง บุคคลมีโอกาสเพิ่มพูนความรู้ ได้รับการฝึกอบรม ได้รับการเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่งในหน้าที่การงาน หรือได้รับการส่งเสริมให้เกิดความก้าวหน้าในงาน

ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ปัจจัยจูงใจในการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 ของสำนักงานราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ หมายถึง ปัจจัยทั้งภายนอกและภายในที่ส่งผลต่อทัศนคติในทางบวกของบุคคล เป็นแรงผลักดัน แรงกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมที่กระตือรือร้น เกิดแรงจูงใจความพึงพอใจ ความมุ่งมั่นและความคาดหวังที่จะได้รับความสำเร็จจากการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 1) ด้านความสำเร็จในการทำงาน (Achievement) 2) ด้านลักษณะของงานที่สร้างสรรค์และท้าทาย (Work It Sel) 3) ด้านความรับผิดชอบในงาน (Responsibility)

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมในองค์กร

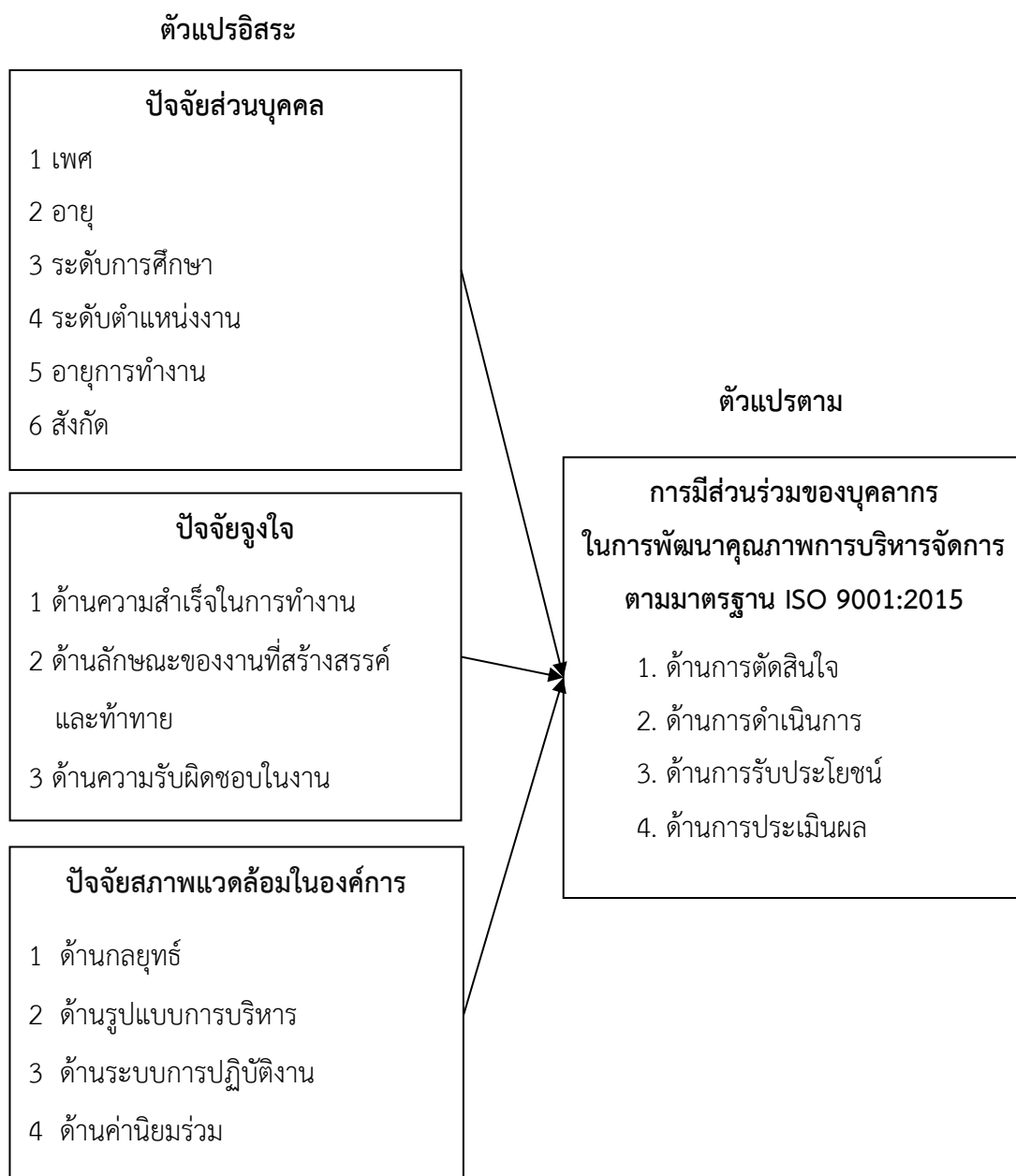
แนวคิด McKinsey's 7's Framework โดย Tom Peter และ Julien Phillips ทนายของบริษัทแมคคินซี (McKinsey, 1980) เป็นแนวทางวิเคราะห์ปัจจัยภายในหน่วยงาน เป็นเครื่องมือที่ถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์องค์กรเพื่อช่วยให้การบริหารองค์กรมีศักยภาพการทำงานที่สูงขึ้น (สมพร มณีจันทร์, 2564) ปัจจัย 7 ประการ ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์ (Strategy) คือการวางแผนเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร โดยบุคลากรทุกระดับในองค์กร เข้าใจและมีส่วนร่วมดำเนินการเพื่อให้บรรลุผลตามเป้าหมายที่วางแผนไว้ 2) โครงสร้างองค์กร (Structure) คือ การกำหนดอำนาจหน้าที่และความสัมพันธ์ในองค์กรเพื่อให้เกิดการประสานงานตามกลยุทธ์อย่างชัดเจน 3) ระบบปฏิบัติงาน (Systems) คือ กระบวนการ ลำดับขั้นตอน การปฏิบัติงานที่เป็นระบบต่อเนื่องสอดคล้องประสานกันทุกระดับ 4) รูปแบบ

การบริหาร (Style) คือ รูปแบบการปฏิบัติงานของผู้บริหาร การกำหนดทิศทาง การวางแผนนโยบาย การสื่อสาร ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่งของสภาพแวดล้อมภายในองค์กร 5) บุคลากร (Staff) คือ การสรรหา กำหนดหน้าที่ คัดเลือก บุคลากรในองค์กรอย่างเหมาะสม 6) ทักษะ (Skill) คือ ทักษะของบุคลากรที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานในหน้าที่ การวิเคราะห์ตัดสินใจ การแก้ไขปัญหา และการมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในงานที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร และ 7) ค่านิยมร่วม (Shared values) คือ การที่บุคลากรมีค่านิยม วัฒนธรรมองค์กร หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เกิดขึ้นเป็นอัตลักษณ์ขององค์กร มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เป็นไปในทิศทางเดียวกัน (กนกวรรณ แก้วดี, 2565)

ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมในองค์กร ในการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 ของสำนักงานราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ คือ สภาพแวดล้อมขององค์กรที่เป็นแรงกระตุ้นให้บุคคลมีความมุ่งมั่นทำให้เกิดมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด ประกอบด้วย 1) ด้านกลยุทธ์ (Strategy) 2) ด้านรูปแบบการบริหาร (Style) 3) ด้านระบบการปฏิบัติงาน (Systems) และ 4) ด้านค่านิยมร่วม (Shared Values)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาได้ประยุกต์ใช้แนวคิดและทฤษฎีต่างๆ จากนักวิชาการ และการทบทวนวรรณกรรม ในการกำหนดตัวแปร ประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ (Independent variables) จำนวน 3 ตัวแปร คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยเชิงจิตประยุกต์ใช้ทฤษฎีปัจจัยเชิงจิตของ Herzberg (1979) ปัจจัยสภาพแวดล้อมในองค์กร ประยุกต์ใช้แนวคิด McKinsey's 7's Framework และตัวแปรตาม (Dependent Variable) ใช้ลักษณะการมีส่วนร่วมของ Cohen and Uphoff (1980) โดยมีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ บุคลากรในกลุ่มหน่วยงานภารกิจสนับสนุน 7 กลุ่มงาน ของสำนักงานราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 492 คน ในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) ใช้สูตรของ ทาโร่ ยามาเน (Yamane, 1973) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการการศึกษานี้ จำนวน 221 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สร้างขึ้นจากแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นด้วยวิธี Cronbach's Alpha Coefficient ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.93 แบ่งออกเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย 1) เพศ 2) อายุ 3) ระดับการศึกษา 4) ระดับตำแหน่งงาน 5) อายุการทำงาน 6) สังกัด

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยจิตใจ เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านความสำเร็จในการทำงาน 2) ด้านลักษณะของงานที่สร้างสรรค์และท้าทาย 3) ด้านความรับผิดชอบในงาน ใช้เกณฑ์ในการประเมินเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 4 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านกลยุทธ์ 2) ด้านรูปแบบการบริหาร 3) ด้านระบบการปฏิบัติงาน 4) ด้านค่านิยมร่วม ใช้เกณฑ์ในการประเมินเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามการมีส่วนร่วมของบุคลากรสำนักงานราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ ในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 4 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านการตัดสินใจ 2) ด้านการดำเนินการ 3) ด้านการรับประโยชน์ 4) ด้านการประเมินผล ใช้เกณฑ์ในการประเมินเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ

3.การเก็บรวบรวมข้อมูล การสำรวจเอกสาร ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษาวิจัย จากหนังสือ ตำราเอกสาร ผลงานการวิจัย ซึ่งสามารถค้นคว้าได้จากแหล่งต่างๆ เพื่อนำมาสร้างแบบสอบถามก่อนที่จะทำการสำรวจภาคสนามต่อไป แจกแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้ว ไปสอบถามบุคลากรกลุ่มหน่วยงานภารกิจสนับสนุนสำนักงานราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 221 คน

4.การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 สถิติพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่อใช้ในการอธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคล และระดับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 ได้แก่ ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) ใช้ในการวิเคราะห์หรืออธิบายความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อปัจจัยจิตใจ ปัจจัยสภาพแวดล้อมในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015

4.2 สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยจิตใจ ปัจจัยสภาพแวดล้อมในองค์กร ที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 ได้แก่ การทดสอบค่า t (t-test) ใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ใช้วิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 3 กลุ่มเป็นต้นไป และการเปรียบเทียบข้อมูลภายหลังเป็นรายคู่ (Post Hoc Comparison) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติด้วยวิธีการของ Fisher ที่เรียกว่า “Least Significance Difference (LSD)”

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย

1.1 จำแนกตามเพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 80.50 เพศชาย จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50

1.2 จำแนกตามอายุ พบว่า อันดับหนึ่งมีอายุ 31-40 ปี จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 34.40 รองลงมาตามลำดับ คือ อายุ 41-50 ปี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 29.90 อายุ 21-30 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 25.30 และอันดับสุดท้ายคือ อายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 10.40

1.3 จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 56.60 รองลงมาคือมีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 40.70 และอันดับสุดท้ายคือมีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.70

1.4 จำแนกตามระดับตำแหน่งงาน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นระดับปฏิบัติการ จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 89.60 และระดับบังคับบัญชา จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 10.40

1.5 จำแนกตามอายุงาน อันดับหนึ่ง มีอายุงาน 10 ปีขึ้นไป จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 36.60 รองลงมาตามลำดับ คือ อายุ 4-6 ปี จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 อายุ 1-3 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 และอันดับสุดท้ายคือ อายุ 7-9 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50

1.6 จำแนกตามสังกัด พบว่า อันดับหนึ่งสังกัดกลุ่มการเงินการคลังและพัสดุ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 รองลงมาตามลำดับ คือ กลุ่มพัฒนาพื้นที่และบริหารอสังหาริมทรัพย์ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 25.30 กลุ่มทรัพยากรบุคคล จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 12.70 กลุ่มบริหารทั่วไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 8.60 กลุ่มนโยบาย แผนและงบประมาณ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30 อันดับสุดท้ายคือ กลุ่มโครงการตามพระดำริและเครือข่ายความร่วมมือ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9 และ กลุ่มสื่อสารองค์กร จำนวน 13 คน

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงจิตของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 ของสำนักงานราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ ต่อปัจจัยเชิงจิตภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.03 (S.D. = 0.50) เมื่อจำแนกปัจจัยเชิงจิตตามรายด้าน อันดับหนึ่งคือ ด้านความรับผิดชอบในงานอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.14 (S.D. = 0.61) รองลงมาคือ ด้านความสำเร็จในการทำงาน อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.07 (S.D. = 0.61) และด้านลักษณะของงานที่สร้างสรรค์และท้าทาย อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.88 (S.D. = 0.71)

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมในองค์กรของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 ของสำนักงานราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.89 (S.D. = 0.53) เมื่อจำแนกปัจจัยสภาพแวดล้อมในองค์กรตามรายด้าน อันดับหนึ่งคือ ด้านกลยุทธ์ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.96 (S.D. = 0.59) รองลงมาคือ ด้านรูปแบบการบริหาร อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.94 (S.D. = 0.61) ด้านระบบการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.87 (S.D. = 0.56) อันดับสุดท้ายคือ ด้านค่านิยมร่วม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.84 (S.D. = 0.65)

4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 ของสำนักงานราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ ภาพรวม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.63 (S.D. = 0.62) เมื่อจำแนกตามรายด้านพบว่า อันดับหนึ่งคือ ด้านการรับประโยชน์ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.76 (S.D. = 0.62) รองลงมาคือ ด้านการประเมินผล อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.65 (S.D. = 0.67) และด้านการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.62 (S.D. = 0.67) อันดับสุดท้าย คือ ด้านการดำเนินการ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.56 (S.D. = 0.79)

5. ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 1 แสดงผลการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 ของสำนักงานราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

1.เพศ	เพศ	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
	ชาย	43	3.75	0.61	1.435	0.153
	หญิง	178	3.60	0.62		
2. อายุ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
	ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	3	2.327	0.776	2.042	0.109
	ความแตกต่างภายในกลุ่ม	217	82.415	0.380		
	รวม	220	84.742			
3. ระดับการศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
	ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	2	2.346	1.173	3.103	0.047*
	ความแตกต่างภายในกลุ่ม	218	82.396	0.378		
	รวม	220	84.742			
4.ตำแหน่งงาน	ระดับตำแหน่งงาน	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
	ระดับบังคับบัญชา	23	3.91	0.90	2.286	0.023*
	ระดับปฏิบัติการ	198	3.60	0.57		
5. อายุงาน	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
	ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	3	2.327	0.776	2.042	0.109
	ความแตกต่างภายในกลุ่ม	217	82.415	0.380		
	รวม	220	84.742			
6. สังกัด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
	ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	6	4.000	0.667	1.767	0.107
	ความแตกต่างภายในกลุ่ม	214	80.742	0.377		
	รวม	220	84.742			

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล บุคลากรที่มี เพศ ($t=1.435$, $p \geq .05$) อายุ ($F=2.042$, $p \geq .05$) อายุงาน ($F=1.550$, $p \geq .05$) และสังกัด ($F=1.767$, $p \geq .05$) ต่างกันการมีส่วนร่วมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่บุคลากรที่มีระดับการศึกษา ($F=3.103$, $p < .05$) ระดับตำแหน่งงาน ($t=2.286$, $p < .05$) ต่างกันการมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รายละเอียดดังนี้

1 ระดับการศึกษา พบว่า บุคลากรที่มีระดับการศึกษาต่างกันการมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 แตกต่างกัน ($F=3.103$, $p < .05$) เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีการ LSD พบว่า แตกต่างกัน 2 คู่ คือ บุคลากรที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย 4.21 มีระดับความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมมากกว่า บุคลากรที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย 3.59 และ ค่าเฉลี่ย 3.66 ตามลำดับ

2 ระดับตำแหน่งงาน พบว่า บุคลากรที่มีระดับตำแหน่งงานต่างกันการมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 แตกต่างกัน ($t=2.286$, $p < .05$) และพบว่าบุคลากรที่มีตำแหน่งงานระดับบังคับบัญชา มีระดับความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมมากกว่า บุคลากรที่มีตำแหน่งงานระดับปฏิบัติการ ค่าเฉลี่ย 3.91 และ 3.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงผลการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 ของสำนักงานราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ จำแนกตามปัจจัยงูใจ

ภาพรวม	การมีส่วนร่วม	df	SS	MS	F	Sig.
ปัจจัยงูใจ	ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	2	21.377	10.689	36.773	0.000*
	ความแตกต่างภายในกลุ่ม	218	63.364	0.291		
	รวม	220	84.742			
1.ด้านความสำเร็จ ในการทำงาน	การมีส่วนร่วม	df	SS	MS	F	Sig.
	ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	2	13.522	6.761	20.694	0.000*
	ความแตกต่างภายในกลุ่ม	218	71.220	0.327		
	รวม	220	84.742			
2.ด้านลักษณะ ของงานที่ สร้างสรรค์ และท้าทาย	การมีส่วนร่วม	df	SS	MS	F	Sig.
	ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	2	13.995	6.997	21.562	0.000*
	ความแตกต่างภายในกลุ่ม	218	70.747	0.325		
	รวม	220	84.742			
3.ด้านความ รับผิดชอบ ในงาน	การมีส่วนร่วม	df	SS	MS	F	Sig.
	ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	2	22.309	11.155	38.949	0.000*
	ความแตกต่างภายในกลุ่ม	218	62.433	0.286		
	รวม	220	84.742			

จากตารางที่ 2. พบว่า ปัจจัยงูใจประกอบด้วยด้านความสำเร็จในการทำงาน ($F = 20.694$, $p < .05$) ด้านลักษณะของงานที่สร้างสรรค์และท้าทาย ($F = 21.562$, $p < .05$) ด้านความรับผิดชอบในงาน ($F = 38.949$, $p < .05$) ต่างกันการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 ของสำนักงานราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ แตกต่างกัน ประกอบด้วยด้านการตัดสินใจ ด้านการดำเนินการ ด้านการรับประโยชน์ และด้านการประเมินผล และเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธี LSD พบว่าแตกต่างกันทุกคู่ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3 แสดงผลการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 ของสำนักงานราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ จำแนกตามปัจจัยสภาพแวดล้อมในองค์กร

ภาพรวมปัจจัยสภาพแวดล้อมในองค์กร	การมีส่วนร่วม	df	SS	MS	F	Sig.
	ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	2	22.598	11.299	39.637	0.000*
	ความแตกต่างภายในกลุ่ม	218	62.144	0.285		
	รวม	220	84.742			
1.ด้านกลยุทธ์	การมีส่วนร่วม	df	SS	MS	F	Sig.
	ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	2	10.417	5.208	15.708	0.000*
	ความแตกต่างภายในกลุ่ม	201	66.650	0.332		
	รวม	203	77.067			
2.ด้านระบบการปฏิบัติงาน	การมีส่วนร่วม	df	SS	MS	F	Sig.
	ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	2	13.702	6.851	20.483	0.000*
	ความแตกต่างภายในกลุ่ม	207	69.236	0.334		
	รวม	209	82.938			
3.ด้านรูปแบบการบริหาร	การมีส่วนร่วม	df	SS	MS	F	Sig.
	ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	2	23.647	11.823	42.188	0.000*
	ความแตกต่างภายในกลุ่ม	218	61.095	0.280		
	รวม	220	84.742			
4.ด้านค่านิยมร่วม	การมีส่วนร่วม	df	SS	MS	F	Sig.
	ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	2	19.338	14.997	59.716	0.000*
	ความแตกต่างภายในกลุ่ม	218	41.658	0.251		
	รวม	220	60.995			

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมในองค์กร ประกอบด้วย ด้านกลยุทธ์ ($F = 15.708$, $p < .05$) ด้านรูปแบบการบริหาร ($F = 42.188$, $p < .05$) ด้านระบบการปฏิบัติงาน ($F = 20.483$, $p < .05$) และด้านค่านิยมร่วม ($F = 59.716$, $p < .05$) ต่างกัน การมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO9001:2015 ของสำนักงานราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ แตกต่างกัน ประกอบด้วย ด้านการตัดสินใจ ด้านการดำเนินการ ด้านการรับประโยชน์ และด้านการประเมินผล และเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธี LSD พบว่าแตกต่างกันทุกคู่ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่องการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 ของสำนักงานราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 ของสำนักงานราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ ผลการศึกษาพบว่า ระดับการมีส่วนร่วมภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.63 ประกอบด้วย ด้านการรับประโยชน์ ค่าเฉลี่ย 3.76 ด้านการประเมินผล ค่าเฉลี่ย 3.65 ด้านการตัดสินใจ ค่าเฉลี่ย 3.62 และด้านการดำเนินการ ค่าเฉลี่ย 3.56 ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า อันดับหนึ่งคือ **ด้านการรับประโยชน์** อาจเป็นเพราะการกำหนดสมรรถนะหลักของราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ที่ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพื่อนำมาประยุกต์การทำงานให้สามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการฝึกอบรมและส่งเสริมศักยภาพของบุคลากรอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา มีการสร้าง แลกเปลี่ยน จัดเก็บองค์ความรู้และพัฒนาชุมชนนักปฏิบัติ (COP) ในองค์กร ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์งานวิจัยและนวัตกรรมที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในองค์กรและสังคม สอดคล้องกับแนวคิดของ สุทธิณี เชษฐพินิต (2564) การมีส่วนร่วมทำให้บุคลากรเกิดทัศนคติต่อการบริหารงานขององค์กรไปในทิศทางที่ดีขึ้น ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในงาน เกิดความผูกพันต่อหน่วยงานและภารกิจที่ตนเองมีส่วนร่วมในการดำเนินงานที่จะมุ่งสู่ความสำเร็จ รองลงมาคือ **ด้านการประเมินผล** เนื่องจากบุคลากรในองค์กรมีส่วนร่วมในกระบวนการตรวจติดตามภายใน และการทวนสอบระบบ รวมถึงการนำผลการตรวจประเมินไปวิเคราะห์ให้ระบบมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับแนวคิดของ เพ็ญทิพย์ แยมมี (2565) ที่กล่าวว่าส่วนใหญ่บุคลากรเห็นว่าการประเมินผล สามารถบ่งบอกถึงความก้าวหน้า ปัญหา อุปสรรค และผลสำเร็จ รองลงมาคือ **ด้านการตัดสินใจ** เนื่องจากราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์มีการส่งเสริมให้บุคลากรมีส่วนร่วมกับองค์การ ให้ความสำคัญกับการบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้ปฏิบัติงาน ดังนั้น บุคลากรจึงได้รับการส่งเสริมให้มีส่วนร่วมในภารกิจขององค์กรอยู่เสมอ บุคลากรมีส่วนร่วมตัดสินใจ แสดงความเห็น เสนอแนะ ร่วมแก้ไขปัญหา ร่วมวิเคราะห์ประเมินความเสี่ยง กำหนดตัวชี้วัดของหน่วยงาน การทบทวน และการวางแผนพัฒนาระบบงานของหน่วยงาน แต่อาจเป็นเพราะในกระบวนการพัฒนาระบบบริหารคุณภาพตามมาตรฐาน มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ ตามตำแหน่งหน้าที่ ตามความเหมาะสม สอดคล้องกับแนวคิดของ เพ็ญทิพย์ แยมมี (2565) ที่กล่าวว่าส่วนใหญ่บุคลากรตัดสินใจเลือกแนวทางการปฏิบัติที่ถูกต้อง และเหมาะสมกับกิจกรรม เพื่อบรรลุเป้าหมาย และอันดับสุดท้ายคือ **ด้านการดำเนินการ** อาจเป็นเพราะบุคลากรมีส่วนร่วมในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการคุณภาพการบริหารจัดการแตกต่างกัน ตามตำแหน่ง ความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ ตามประสบการณ์ในการทำงาน หรือตามการมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบ จึงทำให้การมีส่วนร่วมในแต่ละขั้นตอนไม่เท่ากัน สอดคล้องแนวคิดของ สุทธิณี วงศ์ใหญ่ (2563) การให้ความสำคัญกับสมาชิกขององค์กรในฐานะที่เป็นทรัพยากรสำคัญและควรค่าแก่การดูแลรักษาเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการบริหารและจัดการองค์การ ทั้งผู้บริหารและผู้ใต้บังคับบัญชาในการทำงานร่วมกันเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร

2. ผลการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 ของสำนักงานราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ จำแนกตาม ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยจิตใจ และปัจจัยสภาพแวดล้อมในองค์กร

2.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรที่มีระดับการศึกษา ($F=3.103, p<.05$) ระดับตำแหน่งงาน ($t=2.286, p<.05$) ต่างกัน การมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สะท้อนได้ว่าระดับตำแหน่งของบุคลากรมีความสอดคล้องกับระดับการศึกษา ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมทั้งด้านการตัดสินใจ ด้านการดำเนินการ ด้านการประเมินผล และด้านการรับประโยชน์ อาจเป็นเพราะมีหน้าที่ความรับผิดชอบภาระหน้าที่แตกต่างกัน ทำให้การมีส่วนร่วมในการพัฒนาระบบบริการจัดการในกระบวนการต่างกัน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุรีย์ ทรัพย์สง่า (2565) ระดับการศึกษา ตำแหน่งงานสะท้อนลักษณะงานที่ปฏิบัติ หน้าที่ความรับผิดชอบ

ที่แตกต่างกัน บุคลากรในระดับหัวหน้ามีความรับผิดชอบในหน้าที่ต่อการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ มุ่งเน้นการบริหาร และบุคลากรในระดับปฏิบัติการมุ่งเน้นงานในหน้าที่ของตนที่ได้รับมอบหมาย และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุกัญญา ไยดำ (2563) ตำแหน่งงานหรือบทบาทหน้าที่ ทำให้บุคลากรมีกรอบหน้าที่ความรับผิดชอบและภาระงานไม่เหมือนกัน ซึ่งผู้มีตำแหน่งบริหารในหน่วยงานจะมีหน้าที่รับผิดชอบในภาระงานนั้นๆ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

2.2 ปัจจัยจูงใจ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยจูงใจ ($F=36.773$, $p<.05$) ต่างกัน การมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO9001:2015 ของสำนักงานราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 ของสำนักงานราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.30 ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความรับผิดชอบในงาน ค่าเฉลี่ย 4.14 ด้านความสำเร็จในการทำงาน ค่าเฉลี่ย 4.07 และด้านลักษณะงานที่สร้างสรรค์และท้าทาย ค่าเฉลี่ย 3.88 ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความรับผิดชอบในงาน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเป็นอันดับหนึ่ง การส่งเสริมค่านิยมของราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ ให้บุคลากรมีค่านิยมหลัก CRA:TEAM ร่วมมือช่วยเหลือกันไม่แบ่งฝ่าย ไม่เกี่ยงงาน เน้นความสำเร็จ ทำงานเป็นทีม มีความสามัคคี เห็นประโยชน์ส่วนรวมเป็นสิ่งสำคัญ บุคลากรจึงเห็นความสำคัญให้ราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ มุ่งสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ สอดคล้องกับแนวคิดของ พัชรี พันธุ์แดงไทย (2564) บุคลากรสามารถปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายเสร็จสิ้นประสบความสำเร็จ โดยสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานได้ด้วยตนเอง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเกิดจากความต้องการที่ถูกกระตุ้นหรือผลักดันให้แสดงพฤติกรรมหรือการกระทำต่าง ๆ เพื่อให้ได้รับการตอบสนองในสิ่งที่ต้องการ รองลงมาคือ ด้านความสำเร็จในการทำงาน อาจเป็นเพราะว่าบุคลากรมีความมุ่งมั่นทำงานเน้นความสำเร็จ บุคลากรทำงานด้วยจิตสำนึกและพฤติกรรมที่มุ่งเน้นส่วนรวมเป็นที่ตั้ง ยึดถือคุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติตนเห็นประโยชน์ส่วนรวมเป็นสิ่งสำคัญ สอดคล้องกับแนวคิดของ ธนาทิพย์ ขวัญทอง (2566) ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ถือว่าเป็นสิ่งที่องค์การทั้งภาครัฐและภาคเอกชนต้องการเพื่อให้องค์การสามารถขับเคลื่อนภารกิจต่างๆ ให้สำเร็จตามเป้าหมาย และ ดิกขเวทย์ ก้อนแก้ว (2562) ด้านความสำเร็จในการทำงานเกิดจากพนักงานแต่ละคนสามารถรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายบรรลุให้เป้าหมาย และอันดับสุดท้ายคือ ด้านลักษณะงานที่สร้างสรรค์และท้าทาย อาจเป็นเพราะราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์มีแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการมาอย่างต่อเนื่อง เป็นองค์การที่มีการกิจหลายประการทั้งด้านการผลิตบัณฑิต การวิจัย การให้บริการวิชาการ การรักษาพยาบาล มีหน่วยงานในกำกับ ประกอบด้วย โรงพยาบาลจุฬาภรณ์ วิทยาลัยวิทยาศาสตร์การแพทย์เจ้าฟ้าจุฬาภรณ์ฯ ซึ่งมีหลักการ PDCA ในกระบวนการทำงาน ด้านการศึกษา คือ EdPEX, AUN-QA, WFME ด้านการรักษา คือ Hospital Accreditation (HA) องค์การมีการส่งเสริมให้โอกาสพัฒนาความรู้ของบุคลากรอยู่เสมอ ทำให้บุคลากรเกิดการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง แสวงหาโอกาสในการร่วมพัฒนาหน่วยงาน องค์การอย่างต่อเนื่องยั่งยืนให้เป็นสถาบันที่เป็นเลิศ สอดคล้องแนวคิดของ ธนภรณ์ พรรณราย (2565) ความสามารถหรือทักษะในการทำงานของบุคคลและการจูงใจเพื่อนำมาบุคคลให้ใช้ความสามารถหรือทักษะในการทำงาน ทำให้เกิดการสร้างสรรค์ในการปฏิบัติงาน เกิดความพึงพอใจที่จะทำงานอย่างเต็มที่ตามศักยภาพของตน

2.3 ปัจจัยสภาพแวดล้อมในองค์การ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมในองค์การ ($F=39.637$, $p<.05$) ต่างกัน การมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO9001:2015 ของสำนักงานราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 และ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมในองค์กร ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 ของสำนักงานราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.89 ทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านกลยุทธ์ ค่าเฉลี่ย 3.96 ด้านรูปแบบการบริหาร ค่าเฉลี่ย 3.94 ด้านระบบการปฏิบัติงาน ค่าเฉลี่ย 3.87 และด้านค่านิยมร่วม ค่าเฉลี่ย 3.84 ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า **ด้านกลยุทธ์** มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเป็นอันดับหนึ่ง อาจเป็นเพราะองค์กรมีการปรับปรุง ด้านการจัดการระบบ โครงสร้าง มีการบริหารอย่างเป็นระบบ มีการส่งเสริมพัฒนาบุคลากรให้มีความเชื่อมั่นในวัฒนธรรมการบริหารขององค์กร อย่างไรก็ตามความคิดเห็นเกี่ยวกับราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ มีนโยบายในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 อย่างชัดเจน สอดคล้องกับแนวคิดของสุธินี เชษฐพนิต (2564) องค์กรควรมีเป้าหมายที่ชัดเจน สื่อสารเป้าหมายคุณภาพให้บุคลากรเข้าใจก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการนำนโยบายไปปฏิบัติ ทำให้เกิดความสำเร็จในที่สุด รองลงมาคือ ด้านรูปแบบการบริหาร อาจเป็นเพราะ ผู้บริหาร ผู้บังคับบัญชา มีทักษะความสามารถในการบริหาร มีการกำหนดนโยบาย แนวทางการบริหารงานในระดับปฏิบัติการที่ชัดเจน มีการวางแผน กำกับ ติดตาม และประเมินผลในกระบวนการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 จึงส่งผลให้บุคลากรมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับแนวคิดของ ชุตินา ทาสุนิทร์ (2564) การบริหารจัดการเป็นการขับเคลื่อนองค์กรให้ดำเนินงานบรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ผู้บริหาร มีหน้าที่กำหนดโครงสร้างหน้าที่ความรับผิดชอบของบุคลากรที่ปฏิบัติงานให้ชัดเจนเหมาะสม รองลงมา คือ ด้านระบบการปฏิบัติงาน ราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์มีการกำหนดบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบในหน่วยงานอย่างชัดเจน มีการจัดโครงสร้างแบ่งสายงานการบังคับบัญชาอย่างชัดเจน มีการแต่งตั้งคณะกรรมการ ทีมงาน ผู้รับผิดชอบ กำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจนในกระบวนการพัฒนาระบบบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 สอดคล้องกับแนวคิดของ สุธินี เชษฐพนิต (2564) องค์กรควรสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายหรือกระบวนการดำเนินงานทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน ลดความสับสนในการดำเนินงาน บุคลากรรู้แนวทางในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายตรงตามวัตถุประสงค์ขององค์กร และอันดับสุดท้าย คือ ด้านค่านิยมร่วม ราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ มีการส่งเสริมให้บุคลากรเห็นความสำคัญกับ วัฒนธรรมองค์กร CHULABHORN ค่านิยมหลัก CRA TEAM และสมรรถนะหลัก CRA CORE Value มีการถ่ายทอดแผนยุทธศาสตร์ให้บุคลากรมีจุดมุ่งหมายเดียวกัน เกิดการปฏิบัติตามค่านิยมร่วมกัน มุ่งเน้นสู่ความสำเร็จบรรลุผลลัพธ์ตามเป้าหมายขององค์กร สอดคล้องแนวคิดของ กนกวรรณ แก้วดี (2565) การกำหนดค่านิยมร่วมขององค์กร เกิดอัตลักษณ์องค์กร สร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันส่งผลให้บุคลากรมีทิศทางเดียวกับองค์กรนำไปสู่การเป้าหมายที่กำหนดไว้

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 ของสำนักงานราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ มีข้อเสนอแนะดังนี้

ข้อเสนอแนะจากผลงานวิจัย

1. การมีส่วนร่วมของบุคลากร ผลการวิจัยพบว่าด้านการดำเนินการ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดดังนั้น องค์กรควรเปิดโอกาสให้บุคลากรได้เข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอนการดำเนินการแต่ละกระบวนการให้มากขึ้น เช่น การเปิดโอกาสให้บุคลากรกำหนดตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานของตนเองให้สอดคล้องกับพันธกิจ แผนยุทธศาสตร์ และส่งเสริมให้ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับคุณภาพการบริหาร

จัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 กับบุคลากรทุกคน ทุกหน่วยงาน เช่น การจัดอบรมให้ความรู้เบื้องต้น การจัดสัมมนาให้ความรู้และทบทวนก่อนการประเมิน

2. การจูงใจ ผลการวิจัยพบว่า ด้านลักษณะงานที่สร้างสรรค์และท้าทาย มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดตั้งนั้น องค์การควรส่งเสริมการจูงใจให้บุคลากรที่สามารถพัฒนาผลงานที่งานสรรค์หรือเพิ่มผลิตภาพในการทำงานของตนเอง เช่น ประกวดแข่งขันนวัตกรรมในองค์กร

3. สภาพแวดล้อมในองค์การ ผลการวิจัยพบว่า ด้านค่านิยมร่วม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดตั้งนั้น ผู้บริหารควรมีแผนการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ ให้บุคลากรทุกคน ทุกหน่วยงานของราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ตระหนักถึงความสำคัญของค่านิยมร่วม เช่น เพิ่มความหลากหลายของช่องทาง หรือสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์กับคนในองค์การ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 ของสำนักงานราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ เช่น การสื่อสาร โครงสร้างองค์การ เป็นต้น

2. ควรศึกษาหน่วยงานอื่น ๆ ภายใต้งำกับของราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ที่มีการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 เพื่อให้เกิดความหลากหลายของข้อมูล สามารถวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรค นำมาพัฒนาการมีส่วนร่วมของบุคลากรต่อไป

3. ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรภายใต้การบริหารจัดการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล

เอกสารอ้างอิง

- ชุตินา ทาสุนทร. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของสถาบันเทคโนโลยีปทุมวัน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ)
- ติกขเวทย์ ก้อนแก้ว. (2562). ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการเป็นตัวแทนหน่วยงานเพื่อขับเคลื่อนค่านิยม EP SPIRIT ของบริษัท ปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน). (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล)
- ธนภรณ์ พรณราย. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา. (ปริญญาตรีรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์)
- ธนาทิพย์ ขวัญทอง. (2566). แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา. (ปริญญาตรีรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์)
- ปิยนันท์ สวัสดิ์ศฤงคาร. (2564). 7S Model [McKinsey] สืบค้นจาก <https://drpiyanan.com/2021/05/27/7s-model-mckinsey>
- พัชรี พันธุ์แดงไทย. (2564). แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์).
- เพ็ญทิพย์ แยมมี. (2565). การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานตามระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001:2015 ของพนักงานบริษัทเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งหนึ่ง. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สมพร มณีจันทร์. (2564). ทฤษฎี McKinsey's 7s Framework. สืบค้นจาก <https://www.gotoknow.org/posts/693215>

- สุธาริณี วงศ์ใหญ่. (2563). การพัฒนาองค์การและการมีส่วนร่วมในงานที่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันและประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุธินี เชษฐพิณิต. (2564). ปัจจัยเหตุของการมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานของบุคลากรภายใต้มาตรฐาน ISO 9001:2015. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- สุรีย์ ทรัพย์สง่า. (2565). พฤติกรรมการทำงานของบุคลากรภายหลังได้รับการรับรองมาตรฐานระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001:2015 กรณีศึกษาสำนักงานวิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย)
- Cohen, John M. & Uphoff, Norman T. (1980). *Participation's place in rural development: Seeking clarity through specificity. World Development, Elsevier, 8(3).*
- Huber, K.P.& Herzberg, G. (1979). *Molecular Spectra and Molecular Structure: IV Constants of Diatomic Molecules*. New York: Van Nostrand Reinhold Company
- Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1007/978-1-4757-0961-2>.

ความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางอารมณ์ ความผูกพันในงาน และประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงานในธุรกิจโรงแรมในจังหวัดชลบุรี

พนัดดา จันทเพชร^{1*} ศิริวรรณ ภิญโญสิริพันธ์² และพรรัตน์ แสงดงหาญ³

¹อาจารย์ประจำ สาขาการจัดการและนวัตกรรมการบริการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

^{2,3}อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยบูรพา

*Corresponding author e-mail: panadda.ch@go.buu.ac.th

วันที่รับบทความ (Received) 29 มิถุนายน 2567

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 12 สิงหาคม 2567

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 19 สิงหาคม 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาข้อมูลในเชิงลึกเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางอารมณ์ ความผูกพันในงาน และประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงานส่วนหน้าในธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไปในจังหวัดชลบุรี ด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยศึกษาปรากฏการณ์ ซึ่งเป็นการศึกษาเพื่ออธิบายความหมาย ที่มาจากประสบการณ์ของบุคคล ที่มีต่อแนวคิดหรือปรากฏการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งในการศึกษานี้ คือ ประสบการณ์ของเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงานที่เชื่อมโยงกับความฉลาดทางอารมณ์ ความผูกพันในงานของพนักงานโรงแรม ผู้ให้ข้อมูลหลักได้แก่ผู้บังคับบัญชาจำนวน 14 คน ซึ่งปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรมในจังหวัดชลบุรี ด้วยวิธีการสัมภาษณ์อย่างเชิงทฤษฎี เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่แนวทางการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก โดยใช้วิธีวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาแบบดั้งเดิม การกำหนดรหัส ประเภทข้อมูล และประเด็นหลัก ผลการวิจัยพบว่า ความฉลาดทางอารมณ์ ความผูกพันในงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงาน โดยความฉลาดทางอารมณ์ ช่วยให้พนักงานแสดงออกซึ่งพฤติกรรมบริการที่สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ขณะที่ปัจจัยความผูกพันในงานส่งผลให้พนักงานเกิดความกระตือรือร้น ความทุ่มเท และความภาคภูมิใจในงาน ทำให้พนักงานให้บริการด้วยความสุข ดังนั้นผู้บริหารและผู้บังคับบัญชาควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์และความผูกพันในงานเพื่อสร้างความสำเร็จในการแข่งขัน

คำสำคัญ: ความฉลาดทางอารมณ์ ความผูกพันในงาน ประสิทธิภาพการบริการ

THE RELATIONSHIP BETWEEN EMOTIONAL INTELLIGENCE WORK ENGAGEMENT AND EMPLOYEE SERVICE PERFORMANCE WORKING IN THE HOTELS IN CHONBURI

Panadda Chanphet¹ Siriwan Pinyosiripan² and Pornrat Sadangharn³

¹Business Management and Innovation, Burapha Business School, Burapha University, Thailand

^{2,3}Lecture of Burapha University

Abstract

This research aims to investigate the relationship between emotional intelligence work engagement and service performance of front-line employees working in 3-star and above hotel businesses in Chonburi. Using a theoretical sampling method and semi-structured interview approach, data collection was conducted through in-depth interviews, using traditional content analysis, coding, data types, and main points. The results of the research found that emotional intelligence and work engagement were positively related to employees' service performance. Emotional intelligence helped employees express service behaviors that impressed customers, while work engagement factors led to employees' enthusiasm, dedication, and pride in their work, leading employees to provide services with happiness. The results of the research indicated that emotional intelligence and work engagement have a positive relationship with employee service performance. Therefore, executives and supervisors should focus on developing emotional intelligence and work engagement to gain a competitive advantage.

Keywords: Emotional Intelligence, Work Engagement, Service Performance

ความสำคัญและที่มาของงานวิจัย

ปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินงานทางธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยีการสื่อสารหรือหุ่นยนต์บริการ ซึ่งเทคโนโลยีเหล่านี้ถูกนำมาใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเฉพาะอุตสาหกรรมโรงแรม ซึ่งมีการแข่งขันสูงทั้งจากธุรกิจเดียวกันและธุรกิจที่พัวพันในรูปแบบอื่น (พุทธชาติ ลุนคำ, 2565) อย่างไรก็ตามจากการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั่วโลกพบว่าถึงแม้เทคโนโลยีจะเข้ามามีบทบาทสำคัญ แต่ไม่สามารถเข้ามาทดแทนมนุษย์ได้ โดยนักท่องเที่ยวยังคงต้องการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลเพื่อเชื่อมต่อกับความรู้สึกและอารมณ์ที่ตอบสนองในรูปแบบของปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์ซึ่งไม่สามารถแทนที่ได้ด้วยเทคโนโลยีหรือหุ่นยนต์ (Cognard, 2019)

ด้วยเหตุนี้พฤติกรรมในการให้บริการของพนักงานส่วนหน้า (Frontline) ผู้ซึ่งมีความใกล้ชิดกับลูกค้ามากที่สุดจึงต้องแสดงออกถึงความเป็นมิตรด้วย ความเห็นอกเห็นใจ ความเข้าใจ และสร้างรอยยิ้มเพื่อส่งมอบให้ลูกค้าได้ในทุกเวลา ไม่ว่า ณ ขณะนั้นผู้ให้บริการจะอยู่ในความรู้สึกแบบใดก็ตาม รอยยิ้มที่มอบให้ลูกค้าจะต้องมาจากความจริงใจไม่ใช่ด้วยการปรุงแต่งขึ้น (Sukhragcha, Munkhuu & Badarch, 2021) ดังนั้นความฉลาดทางอารมณ์ ซึ่งเป็นทักษะความสามารถในการควบคุมอารมณ์และความรู้สึกของตนเองและผู้อื่น ความสามารถในการประเมิน วิเคราะห์และแยกแยะ ความรู้สึกและอารมณ์ต่าง ๆ และนำข้อมูลที่ได้มาให้เป็น

แนวทางในการไตร่ตรองและแสดงออกซึ่งพฤติกรรมต่าง ๆ จึงถือเป็นคุณสมบัติพื้นฐานที่สำคัญของพนักงานส่วนหน้า (Sayed, Proches, & Sayed, 2021)

นอกจากนี้พนักงานบริการถือเป็นแรงงานทางอารมณ์ (Biron & Van Veldhoven, 2012) ซึ่งต้องปฏิบัติงานภายใต้กฎระเบียบขององค์กรที่ให้พนักงานแสดงออกทางอารมณ์ตามที่องค์กรกำหนด ซึ่งความกดดันนี้ส่งผลให้พนักงานเกิดความเหนื่อยล้าทั้งทางด้านจิตใจและทางกายภาพและนำไปสู่ความอ่อนล้าทางอารมณ์ (Iqbal, Mirza, Sajid & Adeel, 2018; Jeung, Kim & Chang, 2018) และเพื่อเป็นการป้องกัน การกระตุ้นความผูกพันในงานจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะความผูกพันในงานคือสภาวะทางอารมณ์เชิงบวกที่เกี่ยวข้องกับงาน ดังนั้นมันจึงเปรียบเสมือนเครื่องมือที่ใช้ในการป้องกันพนักงานในการนำไปสู่ความอ่อนล้าทางอารมณ์ (Schaufeli, Salanova, González-Romá, & Bakker, 2002) และเนื่องด้วยงานวิจัยที่ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างเรื่องดังกล่าวยังมีอยู่จำกัด โดยเฉพาะในบริบทของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดชลบุรี ดังนั้น จึงส่งผลให้มีความจำเป็นต้องหาข้อมูลเชิงประจักษ์เพื่อยืนยันว่า ความฉลาดทางอารมณ์ และความผูกพันในงานมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการบริการซึ่งผลวิจัยเรื่องนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้บังคับบัญชา ซึ่งจะสามารถนำข้อมูลจากการศึกษาครั้งนี้ไปใช้ประกอบการตัดสินใจเกี่ยวกับการวางแผนพัฒนาบุคลากร เช่น การกำหนดหัวข้อการจัดอบรมเพื่อสร้างความฉลาดทางอารมณ์ เพื่อให้พนักงานภายใต้การบังคับบัญชาตระหนักถึงความสำคัญในการจัดการ ทำความเข้าใจ อารมณ์และความรู้สึกของทั้งตนเองและผู้อื่น (ลูกค้า เพื่อนร่วมงาน) ซึ่งนอกจากจะพัฒนาการให้บริการของพนักงานส่วนหน้าแล้ว ผลการวิจัยยังช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างเพื่อนร่วมงานด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ข้อมูลจากการศึกษาครั้งนี้สามารถใช้ในการกำหนดคุณสมบัติของพนักงานที่เหมาะสมกับคุณลักษณะของงานทางด้านการบริการ รวมถึงการคัดเลือกพนักงานที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับตำแหน่งงานทางด้านการบริการ

วัตถุประสงค์งานวิจัย

เพื่อค้นหาข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางอารมณ์ ความผูกพันในงาน และประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงานส่วนหน้าในธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไปในจังหวัดชลบุรี

ทบทวนวรรณกรรม

ประสิทธิภาพการบริการ

Utin and Yosepha (2019) กล่าวว่า ประสิทธิภาพคือคุณภาพและปริมาณของความสำเร็จในการทำงานที่กำหนดให้พนักงานต้องทำให้เสร็จตามลักษณะงานในระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งสอดคล้องกับ Singh, Verbeke and Rhoads (1996) ที่ระบุว่าผลการปฏิบัติงานของพนักงานคือระดับที่บุคคลจะปฏิบัติงานตามความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมาย ในขณะที่ Jewell and Siegall (1990) มองว่าประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานเป็นผลจากระดับที่พนักงานขององค์กรได้บรรลุภารกิจในการทำงาน เพื่อให้ได้มาซึ่งความพึงพอใจขององค์กร โดยที่ Dakhoul (2018) อธิบายว่าประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานเป็นผลลัพธ์โดยรวมของทักษะ ความพยายาม และความสามารถของพนักงานทุกคน ซึ่งนำมารวมกันเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร

อย่างไรก็ดี ในภาคกรบริการการกำหนดประสิทธิภาพของพนักงานนั้นแตกต่างออกไป เนื่องจากในการให้บริการมีความเกี่ยวข้องกับการมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการกำหนดค่าจำกัดความของประสิทธิภาพของพนักงาน (Liao & Chuang, 2004) Bowen and Schneider (1988) อธิบายลักษณะการบริการว่า เป็นผลลัพธ์ที่มองไม่เห็นจับต้องไม่ได้ แต่เป็นผลลัพธ์ที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ นอกจากนี้ยังเกี่ยวข้อง

กับการมีส่วนร่วมของลูกค้า ซึ่งก่อให้เกิดการบริโภคและการผลิตในเวลาเดียวกัน โดยที่พฤติกรรมของพนักงานมีบทบาทสำคัญในการกำหนดการรับรู้ของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการ ดังนั้นประสิทธิภาพในการให้บริการจึงหมายถึง พฤติกรรมการให้บริการและการช่วยเหลือลูกค้าของพนักงาน (Liao & Chuang, 2004)

ความฉลาดทางอารมณ์

Salovey and Mayer (1990) ได้ให้ความหมายความฉลาดทางอารมณ์ไว้ว่า คือความสามารถอันได้แก่ ความสามารถในการควบคุมอารมณ์และความรู้สึกของตนเองและผู้อื่น ความสามารถในการประเมินวิเคราะห์และแยกแยะ ความรู้สึกและอารมณ์ต่าง ๆ และนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการไตร่ตรองและแสดงออกซึ่งพฤติกรรมต่าง ๆ ในปัจจุบันความฉลาดทางอารมณ์ได้รับความสนใจจากนักวิจัยเชิงวิชาการเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก เนื่องจากอารมณ์และความรู้สึกถูกมองว่าเป็นแหล่งที่มาของพฤติกรรมของมนุษย์ ซึ่งนำไปสู่ผลลัพธ์ที่น่าพอใจหรือผลลัพธ์ไม่พึงปรารถนาได้ (Kim, Kim, Rhee, Lee, Jeong, Lee & Park, 2022) บุคคลที่มีความฉลาดทางอารมณ์สูงสามารถเข้าใจและแสดงออกถึงอารมณ์ของตนเอง รับรู้อารมณ์ของผู้อื่น ควบคุมผลกระทบ และแสดงออกทางอารมณ์เพื่อใช้ในการปฏิสัมพันธ์และปรับพฤติกรรมของตนในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี (Moopayak, Udomphanthurak, Kanyapattanaporn, Sangchan & Kaesornsamut, 2015)

ความผูกพันในงาน

Schaufeli et.al (2002) ได้ให้ความหมายความผูกพันในงานว่า สถานะทางจิตใจเชิงบวกที่ได้รับการเติมเต็มซึ่งสัมพันธ์กับการทำงาน โดยผู้ที่มีความผูกพันในการทำงานจะมีลักษณะ 3 ด้าน คือ ด้านความกระตือรือร้น ด้านการทุ่มเทอุทิศตน และด้านการรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งกับงาน ด้านความขยันขันแข็ง (Vigor) หมายถึง ระดับพลังงานและความและความยืดหยุ่นทางจิตระดับสูงในขณะปฏิบัติงาน มีความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามในการทำงานของตน และมีความอดทนในช่วงเวลาที่ต้องเผชิญกับความยากลำบาก ด้านการอุทิศตนให้กับงาน (Dedication) เกี่ยวข้องกับความรู้สึกถึงการมีคุณค่าและความหมาย ความกระตือรือร้น แรงบันดาลใจ ความภาคภูมิใจ และความท้าทาย ด้านการเป็นส่วนหนึ่งกับงาน (Absorption) เกี่ยวกับการมีสมาธิจดจ่ออยู่กับงานของตนอย่างมีความสุข ทำให้รู้สึกว่าเวลาผ่านไปอย่างรวดเร็วขณะทำงาน ซึ่งเมื่อพนักงานมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งกับงานของตน การนำพาตนเองออกจากงานนั้นจึงเป็นเรื่องยาก

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการศึกษาปรากฏการณ์ (Phenomenology) ซึ่งเป็นการศึกษาเพื่ออธิบายความหมาย (Meaning) ที่มาจากประสบการณ์ของบุคคล ที่มีต่อแนวคิดหรือปรากฏการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งในการศึกษานี้ คือ ประสบการณ์เกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงานที่เชื่อมโยงกับความฉลาดทางอารมณ์ ความผูกพันในงานของพนักงานโรงแรม

สำหรับการกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ในขั้นแรกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างเชิงทฤษฎี (Theoretical Sampling) ตามแนวคิดของ (Charmaz, 2012) ซึ่งเป็นกระบวนการเก็บข้อมูลที่มุ่ง ก่อให้เกิดทฤษฎีโดยไม่มีกำหนดไว้ล่วงหน้าจากกลุ่มประชากร โดยเลือกธุรกิจโรงแรมในจังหวัดชลบุรี กำหนดเป็นโรงแรมระดับ 3 ดาว ขึ้นไป รวมทั้งสิ้น 4 แห่ง โดยเลือกตามความสมัครใจของผู้บริหารโรงแรมและผู้บังคับบัญชาของพนักงานบริการส่วนหน้าแต่ละแผนก จากนั้นจึงเลือกบุคคลผู้ที่จะให้ข้อมูลด้วยวิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้ให้ข้อมูลหลักจะต้องมีตำแหน่งเป็นผู้บังคับบัญชาโดยตรงของพนักงานส่วนหน้า และปฏิบัติงานในตำแหน่งดังกล่าวไม่ต่ำกว่า 1 ปี ขึ้นไป ตามแนวคิดของ Cresswell (2018) ระบุจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ควรอยู่ที่ 3 – 10 คน หรือจนกว่าข้อมูลอิ่มตัว ซึ่งในงานวิจัยฉบับนี้ได้กำหนดว่าจำนวนผู้ให้ข้อมูลใน

การศึกษาปรากฏการณ์ควรมีจำนวน 10 คน ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลเกินเกณฑ์ที่กำหนดเป็นจำนวนทั้งสิ้น 14 คน จึงหยุดเมื่อข้อมูลมีการอิ่มตัว

ในส่วนของเครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพใช้แนวทางการสัมภาษณ์และตัวผู้วิจัย โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open Ended) โดยใช้แนวทางการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structure) เพื่อให้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้แนวทางการสัมภาษณ์ (Interview Guide) ตามวิธีการของ Yin (2018) โดยออกแบบคำถามจากศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ บทความ วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความฉลาดทางอารมณ์ ความผูกพันในงาน และประสิทธิภาพในการบริการทั้งในและต่างประเทศ โดยจำแนกเป็นคำถามเกี่ยวกับประสบการณ์ (Experience) ความคิดเห็น (Opinion) ความรู้สึก (Feeling) ความรู้ (Knowledge) และพื้นหลังของผู้ให้ข้อมูล (Background of The Key Informants) เช่น “พนักงานได้แสดงถึงการเข้าใจอารมณ์และความรู้สึกของตนเองขณะปฏิบัติงานมากน้อยเพียงใด โปรดอธิบาย” และ “พนักงานได้แสดงถึงความมุ่งมั่น ทุ่มเทอุทิศตนในการทำงานมากน้อยเพียงใด โปรดอธิบาย” การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Consistency: IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ผลการตรวจสอบพบว่า ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามในแบบสอบถามทั้งหมดทุกชุดมีค่าเกิน 0.50 ซึ่งพบว่า มีค่าความสอดคล้องเท่ากับ 1 ด้านการวิเคราะห์ข้อมูลได้ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาแบบดั้งเดิม (จำเนียร จวงตระกูล และ นวสันต์ วงศ์ ประสิทธิ์, 2562) โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. อ่านข้อมูลจากการสัมภาษณ์อย่างละเอียด
2. ค้นหาข้อความสำคัญ (Significant Statement)
3. กำหนดความหมาย (Meaning) จากข้อความสำคัญ
4. นำความหมายที่ได้มาจัดกลุ่มเป็นหัวข้อเรื่อง (Themes)
5. นำผลที่ได้ทั้งหมดมาจัดทำเป็นคำบรรยายปรากฏการณ์ (Exhaustive Description) ที่มีการแสดงถึงโครงสร้างสำคัญ (Essential Structure) ของปรากฏการณ์นั้น

ส่วนการสร้างที่น่าเชื่อถือให้กับผลการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบรอบทิศ (Data Triangulation) ตามแนวทางของ Carter, Bryant-Lukosius, DiCenso, Blythe, and Neville (2014) โดยจะเน้นการตรวจสอบข้อมูลที่ได้มาจากแหล่งต่าง ๆ ว่าจะมีความเหมือนกันหรือไม่รวมทั้งเก็บรวบรวมเอกสารทั้งหมดเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องและความถูกต้องของข้อมูลตั้งแต่เริ่มทำการวิจัย (Audit Trail) ประกอบกัน นอกจากนี้ จะมีการตรวจทานข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูล (Member Checking) ด้วยการส่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลให้ตรวจสอบด้วยตนเองอีกครั้งก่อนการนำไปสรุปผล สำหรับจรรยาบรรณในการวิจัย แบบแนวทางการสัมภาษณ์ในการวิจัยครั้งนี้จะดำเนินการผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก 14 คน เมื่อวิเคราะห์ตามวิธีวิเคราะห์ข้อมูลที่กล่าวข้างต้น ได้ผลการวิเคราะห์ตอบวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้บังคับบัญชาต่อความฉลาดทางอารมณ์ ความผูกพันในงาน และประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงาน

ประเด็นหลัก (Theme)	ประเภทข้อมูล (Categories)	รหัส (Codes)	ตัวอย่างการสัมภาษณ์
ความฉลาดทางอารมณ์	การเข้าใจอารมณ์ และความรู้สึกของ ตนเอง	1.การรับรู้ถึงอารมณ์ของ ตนเอง	Sup 8 “ในส่วนแผนกแม่บ้านเราอะ เขาค่อนข้างที่จะมองเห็นตัวเองค่อนข้างที่จะชัดเจน”
		2. การจัดการอารมณ์ ของตนเอง	Sup 1 “ความรู้สึก เขาก็จะเข้าใจตัวเองระดับนึง แต่ไม่ได้สูงมาก แล้วก็ไม่ได้ต่ำมาก เพราะเขาก็จะมีการรู้อยู่แล้วถึงตารางการทำงานของเขาว่าเขาจะต้องทำอะไร อย่างไร ทุกคนเขาก็จะ เมเนจอารมณ์ของเขาได้”
		3. การปรับอารมณ์ให้ พร้อมกับการ ปฏิบัติงาน	Sup 7 “ก่อนที่จะเริ่มงานเราต้องทดสอบดูเขาก่อน ว่าวันนี้เขามีความพร้อมที่จะปฏิบัติงาน มากน้อยแค่ไหน ส่วนใหญ่ที่สังเกตดูก็ ส่วนใหญ่ทุกคนตอนเช้าก็จะมีความพร้อม มีความ Alert ทุกคนเต็มร้อยครับที่จะปฏิบัติงาน”
	การเข้าใจอารมณ์ และความรู้สึกของ ผู้อื่น	1. การสังเกตสีหน้า แววตา และ พฤติกรรมผู้อื่น	Sup 1 “เขาค่อนข้างที่จะเข้าใจอารมณ์ผู้อื่นได้มาก อย่างเช่นบางครั้งเขาไปทำความสะอาด ห้อง เขาก็จะเข้าใจลูกค้าคนนี้ ดีเทลแบบนี้ ชอบแบบนี้ ไม่ชอบแบบนี้โดยที่ลูกค้าไม่ได้พูดแต่ เขาใช้การสังเกตครับ” Sup 6 “วันนี้หัวหน้าอารมณ์ไม่ดีนะ เข้าให้น้อยๆหน่อย ไม่จำเป็นไม่ต้องเข้า โผล่ไปให้เห็น เพราะเมื่อวานมีเคส วันนี้จะไม่เข้าไปให้เห็นแต่ถ้าวันนี้ หัวหน้ายิ้มมาแต่ไกล วันนี้เข้าไปทั้งวัน เลย หัวหน้าชมทั้งวัน ประมาณนั้น”
		2. การทำความเข้าใจ อารมณ์และ ความรู้สึกของผู้อื่น	Sup 8 “บางครั้งอะเราก็ต้องเรียนรู้ว่าเฮ้ยเขาอยู่ในสถานการณ์แบบไหนเพื่อนอยู่ในอารมณ์ ไหน จะเข้าหาแบบไหน โดยเฉพาะกับลูกค้าต้องการอะไร”

ประเด็นหลัก (Theme)	ประเภทข้อมูล (Categories)	รหัส (Codes)	ตัวอย่างการสัมภาษณ์
ความฉลาดทางอารมณ์ (ต่อ)	การควบคุมอารมณ์ และความรู้สึกของ ตนเอง	1. การแสดงออก	Sup 9 “คือความเป็นจริงเลยเนอะ อาจจะโดนลูกค้ามี comment มาประมาณหนึ่งนะครับ แต่ก็ไม่แสดงออกนะตรงนั้น แล้วก็มาพูดคุยกันหลังบ้าน”
		2. การควบคุมอารมณ์	Sup 5 “อันนี้พูดตามแฟลคเลยนะคะ อย่างเช่นน้องบางคนอะ เหมือนกับเขาไม่ไหวแล้วอะไร อย่างนี้เขาก็จะมีวิธีการควบคุมของเขาด้วยวิธีการ ขออนุญาตคะคุณลูกค้า แล้วไปเปลี่ยนให้อีกคนมาแทน”
ความผูกพันในงาน	ความกระตือรือร้น	1. ความพร้อมในการทำงาน	Sup 3 “พนักงานของเราด้วยความที่ว่าบางคนก็มีความกระตือรือร้นให้เห็น อย่างเช่นว่าพร้อมที่จะมาทำงานและพร้อมทุ่มเทให้กับการทำงานใหม่ ใช่ อันนั้นคือเห็นด้วยจริง”
		2. การตอบสนองต่อ งานด้วยความ รวดเร็ว	Sup 3 “เวลาพูดถึงการสั่งงานจะได้รับงานเขาจะมีความรู้สึกว่าเขาจะรีบไปดูหน้างานและรีบทำงานติดขัดยังงี้ก็โทรมาคุ้ยหาหรือไม่ก็ปรึกษาซัพเปอร์ความกระตือรือร้นในการทำงาน ว่าหนึ่งสองสาม ได้ไหม ไม่ได้ทำยังไง”
		3. ความรับผิดชอบใน หน้าที่ของตนอย่าง เคร่งครัด	Sup 4 “ผมว่าถ้าอย่างที่เราเห็นมาก็คือค่อนข้างที่จะมากนะประมาณ 70 ถึง 80% ได้ ในแต่ละโปรเจกก็คือเขาจะทำเองได้ แบบว่าคนเนี่ยจะต้องรับผิดชอบอะไร”
	ความมุ่งมั่น ทุ่มเท และอุทิศตน	1. ความมุ่งมั่น	Sup 7 “บางงานเนี่ย เรามองดูแล้วมันจบบาก หมายถึงว่าบางเคสเนี่ยมันไม่สามารถจบได้ในช่วงเวลาที่เขาทำงานหรือปฏิบัติงานอยู่ อย่างเช่น 8-6 โมง งานตัวเนี่ยยังงี้ก็ไม่จบ แต่เขาจะมีความมุ่งมั่นที่จะเอางานตัวนี้อาให้จบ เพื่อที่ว่าเพื่อนรอบต่อไปจะได้ไม่ต้องรับผิดชอบ โดยไม่คำนึงถึงเวลาที่เขาจะต้องเสียไป”

ประเด็นหลัก (Theme)	ประเภทข้อมูล (Categories)	รหัส (Codes)	ตัวอย่างการสัมภาษณ์
ความผูกพันในงาน (ต่อ)		2. ความทุ่มเทให้กับงาน	Sup 8 “แล้วของแผนกแม่บ้านยังไม่เคยเห็นใครที่แบบว่าทิ้งงานหรือว่าหนึ่งงานหรือว่าปิดความรับผิดชอบเวลาที่โดนมอบหมายงาน เราก็เลยค่อนข้างมีความรู้สึกว่า เอ้ย เขาก็เต็มทีกับของเขา”
		3. การอุทิศตนให้กับงาน	Sup 9 “พอถึงเวลาที่เราขอความร่วมมือหรือสมมติว่าวันหยุดเจ็ย ลูกค้าเรามี urgent เพราะงานเราเป็น operation ก็คืองานค่อนข้างที่จะแบบ เช่น วันนี้มี ไม่มี วันพรุ่งนี้มีมาอย่างนี้เป็นต้น ขอมาก่อนได้ไหม เขาก็พร้อมที่จะให้ความร่วมมือเลย”
	ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งกับงาน	1. ความเต็มใจช่วยเหลือเพื่อนร่วมงาน	“บางคนก็คือช่วยเหลืองานโดยไม่คิดว่าต้องมาลงเป็นโอทีประมาณนั้น บางทีมีปัญหาวันหยุดรบกวนเข้ามาช่วยงานหน่อย ก็มา”
		2. การมีสมาธิจดจ่อกับงาน	Sup 6 “มีนะคะ ลืมไปเลยว่าต้องกลับบ้านแล้วก็มีคะ เด็กบางคนก็แบบเออหนึ่งจนแบบเหมือนคุณพ่อมารับก็ยังมีลืมนะว่าต้องกลับบ้านแล้วอย่างงี้ก็มีคะ”
		3. การคำนึงถึงงานของตนเองตลอดเวลา	Sup 1 “ดังนั้นความรู้สึกที่เขาส่งมาค่อนข้างมากนะครับ เรื่องการดูแล ส่งต่อมาให้เราทำ เมื่อเขารู้สึกว่าไม่โอเคไม่มีการแก้ไข ความรู้สึกการทำงานของเขาจะดริบลงมาก เพราะเขารู้สึกว่ามันเจอปัญหา ส่งปัญหามาแล้วปัญหาไม่ได้รับการแก้ไข พรุ่งนี้ก็เจออีก เค้าจะรู้สึกใหม่ว่าเป็นการที่ไม่อยากทำงานเลย แต่ถ้าเกิดสมมุติจะส่งปัญหามาให้เรา แล้วเราแก้ไขให้เขา มันจะทำให้เค้ารู้สึกว่ามันเกิดขึ้น”

ประเด็นหลัก (Theme)	ประเภทข้อมูล (Categories)	รหัส (Codes)	ตัวอย่างการสัมภาษณ์
ความผูกพันในงาน (ต่อ)		4. การรักในงานที่ทำ	Sup 8 “เท่าที่เห็นที่เด่นชัดที่สุดเขาแสดงออกถึงเขาจะรักเขาจะห่วงแหนในพื้นที่ของเขา แผนกแม่บ้านเราจะแบ่งชั้นแบ่งฟลอร์ มีรถทำความสะอาดเป็นของตัวเอง บางครั้งเรามีความรู้สึกว่า เอ้ย เขาเหมือนมีการแข่งขันกันเล็กๆคือฉันอยากให้แผนต้ออยากให้ฟลอร์ฉันสะอาด นั้นมันน่าจะบ่งชี้ได้ชัดเจนว่า เออ เขาก็รักในหน้าที่ของเขานะ รักในงานรักในส่วนหน้างานของเขา”
ผลการบริการ	ประสิทธิภาพการบริการ	1.การบริการที่เป็นมิตร	Sup 10 “พวกเราเป็นพนักงานบริการในการบริการแต่ละครั้งเราจะทำอย่างไรให้ลูกค้าพึงพอใจอย่างแรกเลยพวกคุณต้องยิ้มแย้มแจ่มใสพูดจาทักทายลูกค้า ถึงแม้จะพูดภาษาอังกฤษหรือทำอะไรไม่ได้พูดภาษาไทยไปเลยเดี๋ยวนี้หลายคนเข้ามาเที่ยวเมืองไทยเค้าเข้าใจภาษาไทยแล้วว่า คำว่าสวัสดีครับ สวัสดีค่ะ มันเป็นคำทักทาย”
		2.การให้ความช่วยเหลือ	Sup 1 “ช่วยเหลือได้ครับ แม้เขาจะไม่เก่งภาษาเลยแต่อย่าลืมนะภาษาที่ดีที่สุดในโลกเราคือภาษากาย” Sup 6 “เพราะอย่างที่บอก ถ้าลูกค้ามา หิวกระเป๋ ทางโรงแรมเราจะมีลิฟท์น้อย ทำให้ลูกค้าต้องขึ้นบันได แต่ลูกค้าหันมามองพี่เมท พี่เมทก็วิ่งเข้าไปเลยคะ เราจะสอบถามลูกค้าทันทีว่ามีอะไรให้ช่วยไหมคะ”
		3.การบริการที่สุภาพ	Sup 4 “ครับคือในส่วนในเรื่องของเรื่องความสุภาพ ต้องมาเป็นอันดับหนึ่งอยู่แล้ว เราเป็นพนักงานบริการเราก็ต้องมีความสุภาพ”
		4.การให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและบริการ	Sup 8 “เพราะว่าความรู้ภายในโรงแรม เกี่ยวกับ product ก็คือการขายของ ๆ เรายี่แหละ ก็แผนกอีกแหละคะ ต้องทำยังไงบอกเขา ก็อย่างเหมือนเพิ่งผ่านไปเมื่อวาน เราก็เพิ่งมีการ refreshing training ต่าง ๆ ว่า ภายในโรงแรมเรามีอะไร อย่างน้อย ๆ เขาไม่ได้รู้ 100% แต่สิ่งหนึ่งที่มันเกี่ยวกับแผนกแม่บ้านสามารถบอกลูกค้าได้ แล้วก็ถ้าสมมติว่ากรณีที่บอกไม่ได้จริง ๆ ควรจะไปตรงจุดไหน ให้ลูกค้าไปตรงจุดไหน เพื่อที่จะได้ไม่เสียความรู้สึกว่า ทำไมเธอตอบไม่ได้”

จากตารางที่ 1 เมื่อนำบทสัมภาษณ์มาวิเคราะห์กำหนดรหัส (Code) ประเภทข้อมูล (Category) และประเด็นหลัก (Theme) พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางอารมณ์ ความผูกพันในงาน และประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงานส่วนหน้า สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ความฉลาดทางอารมณ์

การแสดงออกถึงการเข้าใจอารมณ์และความรู้สึกของตนเองประกอบด้วย การรับรู้ถึงอารมณ์ของตนเอง การจัดการอารมณ์ของตนเอง และการปรับอารมณ์ให้พร้อมกับการปฏิบัติงาน โดยด้านการรับรู้ถึงอารมณ์ของตนเอง ผู้ให้ข้อมูลหลักทุกคนเห็นตรงกันว่าผู้ได้บังคับบัญชาของตนมีการรับรู้ถึงอารมณ์ของตนเองว่าอยู่ในอารมณ์ใด มีความรู้สึกเช่นไรในขณะปฏิบัติงาน โดยพนักงานจะมีการจัดการอารมณ์ของตนเอง ตัวอย่างเช่น เมื่อต้องเผชิญกับลูกค้าที่มีความต้องการสูง พนักงานจะรู้ตัวเองดีว่า ตัวเองกำลังจะทนไม่ไหว จึงขอตัวออกจากสถานการณ์ดังกล่าว ก่อนที่จะหลุดแสดงพฤติกรรมอันไม่เหมาะสม โดยให้เพื่อนร่วมงานที่มีความพร้อมมากกว่าเข้ามาช่วยรับช่วงต่อ ส่วนตัวพนักงานจะพยายามจัดการกับอารมณ์ที่เกิดขึ้น ณ ตอนนั้น ด้วยการระบายให้ผู้บังคับบัญชาหรือเพื่อนร่วมงาน ก่อนปรับอารมณ์ให้เข้าสู่สภาวะปกติให้รวดเร็วที่สุด

การเข้าใจอารมณ์และความรู้สึกของผู้อื่น ผลการวิจัยพบว่าผู้ให้ข้อมูลหลักทุกแผนกกล่าวว่าผู้ได้บังคับบัญชาของตนมีการรับรู้และแสดงออกถึงการเข้าใจอารมณ์และความรู้สึกของผู้อื่นในขณะปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี โดยใช้วิธีการสังเกตจากสีหน้า แววตา และพฤติกรรมผู้อื่น และการทำความเข้าใจกับอารมณ์และความรู้สึกของผู้อื่น โดยพนักงานผู้ให้บริการจะสังเกตลูกค้า เพื่อนร่วมงาน หรือแม้แต่ตัวหัวหน้าของตนเองด้วยการดูจากสีหน้า แววตา และน้ำเสียง หรือพฤติกรรมอื่น ๆ ที่แสดงออกมา ณ ขณะเวลาที่ต้องเผชิญหน้ากัน เมื่อรู้ว่าคุณค่าหรือเพื่อนร่วมงานอยู่ในอารมณ์ใด พนักงานจะพยายามทำความเข้าใจและปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ตรงหน้าและรับมือกับสถานการณ์ดังกล่าวด้วยวิธีการที่เหมาะสม แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับอายุและประสบการณ์ของพนักงานเช่นกัน จากการสัมภาษณ์พบว่า พนักงานที่อยู่ระหว่าง Gen X และผ่านประสบการณ์ชีวิตมากกว่า จะมีความเข้าใจอารมณ์และความรู้สึกของผู้อื่นได้ดีกว่า และมีความไวต่อความรู้สึกและอารมณ์ที่ผู้อื่นส่งมาได้มากกว่าพนักงานที่มีอายุน้อยและมีประสบการณ์น้อย

การควบคุมอารมณ์และความรู้สึกของตนเองในขณะปฏิบัติงานของพนักงานพบว่า ประกอบด้วย การเก็บอารมณ์และความรู้สึก และการควบคุมพฤติกรรม จากการสัมภาษณ์พบว่าพนักงานบริการส่วนหน้าต้องทำงานใกล้ชิดและมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้านั้น ตระหนักและรับรู้ถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นหากตัวพนักงานไม่สามารถควบคุมอารมณ์และความรู้สึกของตนเองได้ ดังนั้นทุกครั้งหากมีกรณีที่ต้องพบเจอปัญหากับลูกค้า พนักงานจะพยายามเก็บอารมณ์และความรู้สึกเอาไว้ให้ลึกที่สุด โดยการควบคุมพฤติกรรมของตนเองด้วยการพยายามไม่แสดงออกทั้งทางสีหน้าและแววตา และพยายามหาทางออกที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจสูงสุด

ผลการสัมภาษณ์ชี้ให้เห็นว่า พนักงานในอุตสาหกรรมบริการโดยเฉพาะธุรกิจโรงแรม ต่างตระหนักดีว่า งานที่ตนทำเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ ซึ่งต้องเผชิญและต้องมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าที่มีความหลากหลายทั้งทางเชื้อชาติ ศาสนา ภาษา และวัฒนธรรม ดังนั้นในทุกวันก่อนเริ่มต้นการทำงานพนักงานจะต้องจัดการกับความรู้สึกของตนเอง โดยไม่ว่าจะออกจากบ้านมาที่ทำงานด้วยอารมณ์ใดก็ตาม พนักงานจะต้องปรับอารมณ์ของตนเองให้พร้อมในการให้บริการลูกค้าเสมอ ส่วนการทำความเข้าใจถึงอารมณ์และความรู้สึกของลูกค้าขณะปฏิบัติงานเป็นเรื่องที่พนักงานบริการต้องคำนึงถึงตลอดเวลาเช่นกัน เพราะการรับรู้ว่าคุณค่าในช่วงเวลานั้น ๆ ลูกค้าอยู่ในอารมณ์หรือมีความรู้สึกเช่นไร จะทำให้พนักงานสามารถนำเสนอในสิ่งที่ลูกค้าต้องการได้อย่างถูกต้อง ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ในด้านการควบคุมอารมณ์เป็นเรื่องที่สำคัญมากกับงานบริการ โดยพนักงานที่ปฏิบัติงานใกล้ชิดกับลูกค้าจะทราบถึงผลที่ตามมา หากตนไม่สามารถควบคุมอารมณ์หรือความรู้สึกเอาไว้ได้

ความผูกพันในงาน

การแสดงออกถึงความกระตือรือร้นในการทำงาน ผลการวิจัยพบว่า พนักงานที่มีความกระตือรือร้นจะมีความพร้อมในการทำงาน มีการตอบสนองต่องานที่ได้รับมอบหมายอย่างรวดเร็ว และมีความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนอย่างเคร่งครัด จากการสังเกตผู้ให้ข้อมูลหลักเห็นว่า เมื่อได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบ พนักงานจะรีบตรงไปยังจุดที่ได้รับมอบให้อยู่ในความดูแล เพื่อทำความเข้าใจ และมีการขอคำปรึกษาในกรณีที่เกิดปัญหาที่ตนไม่อาจแก้ไขได้หรือเกินอำนาจการตัดสินใจ

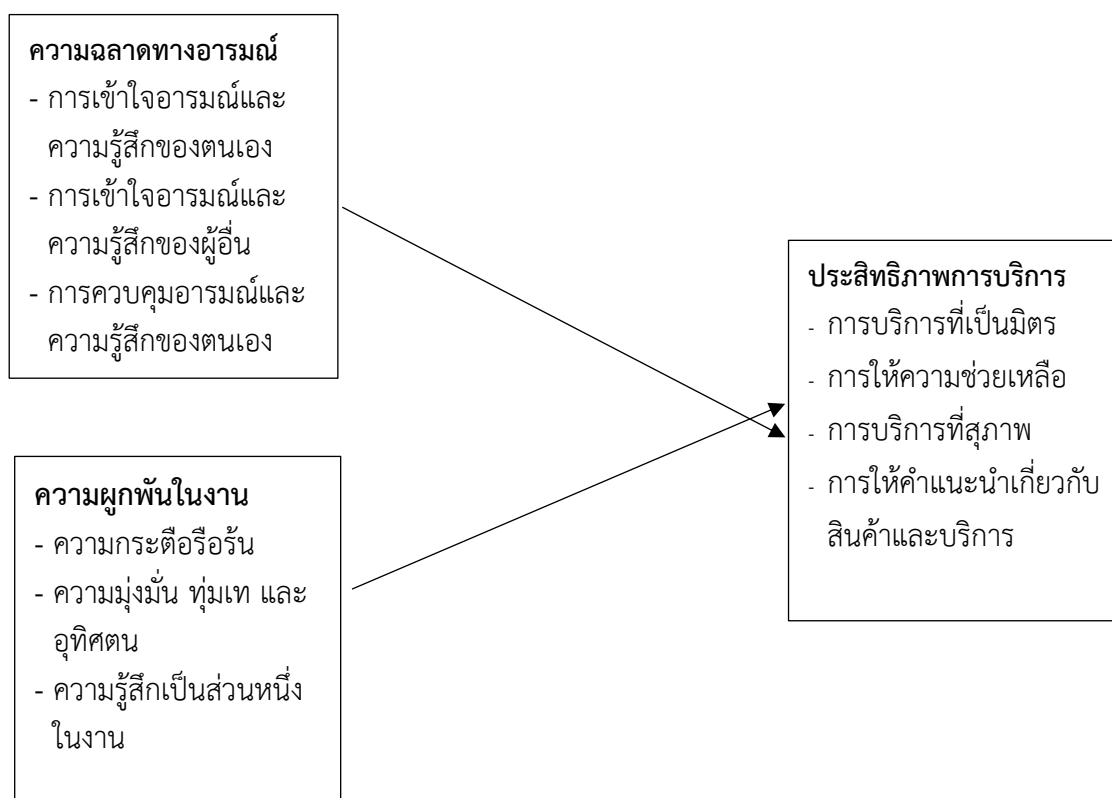
ด้านความมุ่งมั่น จากความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่า พนักงานมีความพยายามที่จะทำงานที่ได้รับมอบหมายให้ประสบผลสำเร็จ ไม่ว่างานที่ได้รับมอบหมายนั้นจะยากหรือใช้ระยะเวลานานในการทำให้บรรลุเป้าหมายก็ตาม ส่วนในด้านความทุ่มเทและอุทิศตนสามารถเห็นได้จากการเสียสละ เช่น ในกรณีที่แผนกมีการร้องขอความช่วยเหลือ ถึงแม้จะเป็นวันหยุดแต่ผู้ได้บังคับบัญชาก็ยังเต็มใจที่จะให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่เพื่อช่วยให้งานของแผนกสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยถึงแม้จะต้องมาทำงานในวันหยุดของตนเองก็ตาม ซึ่งบางครั้งเป็นการช่วยงานโดยไม่ได้อำนาจตอบแทนใด ๆ ทั้งสิ้น แต่พนักงานก็ยังทำงานด้วยความเต็มใจอย่างเต็มที่

ในด้านความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งกับงาน ผลการวิเคราะห์พบว่าพนักงานที่มีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งกับงานจะมีความเต็มใจช่วยเหลือเพื่อนร่วมงาน ทำงานด้วยใจ มีสมาธิจดจ่อกับงาน ระลึกถึงงานของตนอยู่ตลอดเวลาถึงแม้จะอยู่นอกเวลางาน และเกรงว่างานซึ่งเป็นหน้าที่ของตนอาจออกมาไม่มีประสิทธิภาพ หากตัวพนักงานไม่ได้เป็นผู้ดูแลจัดการงานเหล่านั้นด้วยตนเอง และที่สำคัญไปกว่านั้น จากการวิเคราะห์พบว่าพนักงานที่มีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของงานจะมีความรักและความรู้สึกภาคภูมิใจในงานที่ตนทำ หากพบปัญหาในงานจะเร่งแก้ไขหรือหากปัญหาที่ต้องเผชิญอยู่เหนือการควบคุมก็จะมีแรงจูงใจให้ผู้บังคับบัญชาทราบในทันที และจะรู้สึกไม่พอใจหากปัญหาดังกล่าวไม่ได้รับการแก้ไขหรือถูกมองข้ามจากผู้บังคับบัญชา

ประสิทธิภาพการบริการของพนักงาน

จากตารางที่ 1. แสดงให้เห็นว่า การให้บริการที่เป็นมิตร ปฏิบัติกับลูกค้าที่มาใช้บริการด้วยความสุภาพนอบน้อม คอยให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้า รวมถึงการให้คำแนะนำ เสนอสินค้าและบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ถือเป็นที่น่าสนใจไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งความพึงพอใจของลูกค้าถือเป็นกุญแจสำคัญของงานบริการ ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงและความอยู่รอดของโรงแรม ด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ ด้วยธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจให้บริการที่พักแก่นักเดินทาง ซึ่งมีการนำเสนอสินค้าและบริการที่คล้ายคลึงกันนั้นคือสถานที่ บรรยากาศ และสภาพแวดล้อมของที่พักอาศัย แต่สิ่งที่ทำให้โรงแรมหนึ่งแตกต่างจากอีกโรงแรมหนึ่งซึ่งมีทุกอย่างเหมือนกัน ไม่ว่าจะเป็นห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ คือ การให้บริการของพนักงาน โดยทั้งความพึงพอใจและความต้องการกลับมาพักซ้ำของลูกค้าจะเกิดขึ้นเมื่อลูกค้าสัมผัสถึงพฤติกรรมบริการที่เป็นมิตร ความนอบน้อม การใส่ใจ ซึ่งทั้งหมดนี้จะต้องเป็นการแสดงออกมาจากใจอย่างแท้จริง มิใช่การปรุงแต่งตามหน้าที่ ดังนั้นการปลูกฝังพนักงานในเรื่องของพฤติกรรมบริการแสดงออกกับลูกค้าจึงเป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะความเป็นมิตร ความสุภาพ รวมถึงการแสดงออกถึงความใส่ใจและความพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้าในทุกสถานการณ์ถือเป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อความประทับใจให้เกิดกับผู้รับบริการของโรงแรม

จากผลการวิจัยข้างต้น สามารถสร้างความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางอารมณ์ ความผูกพันในงาน และประสิทธิภาพในการบริการได้ดังนี้



ภาพที่ 1 ความสัมพันธ์ความฉลาดทางอารมณ์ ความผูกพันในงาน และประสิทธิภาพในการบริการ

จากภาพที่ 1 สามารถสรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่าง ความฉลาดทางอารมณ์ ความผูกพันในงาน และประสิทธิภาพในการบริการได้ดังนี้

ความฉลาดทางอารมณ์มีบทบาทสำคัญต่อประสิทธิภาพการบริการของพนักงาน เพราะการที่พนักงานจะให้บริการที่สร้างความประทับใจแก่ลูกค้าได้นั้น พนักงานผู้ปฏิบัติหน้าที่ให้บริการจะต้องรับรู้และทำความเข้าใจถึงอารมณ์และความรู้สึกของลูกค้าก่อนเป็นอันดับแรก ซึ่งจะช่วยให้การทำความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าเป็นไปได้ง่ายขึ้น เพราะบางครั้งพนักงานสามารถรับรู้ถึงความต้องการของลูกค้าได้โดยผ่านการสังเกต โดยไม่จำเป็นต้องเอ่ยปากถาม และนั่นยังเป็นการสร้างความประทับใจให้กับผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี เพราะแสดงให้เห็นถึงความเอาใจใส่ที่พนักงานมีให้กับลูกค้า นอกจากนี้การควบคุมอารมณ์และการแสดงออกของพนักงาน ณ ขณะปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าถือเป็นเรื่องสำคัญมากในการให้บริการ พนักงานที่สามารถควบคุมอารมณ์ไว้ภายในไม่ว่าจะอยู่ในสถานการณ์ใด และแสดงออกต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรมชาติจะช่วยให้บรรยากาศระหว่างปฏิสัมพันธ์เป็นไปอย่างราบรื่น และลดผลกระทบด้านลบที่อาจเกิดขึ้นในความทรงจำของผู้รับบริการ

ด้านความผูกพันในงาน ผลการวิจัยพบว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการเป็นอย่างมากเช่นกัน เพราะการที่พนักงานมีความผูกพันในงานจะก่อให้เกิดความกระตือรือร้น พร้อมทั้งจะให้บริการในทุกสถานการณ์ ความมุ่งมั่นทุ่มเท และอุทิศตนให้กับงาน นอกจากนี้พนักงานที่ผูกพันในงานจะมีความรักและภาคภูมิใจในงาน ซึ่งเป็นความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งในงานที่ตนรับผิดชอบ เมื่อมีความรู้สึกเช่นนี้จะทำให้พนักงานเกิดความพยายามที่จะบริการลูกค้าให้ดีที่สุด และเกิดข้อผิดพลาดขณะบริการให้น้อยที่สุด ทั้งนี้ไม่ใช่เพราะ

กลัวกับบทลงโทษ แต่เพราะเกิดจากความต้องการของตัวพนักงานเองที่ปรารถนาให้การบริการเป็นไปโดยสมบูรณ์แบบที่สุด

อภิปรายผล

ผลการศึกษาความคิดเห็นเชิงลึกของผู้บังคับบัญชาของพนักงานส่วนหน้าในธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไปในจังหวัดชลบุรี พบว่าความสัมพันธ์ของข้อค้นพบได้ว่า ความฉลาดทางอารมณ์ ด้านความผูกพันในงาน และด้านประสิทธิภาพการบริการมีความสัมพันธ์กัน โดยด้านความฉลาดทางอารมณ์ และด้านความผูกพันในงานส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานส่วนหน้า ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบจากนักวิชาการหลายท่านที่ให้ข้อมูลเชิงประจักษ์ว่า ปัจจัยด้านความฉลาดทางอารมณ์และปัจจัยด้านความผูกพันในงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการบริการของพนักงาน (Khanguraa, Kaurb, & Rana, 2023; Sahmuddin, Siregar, & Hanum, 2022; Onyeonoro, Anyanwu, Ohwobevughe, & Onyeonoro, 2023; Sumaneeva, Karadas, & Avci, 2021) โดยพนักงานที่มีความฉลาดทางอารมณ์จะสามารถประเมินและทำความเข้าใจอารมณ์และความรู้สึกของทั้งตนเองและผู้อื่น รวมถึงสามารถควบคุมอารมณ์และพฤติกรรมที่จะแสดงต่อลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งส่งผลต่อการประสบความสำเร็จในการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานบริการส่วนหน้ากับผู้เข้าพักในโรงแรมได้เป็นอย่างดี ดังที่ Şahin and Işık (2020) และ Knežević et.al (2021) กล่าวไว้ นอกจากนี้ผลการวิจัยยังแสดงให้เห็นอีกว่าพนักงานที่มีความผูกพันในงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการบริการของพนักงานบริการส่วนหน้า ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงประจักษ์ของ Sumaneeva et.al (2021) เพราะพนักงานที่มีความผูกพันในงาน เนื่องจากพนักงานที่มีความผูกพันในงานจะมีความกระตือรือร้น มุ่งมั่นทุ่มเท และมีความรักในงานที่ทำ ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ทำให้พนักงานปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจ มีการใส่ใจเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า

ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยในครั้งนี้มีนัยสำคัญต่อประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานส่วนหน้าซึ่งปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไปในจังหวัดชลบุรี โดยความฉลาดทางอารมณ์และความผูกพันในงานส่งผลกระทบท่อประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานส่วนหน้า พนักงานบริการส่วนหน้าเป็นพนักงานที่อยู่ในส่วนที่ต้องใกล้ชิดกับลูกค้ามากที่สุด ดังนั้นพนักงานจะต้องมีความอ่อนไหวต่อความรู้สึกและความต้องการของผู้เข้าพักได้ และควรแสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์ นอกจากนี้การบริการด้วยความเต็มใจและคำนึงถึงความพึงพอใจต่อลูกค้าตลอดเวลาจึงเป็นสิ่งจำเป็น ดังนั้นผู้บริหารและผู้บังคับบัญชาควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์และความผูกพันในงาน เช่น การจัดคอร์สอบรมทักษะความฉลาดทางอารมณ์ให้กับพนักงานบริการส่วนหน้า เพื่อเสริมสร้างทักษะและให้พนักงานได้ตระหนักถึงความสำคัญของความฉลาดทางอารมณ์ ส่วนการสร้างความผูกพันในงาน ทางผู้บริหารสามารถใช้การสร้างแรงจูงใจ อาทิเช่น การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา การชมเชย และการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี ทั้งนี้เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

เอกสารอ้างอิง

จำเนียร จวงตระกูล และนวิสนันท์ วงศ์ประสิทธิ์. (2019). การวิเคราะห์เนื้อหาในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ. *PAAT Journal (วารสารสมาคมรัฐประศาสนศาสตร์แห่งประเทศไทย)*, 1(2), 9-22.

- พุทธชาติ ลุนคำ, (2565). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2565 – 2567: ธุรกิจโรงแรม. สืบค้นจาก https://www.krungsri.com/getmedia/aa9cf904-6514-4a14-a260-b24e2f7f6754/IO_Hotel_221125_TH_EX.pdf.aspx
- Biron, M., & Van Veldhoven, M. (2012). Emotional labour in service work: Psychological flexibility and emotion regulation. *Human relations*, 65(10), 1259-1282.
- Bowen, D. E., & Schneider, B. (1988). Services marketing and management-implications for organizational-behavior. *Research in organizational behavior*, 10, 43-80.
- Carter, N., Bryant-Lukosius, D., DiCenso, A., Blythe, J., & Neville, A. J. (2014). The use of triangulation in qualitative research. *Oncology nursing forum*, 41(5), 545–547.
- Charmaz, K. (2012). The power and potential of grounded theory. *Medical sociology online*, 6(3), 2-15.
- Cognard, (2019). Drivers-of-change-in-hospitality. Retrieved from <https://amadeus.com/en/newsroom/press-releases/drivers-of-change-in-hospitality>
- Creswell, J.W. and Creswell, J.D. (2018) Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Sage, Los Angeles.
- Dakhoul, Z. M. (2018). The determinants of employee performance in Jordanian organizations. *Journal of Economics Finance and Accounting*, 5(1), 137-143.
- Jeung, D. Y., Kim, C., & Chang, S. J. (2018). Emotional labor and burnout: A review of the literature. *Yonsei medical journal*, 59(2), 187-193.
- Jewell, L.N. & Siegall, M (1990). Contemporary industrial and organizational psychology. (2nd ed). MI: West Publishing Company.
- Kim, A., Kim, Y., Rhee, J., Lee, S., Jeong, Y., Lee, J., & Park, J. (2022). A study on emotions to improve the quality of life of South Korean senior patients residing in convalescent hospitals. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(21), 14480.
- Khanguraa, G. S., Kaurb, B., & Rana, V. S. (2023). Analysing the Impact of Emotional Intelligence on Performance of Employees Working in Star Category Hotels of Chandigarh. *Journal of Management and Entrepreneurs*, 17(1), 159-183
- Knežević, M. N., Petrović, M. D., Kovačić, S., Mijatov, M., Vuković, D. B., & Kennell, J. (2021). Acting the part: Emotional intelligence and job satisfaction as predictors of emotional labor in travel agencies. *Tourism and Hospitality Research*, 21(2), 183-201.
- Liao, H., & Chuang, A. (2004). A multilevel investigation of factors influencing employee service performance and customer outcomes. *Academy of Management Journal*, 47(1), 41-58.
- Moopayak, K., Udomphantharak, J., Kanyapattanaporn, C., Sangchan, C., & Kaesornsamut, P. (2015). Correlation between emotional intelligence and adaptive behaviors of nursing students. *Nursing Science Journal of Thailand*, 33(1), 55-65.

- Onyeonoro, C.O, Anyanwu, D. E., Ohwobevughe, F. U., Onyeonoro, F. N., (2023). Emotional Intelligence and Hotel Employee Work Behaviour: Moderating Role of Age. *European Journal of Hospitality and Tourism Research*, 11(2), 49-72.
- Sahmuddin, S., Siregar, Z. M. E., & Hanum, F. (2022). The Influence of Emotional Intelligence, Job Satisfaction, and Work Engagement on the Performance of Employees in the Labuhanbatu Regency's Youth, Sports, Culture, and Tourism Services. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 5(2), 936-949.
- Sayed, Z., Proches, C. N. G., & Sayed, Z. (2021). Exploring the Role of Emotional Intelligence in the Customer Service Industry. *Gender and Behaviour*, 19(1), 17676-17695.
- Schaufeli, W. B., Salanova, M., González-Romá, V., & Bakker, A. B. (2002). The measurement of engagement and burnout: A two sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness studies*, 3, 71-92.
- Singh, J., Verbeke, W., & Rhoads, G. K. (1996). Do organizational practices matter in role stress processes? A study of direct and moderating effects for marketing-oriented boundary spanners. *Journal of marketing*, 60(3), 69-86.
- Sukhragchaa, A., Munkhuu, B., & Lkhamtseden Badarch, L. (2021). Impact of Hotel Employee's Emotional Intelligence on Emotional Labor and Job Satisfaction. *Jurnal Ilmiah Peuradeun*, 9(3), 743-764.
- Sumaneeva, K. A., Karadas, G., & Avci, T. (2021). Frontline hotel employees' proactive personality, I-deals, work engagement and their effect on creative performance and proactive customer service performance. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 20(1), 75-100.
- Şahin, F., & Işık, D. A. (2020). Service Employee's Emotional Intelligence and Customer's Evaluations of Service Quality in Hospitality Industry. *Journal of Advanced Management Science*, 8(2).
- Utin, N. H., & Yosepha, S. Y. (2019). The model of employee performance. *International Review of Management and Marketing*, 9(3), 69.
- Yin, R. K. (2018). Case study research and applications: Design and methods (6th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

การทดสอบผลกระทบของเหตุการณ์วันของสัปดาห์ต่อผลตอบแทนของ
กองทุนรวมดัชนี SET50 ในประเทศไทย

ศันสนีย์ แซ่ลี¹ และ สรศาสตร์ สุขเจริญสิน²*

^{1,2}คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

*Corresponding author e-mail: sorasart@nida.ac.th

วันที่รับบทความ (Received) 5 กรกฎาคม 2567

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 24 สิงหาคม 2567

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 3 กันยายน 2567

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของวันในสัปดาห์ต่อผลตอบแทนของกองทุนรวมดัชนี SET50 ในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ค่าเฉลี่ยของอัตราผลตอบแทนของกองทุนรวมดัชนี จะมีค่าเป็นบวกและมีค่าสูงสุดในวันพุธ จากการประมาณค่าด้วยสมการถดถอยแบบพหุด้วยตัวแปรหุ่นโดยใช้แบบจำลอง GARCH (1,1) พบว่า อัตราผลตอบแทนของกองทุนในวันพุธมีค่าเป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นการยืนยันผลกระทบของวันในสัปดาห์ที่เกิดขึ้นกับกองทุนรวมดัชนี SET50 ในประเทศไทย ซึ่งไม่สอดคล้องกับทฤษฎีประสิทธิภาพของตลาดแบบอ่อนเนื่องจากนักลงทุนสามารถกำหนดกลยุทธ์ซื้อก่อนวันพุธแล้วขายทำกำไรในวันพุธได้อย่างมีนัยสำคัญ

คำสำคัญ: ผลกระทบของวันในสัปดาห์ กองทุนรวมดัชนี SET50 ผลตอบแทนจากการลงทุน ประสิทธิภาพของตลาดทุน

TESTING THE DAY-OF-THE-WEEK EFFECT ON THE SET50 MUTUAL FUND PERFORMANCE IN THAILAND

Sansanee Saelee¹ and Sorasart Sukcharoensin^{2*}

^{1,2}Graduate School of Development Economics, National Institute of Development Administration,
Thailand.

Abstract

This study aims to analyze the Day-of-the-Week Effect on the returns of SET50 index funds in Thailand. The findings indicate that the average return of the index funds is positive and highest on Wednesdays. Using a multiple regression model with dummy variables and a GARCH (1,1) model, it was found that the return on Wednesday was significantly positive, confirming the existence of the Day-of-the-Week Effect on SET50 index funds in Thailand.

Keywords: The-Day-of-the-Week Effect, SET 50 Mutual Fund, Investment Returns,
Market Efficiency.

ความสำคัญและที่มาของงานวิจัย

ทฤษฎีตลาดที่มีประสิทธิภาพ (Efficient Market Hypothesis) เป็นทฤษฎีที่เป็นรากฐานที่สำคัญทางด้านการเงินและการลงทุน ด้วยแนวคิดที่ว่า ราคาหลักทรัพย์จะสะท้อนข้อมูลข่าวสารทั้งหมดที่เกี่ยวข้องได้อย่างสมบูรณ์แล้ว ดังนั้น เมื่อตลาดมีประสิทธิภาพ จะไม่มีผู้ใดที่สามารถทำกำไรเกินปกติได้ ทฤษฎีนี้ถูกพัฒนาโดย Fama (1970) ต่อมาได้มีงานวิจัยจากหลากหลายประเทศที่เผยแพร่ออกมาขัดแย้งกับทฤษฎีนี้ นั่นก็คืองานวิจัยที่เกี่ยวกับผลกระทบของวันในสัปดาห์ (The Day-of-The-Week Effect) คือการเกิดมีวันใดวันหนึ่งหรือมากกว่าหนึ่งวันที่มีผลตอบแทนที่ไม่ปกติ ไม่ว่าผลตอบแทนนั้น จะเป็นบวกหรือติดลบอย่างมีนัยสำคัญก็ตาม โดยผลกระทบนี้เกิดขึ้นได้ทั้งตลาดหุ้น ตลาดตราสารหนี้ และกองทุนรวมอย่างไรก็ตาม เมื่อเกิดผลตอบแทนที่ไม่ปกติจากผลกระทบของวันในสัปดาห์ จึงเป็นโอกาสให้นักลงทุนสามารถสร้างผลกำไรจากผลกระทบนี้ได้ โดยที่ผ่านมา ได้มีงานวิจัยทั้งในและต่างประเทศมากมายที่ทำการศึกษาในประเด็นนี้ ซึ่งในประเทศไทยมีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของวันในสัปดาห์ ทั้งในดัชนีราคาหลักทรัพย์ SET ดัชนีราคาหลักทรัพย์ SET 50 ดัชนีราคาหลักทรัพย์ SET 100 ดัชนีราคาหลักทรัพย์ MAI รวมไปถึงกองทุนรวมประเภทต่าง ๆ แต่จากการทบทวนวรรณกรรม ยังไม่พบงานวิจัยที่ทดสอบผลกระทบของวันในสัปดาห์ แบบเฉพาะเจาะจงในกองทุนรวมดัชนี SET50 (SET50 Index Fund) จึงมีความน่าสนใจที่จะศึกษาเปรียบเทียบการทดสอบผลกระทบของเหตุการณ์วันของสัปดาห์ต่อผลตอบแทนของกองทุนรวมประเภทนี้ว่าจะแตกต่างจากการศึกษาในดัชนีราคาหลักทรัพย์หรือไม่

การทบทวนวรรณกรรม

กองทุนที่เลียนแบบดัชนี คือ กองทุนรวมที่ผู้จัดการกองทุนมีเป้าหมายในการออกแบบกองทุนและผลตอบแทนให้ใกล้เคียงกับดัชนีของตลาดหลักทรัพย์ที่สุด ซึ่งดัชนีของตลาดหลักทรัพย์ก็คือมูลค่าของหุ้นตัวสำคัญและพื้นฐานดีหลายตัวมารวมกัน เช่น SET50 ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยก็คือการคัดสรรหุ้นที่

มีพื้นฐานดีเหมาะกับการลงทุนของประเทศไทย 50 ตัวมารวมกันเป็นดัชนี ดังนั้น กองทุนรวม SET50 ก็จะเป็นกองทุนรวมที่มีเป้าหมายที่จะเลียนแบบหุ้นและผลตอบแทนของดัชนีนี้

จากสมมติฐานตลาดที่มีประสิทธิภาพ (Efficient Market Hypothesis) Eugene Fama (1970) ได้ทำการรวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการทดสอบความมีประสิทธิภาพของตลาดและได้นำเสนอสมมติฐานตลาดที่มีประสิทธิภาพขึ้นในรูปแบบของ Fair Game Model โดยกล่าวว่าราคาหลักทรัพย์ในปัจจุบันจะสะท้อนถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้อง หรือผลตอบแทนคาดหวังจะสอดคล้องกับระดับความเสี่ยงของหลักทรัพย์นั้น ๆ และเพื่ออำนวยความสะดวกในการทดสอบระดับความมีประสิทธิภาพของตลาด Fama (1970) ได้แบ่งระดับของสมมติฐานตลาดที่มีประสิทธิภาพตามประเภทของข้อมูลที่เกี่ยวข้องออกเป็น 3 กลุ่มดังนี้

กลุ่มแรกเป็นตลาดที่มีประสิทธิภาพระดับต่ำ (Weak Form Efficiency) หมายถึง การที่ราคาหลักทรัพย์ในตลาดสะท้อนถึงข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายในตลาด (Market Trading Information) เช่น ราคาปิด ราคาเปิด ราคาสูง-ต่ำ ในแต่ละวัน ปริมาณซื้อขาย ส่วนต่างราคาซื้อ-ขาย เป็นต้น ซึ่งหากตลาดมีประสิทธิภาพระดับต่ำ นักลงทุนจะไม่สามารถใช้เครื่องมือทางเทคนิค (Technical Analysis) ที่มีรากฐานจากการวิเคราะห์รูปแบบราคาในอดีตในการพยากรณ์รูปแบบการเคลื่อนไหวของราคาในอนาคตได้

กลุ่มที่สองเป็นตลาดที่มีประสิทธิภาพระดับกลาง (Semi-strong Form Efficiency) หมายถึง การที่ราคาหลักทรัพย์สะท้อนถึงข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายในตลาดและข้อมูลสาธารณะทั่วไป (Public Information) โดยข้อมูลสาธารณะหมายถึง ข้อมูลที่เปิดเผยแก่นักลงทุนหรือข้อมูลที่นักลงทุนทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงได้อย่างเท่าเทียมกัน เช่น ข้อมูลในงบการเงิน ข่าวการประกาศผลประกอบการ ข่าวการประกาศจ่ายเงินปันผล รวมถึงข่าวเศรษฐกิจหรือข่าวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งหากตลาดมีประสิทธิภาพระดับกลาง นักลงทุนจะไม่สามารถใช้การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐาน (Fundamental Analysis) มาสร้างความได้เปรียบในการลงทุนได้เลย เนื่องจากราคาหลักทรัพย์ได้สะท้อนถึงข้อมูลเหล่านั้นแล้ว

กลุ่มสุดท้ายเป็นตลาดที่มีประสิทธิภาพระดับสูง (Strong Form Efficiency) หมายถึง การที่ราคาหลักทรัพย์สะท้อนถึงข้อมูลข่าวสารทุกประเภทที่เกี่ยวข้อง (All Information) ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลการซื้อขายในอดีต ข้อมูลที่เปิดเผยแก่สาธารณชน ตลอดจนข้อมูลภายใน (Insider or Private Information) ดังนั้นหากตลาดมีประสิทธิภาพระดับสูง จะไม่มีนักลงทุนรายใดหรือกลุ่มใดที่สามารถสร้างความได้เปรียบเหนือนักลงทุนกลุ่มอื่น ๆ ได้เลย จึงนำมาสู่งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของวันในสัปดาห์

จากสมมติฐานข้างต้นของ Fama (1970) จึงนำมาสู่งานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับผลกระทบของวันในสัปดาห์ (The Day-of-the-Week Effect) ต่ออัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ โดยเริ่มที่ตลาดหลักทรัพย์ของประเทศสหรัฐอเมริกา Cross (1973) ได้ศึกษาพฤติกรรมของราคาหุ้นในวันศุกร์และวันจันทร์ โดยใช้ข้อมูลราคาดัชนี S&P (Standard and Poor's) ในตลาดหลักทรัพย์อเมริกา ตั้งแต่ปีค.ศ 1953-1970 ผลการศึกษาพบว่า ผลตอบแทนเฉลี่ยในวันศุกร์สูงกว่าวันจันทร์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ French (1980) และ Gibbons and Hess (1981) และ Raza et al. (2023) ที่พบว่าผลตอบแทนเฉลี่ยติดลบในวันจันทร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลกระทบของวันในสัปดาห์ (The Day-of-the-Week Effect) ไม่ได้เกิดแค่ในตลาดหุ้นเท่านั้น ยังมีผลกระทบต่อหลักทรัพย์อื่น ๆ เช่น กองทุนรวม ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยของ Miller, Prather and Mazumder (2003) ได้ศึกษาผลกระทบ The Day-of-the-Week Effect ของกองทุนรวมจาก Morningstar Principia Pro Database ระหว่างปี 1990-2000 โดยแบ่งเป็นประเภทของกองทุนรวมดังนี้ Aggressive Growth, Growth, Growth and Income, Equity Income, Balanced, Municipal Bond, Global Equity, Non-US Equity, Mid Cap, และ Small Cap นอกจากนี้ ยังได้ศึกษาถึงกลยุทธ์การซื้อขายจากผลกระทบของ

วันในสัปดาห์ในการสร้างผลกำไรที่มีความเหมาะสมกับการลงทุนใน กองทุนรวมมากยิ่งขึ้น โดยผลกระทบ The Day-of-the-Week Effect จำนวน 6 กองทุนจาก 10 กองทุน พบค่าเฉลี่ยผลตอบแทนเกินปกติที่เป็นบวกอย่างน้อยสำคัญในวันพุธทั้งหมด 6 กองทุน และพบค่าเฉลี่ยผลตอบแทนเกินปกติที่ติดลบอย่างน้อยสำคัญในวันจันทร์ทั้งหมด 1 กองทุน

จะเห็นได้ว่าการศึกษาผลกระทบของวันในสัปดาห์ (The Day-of-the-Week Effect) ไม่เพียงแต่จะได้รับความนิยมในฝั่งตะวันตกเท่านั้น ยังมีทางฝั่งเอเชียที่ได้มีงานวิจัยออกมาเช่นกัน การศึกษาในแถบเอเชีย Jaffe and Westerfield (1985) พบว่า ตลาดหลักทรัพย์ในญี่ปุ่นและออสเตรเลีย มีผลตอบแทนในวันอังคารเป็นลบมากที่สุด จากงานวิจัยของ Chen and Lin (2008) ที่ได้ศึกษาการสร้างผลกำไรจากผลกระทบ The Day-of-the-Week Effect ของกองทุนรวมในประเทศไต้หวัน โดยใช้ฐานข้อมูล The TEJ Database ระหว่างเดือนมกราคม 1986 ถึง เดือนมิถุนายน 2006 พบว่าเกิดผลกระทบด้าน The Day-of-the-Week Effect ในช่วง ปี1986 ถึง1996 ซึ่งผลตอบแทนในวันจันทร์ติดลบและผลตอบแทนวันศุกร์เป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญ แต่ไม่พบผลกระทบด้าน The Day-of-the-Week Effect ในช่วงปี1996-2006 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Thushara และ Perera (2014) ที่พบว่าผลตอบแทนวันศุกร์เป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญเช่นเดียวกัน Zilca (2017) พบความสัมพันธ์ The Day-of-the-Week Effect ที่ค่อย ๆ ลดลงเมื่อเวลาผ่านไป

ในขณะที่งานวิจัยที่ศึกษาถึงผลกระทบของวันในสัปดาห์ (The Day-of-the-Week Effect) ในประเทศไทยก็เริ่มได้รับความนิยม ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยของ กุลธิดา เจริญรังษี (2010) ที่ได้ทำการศึกษาการสร้างผลกำไรของกองทุนรวมในประเทศไทยจากผลกระทบด้านวันในสัปดาห์ ตามตัวแบบสมการถดถอยของ Gibbons and Hess (1981) พบว่า ผลตอบแทนเฉลี่ยในวันศุกร์มีค่าเป็นบวกและแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งหมายความว่า ผลตอบแทนของกองทุนรวมตราสารทุนในวันศุกร์ได้รับผลกระทบจากปัจจัยด้านวันในสัปดาห์ แต่สำหรับผลตอบแทนเฉลี่ยในวันจันทร์และวันอังคารที่มีค่าเป็นลบ และเป็นลบมากที่สุดในวันอังคาร กลับไม่พบว่ามีความแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นั่นก็หมายความว่าทั้ง 2 วันนี้ไม่ได้รับผลกระทบจากปัจจัยด้านวันในสัปดาห์ อีกทั้งยังพบว่าการลงทุนตามกลยุทธ์การซื้อขายอย่างซับซ้อนให้ผลตอบแทนต่อหนึ่งหน่วยความเสี่ยงสูงที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาของ Miller, Prather, and Mazumder (2003) และ Chen and Lin (2008) ต่อมาได้มีงานวิจัยที่สอดคล้องกันของ ธนบูรณ์ แก้วงาม (2016) ที่ได้ศึกษาการสร้างผลกำไรจากผลกระทบด้านปฏิทินรูปแบบ THE DAY-OF-THE-WEEK EFFECT ในกองทุนรวม Exchange Traded Fund (ETF) ในประเทศไทย ได้ศึกษาในรูปแบบที่เป็นกองทุนรวมเหมือนกัน แต่จะแตกต่างกันที่การศึกษานี้จะใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกองทุนรวม ETF ซึ่งสามารถซื้อขายได้ในตลาดหลักทรัพย์ตามเวลาจริง ณ ขณะนั้นเหมือนหุ้นสามัญทั่วไป โดยไม่ต้องรอราคาปิด ณ สิ้นวันเพื่อมาคำนวณมูลค่าทรัพย์สินสุทธิ (NAV) เหมือนกองทุนรวมทั่วไป โดยใช้วิธี Multiple Regression Techniques using Dummy Variables ของ Gibbons and Hess (1981)

ผู้วิจัยได้แบ่งประเภทของกองทุน ETF ออกเป็น 4 ประเภท คือ Index ETF, Sector ETF, Foreign ETF, Gold ETF ผลการศึกษาพบว่า มีเพียง Gold ETF เท่านั้นที่ได้รับผลกระทบจาก The Day-of-the-Week Effect โดยที่ค่าเฉลี่ยผลตอบแทนในวันอังคารมีกำไรเกินกว่าปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และค่าเฉลี่ยผลตอบแทนในวันพฤหัสบดีมีกำไรต่ำกว่าปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และยังพบว่าการใช้กลยุทธ์การซื้อขายแบบซับซ้อนจะให้ผลตอบแทนสูงสุด สำหรับกองทุน Gold ETF ที่ได้รับผลกระทบจาก The Day-of-the-Week effect ในขณะเดียวกันกองทุนรวม ETF ที่ไม่มีผลกระทบทางด้าน The Day-of-the-Week Effect ใช้กลยุทธ์การซื้อขายแบบการถือครองระยะเวลา1ปี จะให้ผลตอบแทนเฉลี่ยรายวันสูงที่สุด

ในปีเดียวกันนี้ อัญญา ชันธวิทย์ และอบรม เซาว์นเลิศ (2559) ได้มีการทวนสอบเหตุการณ์วันของสัปดาห์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในดัชนีราคาหลักทรัพย์ SET ดัชนีราคาหลักทรัพย์ SET 50 และดัชนีราคาหลักทรัพย์ MAI (ตั้งแต่ 2 กันยายน 2545 ถึง 31 สิงหาคม 2558) พบว่าเหตุการณ์วันของสัปดาห์เกิดขึ้นกับดัชนีราคาหลักทรัพย์ SET และดัชนีราคาหลักทรัพย์ SET 50 แต่ไม่พบในดัชนีราคาหลักทรัพย์ MAI ซึ่งอัตราผลตอบแทนของดัชนีราคาหลักทรัพย์ SET และดัชนีราคาหลักทรัพย์ SET 50 เป็นลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติสำหรับวันจันทร์ และเป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติสำหรับวันศุกร์ ต่อมา อรุมา ประทีปจรัส (2017) ได้มีการศึกษาการสร้างผลกำไรใน SET50 Index Futures จากผลกระทบด้านวันในสัปดาห์ ผลการศึกษาพบว่าค่าเฉลี่ยผลตอบแทนเป็นลบและมีค่าต่ำที่สุดในวันจันทร์ และค่าเฉลี่ยผลตอบแทนเป็นบวกและมีค่าสูงในวันศุกร์ เมื่อนำมาทดสอบด้วยวิธี Multiple Regression with Dummies Variable Model และ GARCH (1,1) Regression Model จะพบว่า SET50 INDEX FUTURES ไม่มีผลกระทบของวันในสัปดาห์ (The Day-of-the-Week effect) ดังนั้น จึงไม่สามารถนำผลที่ได้ไปทดสอบกลยุทธ์การซื้อขายที่จะสามารถสร้างกำไรได้

ในปีถัดมา สุรัชย์ จันทร์จรัส และคณะ (2562) ได้ศึกษาถึงผลกระทบของวันในสัปดาห์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ค่าเฉลี่ยของอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์จะติดลบเฉพาะวันจันทร์และวันอังคาร โดยวันจันทร์มีความแปรปรวน (Variance) สูงที่สุด มักเกิดขึ้นหลังวันหยุด ในขณะที่วันศุกร์มีความแปรปรวนต่ำที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากนักลงทุนส่วนใหญ่จะรับทราบข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ในช่วงเช้ามืดก่อนเปิดตลาดในแต่ละวัน และข่าวสารดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อราคาเปิดค่อนข้างมาก

การศึกษาที่ใช้ข้อมูลราคาปิดผลกระทบของความผันผวนจึงมีต่อราคาปิดในวันศุกร์ค่อนข้างน้อย และเมื่อนำมาทดสอบโดยใช้แบบจำลอง GARCH, GARCH-M, EGARCH, PARCH และ TGARCH แล้วนั้นพบว่าทั้ง 5 แบบจำลองให้ผลการศึกษาที่สอดคล้องกัน คืออัตราผลตอบแทนในวันจันทร์ติดลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และวันศุกร์เป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อปีที่ผ่านมาได้มีการศึกษา Monday Effect (ผลกระทบของวันทำการที่มีต่อผลตอบแทน) ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของ ณัฐภูมิ เจนวิทยาโรจน์ (2562) โดยใช้ข้อมูลดัชนี SET ดัชนี SET50 ดัชนี sSET และดัชนี MAI จากผลการศึกษาพบว่า ผลตอบแทนเฉลี่ยในวันจันทร์ของทั้ง 4 ดัชนีมีค่าเป็นลบทั้งหมด และพบปรากฏการณ์ Monday Effect ในทุกดัชนีอย่างมีนัยสำคัญ ยกเว้นดัชนี sSET

จากการทบทวนวรรณกรรมจะเห็นได้ว่าโดยส่วนใหญ่แล้ว วันจันทร์จะเป็นวันที่มีอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยติดลบมากที่สุด และวันศุกร์จะเป็นวันที่มีอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยเป็นบวกมากที่สุด อาจจะเกี่ยวกับคำสั่งซื้อของนักลงทุนมีผลต่อเหตุการณ์วันของสัปดาห์ ซึ่งคำสั่งซื้อที่มีจำนวนมากในวันศุกร์ผลักดันราคาให้สูงขึ้น และทำให้อัตราผลตอบแทนสูงขึ้น เป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่อัตราผลตอบแทนที่เป็นลบในวันจันทร์เกิดจากคำสั่งขายจากผู้ลงทุนกลุ่มสถาบันในประเทศ ผู้ลงทุนชาวต่างประเทศ และผู้ลงทุนรายย่อยในประเทศ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญญา สอดขันธวิทย์ และอบรม เซาว์นเลิศ (2016)

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลกระทบในรูปแบบวันในสัปดาห์ (The Day-of-the-Week Effect) ของกองทุนรวมดัชนี SET50
2. เพื่อศึกษารูปแบบของวันในสัปดาห์ที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าหรือให้ผลตอบแทนต่ำกว่าจากช่วงเวลาอื่นในกองทุนรวมดัชนี SET50

3. เพื่อเสนอแนวทางในการนำผลลัพธ์ไปใช้ประโยชน์ในเชิงปฏิบัติด้วยการนำเสนอกลยุทธ์การลงทุนที่เหมาะสม

ขอบเขตของงานวิจัย

ขอบเขตการศึกษาจะทดสอบสมมติฐานของการศึกษาจากกองทุนรวมดัชนี SET50 (SET 50 Index Fund) จากบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม 9 แห่ง ในประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 ถึง พ.ศ. 2562 ซึ่งทำให้จำกัดขอบเขตของข้อมูลกองทุนที่จดทะเบียนขึ้นก่อนปี พ.ศ. 2558 เพื่อให้เพียงพอต่อการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนและความผันผวนแบบอนุกรมเวลา

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ จะใช้ข้อมูลรายวันของมูลค่าสินทรัพย์สุทธิแบบรายวันย้อนหลัง 5 ปี ของกองทุนรวมดัชนี SET50 (SET 50 Index Fund) จากบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม 9 แห่ง ในประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 ถึง พ.ศ. 2562 ซึ่งเป็นกองทุนที่จดทะเบียนก่อนปี พ.ศ. 2558 โดยจะต้องเก็บข้อมูลรายวันของมูลค่าสินทรัพย์สุทธิแบบรายวันย้อนหลัง 5 ปี เพื่อให้เพียงพอต่อการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทน และความผันผวนแบบอนุกรมเวลา

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากการศึกษานี้ มุ่งเน้นการทดสอบทฤษฎีความมีประสิทธิภาพของตลาดทุนเพื่อใช้อธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ เนื่องจากการศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยได้ศึกษาทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาสร้างเป็นแบบจำลองที่มีตัวแปรที่ต้องการศึกษาและใช้เครื่องมือสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้ เป็นข้อมูลทฤษฎีภูมิที่ประกอบด้วยข้อมูลรายวันของมูลค่าสินทรัพย์สุทธิแบบรายวันย้อนหลัง 5 ปี ของกองทุนรวมดัชนี SET50 (SET 50 Index Fund) ข้อมูลนี้จะถูกนำมาคำนวณเป็นอัตราผลตอบแทนของกองทุนในแต่ละวันภายในสัปดาห์ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ ของกองทุนรวมและมูลค่าสินทรัพย์สุทธิที่ใช้เป็นราคาปิดจากฐานข้อมูล MorningStar® และจากสมาคมบริษัทจัดการลงทุน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผลตอบแทนรายวันของแต่ละกองทุนรวมดัชนี SET50 สามารถคำนวณได้ดังนี้

สมการที่ 1

$$R_{i,t} = \ln\left(\frac{Close_{i,t}}{Close_{i,t-1}}\right)$$

โดยที่	$R_{i,t}$	=	ผลตอบแทน ณ ช่วงเวลา t
	$\ln$	=	การแปลงข้อมูลให้อยู่ในรูปลอการิทึม (Log Transformation) ช่วยในการคำนวณค่าอัตราค่าการเปลี่ยนแปลงทำได้ง่ายขึ้น
	$Close_{i,t}$	=	ราคาปิดของแต่ละกองทุน ณ ช่วงเวลา

$Close_{i,t-1}$	=	ราคาปิดของแต่ละกองทุน ณ ช่วงเวลา t-1
สมการที่ 2		$R_t = \frac{\sum_{i=0}^n R_{i,t}}{n}$
โดยที่ R_t	=	ค่าเฉลี่ยผลตอบแทนของกองทุนรวมดัชนี SET50 ณ ช่วงเวลา
$R_{i,t}$	=	ผลตอบแทนกองทุน i ณ ช่วงเวลา t
n	=	จำนวนกองทุนรวมดัชนี SET50

เมื่อได้ค่าเฉลี่ยผลตอบแทน ณ ช่วงเวลาที่ t แล้ว จะใช้หาความสัมพันธ์ของผลตอบแทนในวันทำการทั้ง 5 วัน คือ วันจันทร์ วันอังคาร วันพุธ วันพฤหัสบดี และวันศุกร์ ด้วยวิธีการดังนี้

1. Multiple Regression Techniques using Dummy Variables ของ Gibbons and Hess (1981)

วิธีกำลังสองน้อยที่สุด หรือ OLS เป็นวิธีที่ได้รับความนิยมในงานวิจัยผลกระทบของวันในสัปดาห์ (The Day-of-the-Week Effect) ในตลาดหลักทรัพย์มากที่สุด การทดสอบจะอยู่ในลักษณะการใช้ตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) ในสมการถดถอย โดยกำหนดให้ค่าจุดตัดหรือ Intercept เป็นค่าเฉลี่ยของวันใดวันหนึ่งในสัปดาห์ตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์ ซึ่งจะเป็นวันใดนั้นขึ้นอยู่กับผู้วิจัยเป็นผู้กำหนด ตามการศึกษา ของ French (1980) ในที่นี้จะใช้ตัวแปรหุ่น 4 ตัวแปร ซึ่งจะไม่ใส่ตัวแปรหุ่นสำหรับวันจันทร์ลงในสมการถดถอย เพื่อป้องกันปัญหา Perfect Multicollinearity

สมการที่ 3	$R_t = \alpha_0 + \alpha_1 D_{1,t} + \alpha_2 D_{2,t} + \alpha_3 D_{3,t} + \alpha_4 D_{4,t} + \varepsilon$
โดยที่ R_t	= ค่าเฉลี่ยผลตอบแทนของกองทุนรวมดัชนี SET50 ณ ช่วงเวลา t
α_0	= คือ จุดตัดหรือค่าคงที่ ซึ่งกำหนดให้วัดผลตอบแทนรายวันของวันจันทร์
$\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3, \alpha_4$	= ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรหุ่น ซึ่งวัดผลตอบแทนรายวันสำหรับวันอังคารถึงวันศุกร์ ตามลำดับ
$D_{1,t}$	= ตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) สำหรับวันอังคาร โดยกำหนดให้มีค่าเป็น 1 เมื่อผลตอบแทน ณ เวลาที่ t ตรงกับวันอังคาร และเป็น 0 หากเป็นของวันอื่น
$D_{2,t}$	= ตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) สำหรับวันพุธ โดยกำหนดให้มีค่าเป็น 1 เมื่อผลตอบแทน ณ เวลาที่ t ตรงกับวันพุธ และเป็น 0 หากเป็นของวันอื่น
$D_{3,t}$	= ตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) สำหรับวันพฤหัสบดี โดยกำหนดให้มีค่าเป็น 1 เมื่อผลตอบแทน ณ เวลาที่ t ตรงกับวันพฤหัสบดี และเป็น 0 หากเป็นของวันอื่น
$D_{4,t}$	= ตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) สำหรับวันศุกร์ โดยกำหนดให้มีค่าเป็น 1 เมื่อผลตอบแทน ณ เวลาที่ t ตรงกับวันศุกร์ และเป็น 0 หากเป็นของวันอื่น

$$\varepsilon = \text{ค่าความคลาดเคลื่อน}$$

2. GARCH (1,1) Regression Model ของ Bollerslev (1986) พัฒนามาจาก ARCH (Autoregressive Conditional Heteroskedasticity) ของ Engle (1982)

เนื่องจากข้อมูลราคาปิด (NAV) ย้อนหลัง 5 ปี ซึ่งเป็นข้อมูลอนุกรมเวลา (Time Series Data) ข้อมูลลักษณะนี้มักพบปัญหาความแปรปรวนของตัวแปรสุ่มคลาดเคลื่อนไม่คงที่ (Heteroskedasticity) ปัญหาความสัมพันธ์กันเองในระหว่างช่วงเวลาของตัวแปรสุ่มคลาดเคลื่อน (Autocorrelation) ปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้นต่อกันของตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ปัญหาค่าความคลาดเคลื่อน (Error Term) แจกแจงไม่ปกติ เป็นต้น ดังนั้นการใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุดอย่างเดียวอาจจะไม่เพียงพอในการอธิบายตัวแปรสมการค่าเฉลี่ย (Mean Equation)

$$R_t = \mu + \sum_{k=1}^4 \lambda_k D_{kt} + \sum_{i=1}^p \phi_i R_{t-i} + \varepsilon_t$$

สมการความแปรปรวน (Variance Equation)

$$\sigma_t^2 = \alpha + \beta \varepsilon_{t-1}^2 + \gamma \sigma_{t-1}^2$$

โดยที่	D_{kt}	=	ตัวแปรฐานสอง (Binary Variable)
	D_{1t}	=	กำหนดให้มีค่าเป็น 1 ถ้าวันที่ t เป็นวันอังคาร และเป็น 0 หากเป็นวันอื่น
	D_{2t}	=	กำหนดให้มีค่าเป็น 1 ถ้าวันที่ t เป็นวันพุธ และเป็น 0 หากเป็นวันอื่น
	D_{3t}	=	กำหนดให้มีค่าเป็น 1 ถ้าวันที่ t เป็นวันพฤหัสบดี และเป็น 0 หากเป็นวันอื่น
	D_{4t}	=	กำหนดให้มีค่าเป็น 1 ถ้าวันที่ t เป็นวันศุกร์ และเป็น 0 หากเป็นวันอื่น
	ε_t	=	ค่าความคลาดเคลื่อน
	σ_t^2	=	ความแปรปรวนของค่าคลาดเคลื่อน
	$\mu, \lambda, \phi, \alpha, \beta, \gamma$	=	ค่าพารามิเตอร์

สมมติฐานของการวิจัย

การศึกษานี้ทดสอบสมมติฐานความมีประสิทธิภาพของตลาดทุนที่ว่า หากตลาดทุนมีประสิทธิภาพแล้ว ผลกระทบของวันในสัปดาห์ต่อผลตอบแทนของกองทุนรวมดัชนี SET50 ในประเทศไทย ก็จะไม่มีความแตกต่างระหว่างวันต่างๆ ในสัปดาห์ ผู้ลงทุนจึงไม่สามารถกำหนดกลยุทธ์การลงทุนในการซื้อขายกองทุนได้ โดยมีสมมติฐานคือ

H_0 : ไม่มีผลกระทบในรูปแบบของวันในสัปดาห์ (The-Day-of-the-Week Effect)

H_1 : มีผลกระทบในรูปแบบของวันในสัปดาห์ (The-Day-of-the-Week Effect)

หากค่า t-statistic ของผลตอบแทนเฉลี่ยในแต่ละวันไม่แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 แสดงว่า ไม่มีผลกระทบในรูปแบบของวันในสัปดาห์ (The Day-of-the-Week Effect) แต่ถ้าเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม คือ ผลตอบแทนเฉลี่ยในแต่ละวันแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 แสดงว่า มีผลกระทบในรูปแบบของวันในสัปดาห์ (The Day-of-the-Week Effect)

ผลการวิจัย

จากการศึกษาผลตอบแทนเฉลี่ยรายวันของกองทุนรวมดัชนี SET50 (SET50 Index Fund) ตลอดช่วงระยะเวลาของการศึกษานี้ เริ่มตั้งแต่ 1 มกราคม พ.ศ. 2558 ถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2562 โดยมีผลลัพธ์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด แสดงตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ผลลัพธ์เชิงสถิติพรรณนาของผลตอบแทนของกองทุนรวมดัชนี SET50 (SET50 Index Fund)

กองทุน	ค่าเฉลี่ย		ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	
	สูงสุด	ต่ำสุด	สูงสุด	ต่ำสุด
ESET50	พุท (+)	อังคาร (-)	พฤหัสบดี 0.060771	อังคาร 0.008584
KFLTF50	พุท (+)	จันทร์ (-)	พุท 0.008987	พฤหัสบดี 0.008297
KS50RMF	พุท (+)	พฤหัสบดี (-)	ศุกร์ 0.008794	พฤหัสบดี 0.008389
KSET50	พุท (+)	อังคาร (-)	ศุกร์ 0.008789	พฤหัสบดี 0.008416
KSET50LTF	พุท (+)	พฤหัสบดี (-)	พุท 0.008678	พฤหัสบดี 0.008215
MS50	ศุกร์ (+)	อังคาร (-)	จันทร์ 0.009663	พฤหัสบดี 0.008263
PRINCSET50	พุท (+)	อังคาร (-)	ศุกร์ 0.008621	พฤหัสบดี 0.008180
SCBRM50	พุท (+)	พฤหัสบดี (-)	ศุกร์ 0.008839	จันทร์ 0.008107
SCBSET50	พุท (+)	พฤหัสบดี (-)	ศุกร์ 0.008830	จันทร์ 0.008107
TDEX	ศุกร์ (+)	อังคาร (-)	พุท 0.008964	อังคาร 0.008559
TMB50	พุท (+)	อังคาร (-)	พุท 0.008714	พฤหัสบดี 0.008372
TMB50DV	พุท (+)	อังคาร (-)	จันทร์ 0.008719	พฤหัสบดี 0.008338
TMB50RMF	พุท (+)	อังคาร (-)	พุท 0.008720	พฤหัสบดี 0.008363
TSET50	พุท (+)	อังคาร (-)	อังคาร 0.009815	พฤหัสบดี 0.008379

ตารางนี้แสดงผลตอบแทนเฉลี่ยรายวันของกองทุนรวมดัชนี SET50 ต่าง ๆ ในประเทศไทย โดยแต่ละแถวแรกแสดงค่าพิสัยของค่าเฉลี่ยของผลตอบแทนของกองทุนแต่ละกองทุนว่าสูงสุดและต่ำสุดในระดับใด ตามด้วยการแสดงค่าพิสัยของค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ขั้นตอนต่อไปเป็นการทดสอบสมมติฐานว่าค่าเฉลี่ยผลตอบแทนของกองทุนรวมดัชนี SET50 (SET50 Index Fund) ได้รับผลกระทบด้านวันในสัปดาห์ (The Day-of-the-Week Effect) หรือไม่ โดยการทดสอบจะใช้ 2 วิธี คือ Multiple Regression with Dummy Variable Model ตามการศึกษาของ Gibbons and Hess (1981) และ GARCH (1,1) Regression Model ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์ของผลการทดสอบ The Day-of-the-Week Effect โดย Multiple Regression with Dummy Variable Model

กองทุน	จันทร์	อังคาร	พุธ	พฤหัสบดี	ศุกร์
ESET50	-0.000868 (0.6472)	0.000693 (0.7921)	0.001828 (0.4851)	-0.002965 (0.2581)	0.001559 (0.5528)
KFLT50	-0.000888 (0.1204)	0.000891 (0.2612)	0.001874 (0.0178)	0.000918 (0.2456)	0.001665 (0.0357)
KS50RMF	-0.000917 (0.1086)	0.000822 (0.2993)	0.001967 (0.0127)	0.000891 (0.2593)	0.001774 (0.0251)
KSET50	-0.000901 (0.1151)	0.000805 (0.3099)	0.001944 (0.0140)	0.000937 (0.2359)	0.001735 (0.0286)
KSET50LTF	-0.000854 (0.1288)	0.000798 (0.3056)	0.001775 (0.0224)	0.000841 (0.2792)	0.001670 (0.0321)
MS50	-0.001412 (0.0162)	0.001291 (0.1124)	0.002226 (0.0061)	0.001529 (0.0594)*	0.002352 (0.0039)
PRINCSET50	-0.000814 (0.1458)	0.000551 (0.4771)	0.001805 (0.0196)	0.000825 (0.2863)	0.001671 (0.0312)
SCBRM50	-0.000641 (0.2563)	0.000339 (0.6651)	0.001618 (0.0380)	0.000602 (0.4407)	0.001497 (0.0557)*
SCBSET50	-0.000596 (0.2910)	0.000322 (0.6809)	0.001601 (0.0400)	0.000578 (0.4588)	0.001482 (0.0581)*
TDEX	-0.000941 (0.1048)	0.000882 (0.2730)	0.001704 (0.0336)	0.000740 (0.3562)	0.001742 (0.0303)
TMB50	-0.000834 (0.1431)	0.000815 (0.3017)	0.001771 (0.0245)	0.000927 (0.2389)	0.001643 (0.0373)
TMB50DV	-0.001070 (0.0588)*	0.001058 (0.1779)	0.001884 (0.0161)	0.001166 (0.1364)	0.001878 (0.0167)
TMB50RMF	-0.000888 (0.1186)	0.000844 (0.2848)	0.001798 (0.0223)	0.000962 (0.2216)	0.001677 (0.0336)
TSET50	-0.000769 (0.1933)	0.000399 (0.6264)	0.001789 (0.0286)	0.000830 (0.3098)	0.001488 (0.0695)

* หมายถึง มีค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

ตารางนี้แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์จากสมการถดถอยแบบพหุสำหรับกองทุนรวม SET50 ในวันต่าง ๆ ของสัปดาห์ ตั้งแต่วันจันทร์ ถึงวันศุกร์ ค่าตัวเลขที่อยู่ในวงเล็บใต้ผลตอบแทนเฉลี่ยแต่ละวันเป็นค่า p-value ซึ่งใช้ในการทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติของผลตอบแทนในแต่ละวัน รวมทั้งสิ้น 14 กองทุน หากค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก แสดงว่ากองทุนนั้นมีผลตอบแทนเกินปกติในวันนั้น ค่า p-value ใช้ทดสอบความน่าจะเป็นที่ผลตอบแทนที่ได้รับจะเกิดขึ้นโดยบังเอิญ ค่า p-value ต่ำกว่า 0.05 (หรือมีเครื่องหมาย *) บ่งชี้ว่าผลตอบแทนนั้นมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งหมายถึงผลตอบแทนในวันนั้นไม่ใช่เกิดขึ้นโดยบังเอิญ และมีความแตกต่างจากวันอื่น ๆ อย่างชัดเจน

จากตารางที่ 2 พบว่าค่าเฉลี่ยผลตอบแทนเป็นบวกและมีค่าสูงสุดในวันพุธ ยกเว้นกองทุนเปิดเอ็มเอฟซี เซ็ท 50 (MS50) และกองทุนเปิดไทยเด็กซ์ SET 50 อีทีเอฟ (TDEX) ที่มีผลตอบแทนเป็นบวกและมีค่าสูงสุดในวันศุกร์ ผลลัพธ์ที่ได้พบว่าค่าเฉลี่ยผลตอบแทนในวันพุธ ไม่มีค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 แสดงว่า ไม่มีผลกระทบในรูปแบบของวันในสัปดาห์ (The-Day-of-the-Week Effect)

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์ของผลการทดสอบ The Day-of-the-Week Effect โดย GARCH (1,1)
Regression Model

กองทุน	จันทร์	อังคาร	พุธ	พฤหัสบดี	ศุกร์
ESET50	-0.000307 (0.4827)	0.000931 (0.1084)	0.000977 (0.1077)	0.000217 (0.7337)	0.000685 (0.2737)
KFLTF50	-0.000303 (0.4715)	0.000972 (0.0926)	0.00116 (0.0528)*	0.000259 (0.6790)	0.000848 (0.1741)
KS50RMF	-0.000343 (0.4133)	0.000902 (0.1146)	0.00124 (0.0379)	0.000358 (0.5635)	0.000869 (0.1597)
KSET50	-0.000325 (0.4358)	0.000884 (0.1191)	0.001246 (0.0364)	0.000383 (0.5346)	0.00083 (0.1754)
KSET50LTF	-0.000349 (0.4084)	0.000918 (0.1119)	0.001161 (0.0526)*	0.000374 (0.5476)	0.000869 (0.1608)
MS50	-0.000845 (0.0516)*	0.001202 (0.0726)	0.001558 (0.0176)	0.000985 (0.1417)	0.001528 (0.0117)
PRINCSET50	-0.000363 (0.3725)	0.000812 (0.1512)	0.001191 (0.0426)	0.000394 (0.5156)	0.000976 (0.1066)
SCBRM50	-0.000181 (0.6746)	0.00058 (0.3317)	0.001036 (0.0889)	0.000151 (0.8128)	0.000745 (0.2281)
SCBSET50	-0.000168 (0.6964)	0.000593 (0.3211)	0.001053 (0.0833)	0.00016 (0.8017)	0.000794 (0.1974)
TDEX	-0.000495 (0.2807)	0.001101 (0.0796)	0.001046 (0.1084)	0.000149 (0.8205)	0.000887 (0.2017)
TMB50	-0.000307 (0.4657)	0.000903 (0.1128)	0.001127 (0.0597)*	0.000444 (0.4732)	0.000821 (0.1835)
TMB50DV	-0.000725 (0.0772)	0.001298 (0.0229)	0.001354 (0.0276)	0.000918 (0.1292)	0.001345 (0.0282)
TMB50RMF	-0.000365 (0.3844)	0.000933 (0.1005)	0.00116 (0.0523)*	0.000479 (0.4387)	0.000859 (0.1627)
TSET50	0.000125 (0.8040)	0.000174 (0.7886)	0.000618 (0.3547)	-0.000109 (0.8820)	0.000377 (0.6160)

* หมายถึง มีค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

ตารางนี้แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์จากสมการ GARCH (1,1) สำหรับกองทุนรวม SET50 ในวันต่าง ๆ ของสัปดาห์ ตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์ ค่าตัวเลขที่อยู่ในวงเล็บได้ผลตอบแทนเฉลี่ยแต่ละวันเป็นค่า p-value ซึ่งใช้ในการทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติของผลตอบแทนในแต่ละวัน รวมทั้งสิ้น 14 กองทุน หากค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก แสดงว่ากองทุนนั้นมีผลตอบแทนเกินปกติในวันนั้น ค่า p-value ใช้ทดสอบความน่าจะเป็นที่ผลตอบแทนที่ได้รับจะเกิดขึ้นโดยบังเอิญ ค่า p-value ต่ำกว่า 0.05 (หรือมีเครื่องหมาย *) บ่งชี้ว่าผลตอบแทนนั้นมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งหมายถึงผลตอบแทนในวันนั้นไม่ใช่เกิดขึ้นโดยบังเอิญ และมีความแตกต่างจากวันอื่น ๆ อย่างชัดเจน

จากตารางที่ 3 พบว่า ค่าเฉลี่ยผลตอบแทนที่เป็นบวกและมีค่าสูงสุดในวันพุธ ของกองทุน KFLTF50, KSET50LTF, TMB50 และ TMB50RMF มีค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะไม่สามารถปฏิเสธ H_1 แสดงว่าพบผลกระทบในรูปแบบของวันในสัปดาห์ (The Day-of-the-Week Effect) มีอยู่ในวันพุธสอดคล้องกับงานวิจัยของ Choudhry (2000) ที่พบ Day-of-the-Week Effect ในตลาดหุ้นเอเชีย โดยพบว่าผลตอบแทนในวันพุธในบางประเทศ เช่น ประเทศไทย มีลักษณะเป็นบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติ

การใช้ GARCH (1,1) ช่วยให้เราเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างความผันผวนในวันต่าง ๆ ของสัปดาห์ และทำให้เห็นภาพรวมของความเสี่ยงที่นักลงทุนอาจเผชิญเมื่อวางแผนการลงทุนตามวันในสัปดาห์โดยเฉพาะเมื่อพบว่าในวันพุธที่มีนัยสำคัญทางสถิติซึ่งไม่สอดคล้องกับทฤษฎีประสิทธิภาพตลาดแบบอ่อน เพราะนักลงทุน

สามารถนำข้อมูลในอดีตมาสร้างเป็นกลยุทธ์ลงทุนได้ ซึ่งความไม่มีประสิทธิภาพนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Miller, Prather and Mazumder (2003) Liew, Lim, and Wong (2021) และ Alsubaie and Najand (2022) เป็นต้น

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาผลกระทบในรูปแบบของวันในสัปดาห์ (The Day-of-the-Week Effect) ของกองทุนดัชนี SET50 (SET50 Index Fund) โดยใช้แบบจำลอง multiple regression techniques using dummy variables พบว่า 12 กองทุน จากจำนวนทั้งหมด 14 กองทุน ยกเว้นกองทุนเปิดเอ็มเอฟซี SET50 และกองทุนเปิดไทยเด็กซ์ SET50 อีทีเอฟ ผลตอบแทนค่าเฉลี่ยจะเป็นบวกและมีค่าสูงที่สุดในวันพุธ ไม่มีค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อมาใช้แบบจำลอง GARCH (1,1) Regression Model จะพบว่า ค่าเฉลี่ยผลตอบแทนที่เป็นบวก และมีค่าสูงสุดในวันพุธมีแค่กองทุน KFLTF50, KSET50LTF, TMB50 และ TMB50RMF เท่านั้น ซึ่งมีค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นั้นหมายความว่า มีผลกระทบในรูปแบบของวันในสัปดาห์ (The Day-of-the-Week Effect) โดยสอดคล้องตามงานวิจัยของ Miller, Prather and Mazumder (2003) ที่ได้ศึกษาผลกระทบ The Day-of-the-Week Effect ของกองทุนรวม Morningstar Principia Pro Database ระหว่างปี 1990-2000 ซึ่งอธิบายว่า การที่ผลตอบแทนค่าเฉลี่ยสูงสุดในวันพุธ เนื่องจากวันพุธเป็นวันที่อยู่ตรงกลางของสัปดาห์ ทำให้นักลงทุนสามารถรับข้อมูลข่าวสาร 2 วันก่อนหน้า เพื่อใช้ในการตัดสินใจแล้วจึงเลือกที่จะลงทุนในวันพุธ ซึ่งทำให้ราคาของหลักทรัพย์สูงขึ้น ดังนั้น ผลการศึกษานี้ไม่สนับสนุนสมมติฐานตามทฤษฎีความมีประสิทธิภาพของตลาดทุนในระดับอ่อนน้อม และยืนยันถึงการมีอยู่ของ The Day-of-the-Week Effect หรือผลกระทบของวันในสัปดาห์ โดยนักลงทุนนำข้อมูลนี้ไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์การลงทุนได้ดังนี้

1. กลยุทธ์การเข้าซื้อ-ขายตามวันในสัปดาห์ (Day-of-the-Week Trading Strategy): นักลงทุนสามารถวางแผนเข้าซื้อกองทุนรวม SET50 ในวันก่อนหน้าวันพุธ เช่น วันอังคารตอนปิดตลาด หรือช่วงเช้าวันพุธ เพื่อใช้ประโยชน์จากโอกาสที่ผลตอบแทนในวันพุธมีแนวโน้มที่จะเป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญ จากนั้นอาจพิจารณาขายหุ้นในวันพฤหัสบดีหรือวันศุกร์หลังจากผลตอบแทนในวันพุธได้รับการรับรู้แล้ว

2. การจัดสรรสินทรัพย์แบบเชิงกลยุทธ์ (Strategic Asset Allocation): นักลงทุนนำข้อมูลนี้ไปปรับกลยุทธ์การจัดสรรสินทรัพย์ เช่น เพิ่มสัดส่วนการลงทุนในกองทุนรวม SET50 ในวันก่อนหน้าวันพุธให้มากขึ้น เพื่อใช้ประโยชน์จากแนวโน้มของผลตอบแทนที่ดีในวันพุธ และปรับลดสัดส่วนการลงทุนในวันอื่น ๆ

3. การเพิ่มผลตอบแทนด้วยกลยุทธ์การลงทุนแบบพอร์ตโฟลิโอ (Portfolio Management Strategy): ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสามารถใช้เพื่อปรับกลยุทธ์การลงทุนในระดับพอร์ตโฟลิโอ เช่น การเพิ่มน้ำหนักการลงทุนในกองทุนที่มีผลตอบแทนในวันพุธที่สูง ในขณะที่ปรับลดน้ำหนักของกองทุนที่มีความเสี่ยงในวันอื่น ๆ ของสัปดาห์

4. การใช้ข้อมูลในการบริหารความเสี่ยง (Risk Management): นักลงทุนอาจใช้ข้อมูลนี้ในการวางแผนและบริหารความเสี่ยง เช่น การใช้วันพุธเป็นเกณฑ์ในการคาดการณ์และจัดการกับความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในช่วงสัปดาห์

5. การออกแบบผลิตภัณฑ์การลงทุน (Investment Product Design): บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน (AMC) สามารถใช้ข้อมูลนี้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์การลงทุนใหม่ ๆ ที่เน้นการลงทุนตามผลกระทบของวันในสัปดาห์ เช่น กองทุนที่เน้นการลงทุนในวันพุธหรือการใช้กลยุทธ์การลงทุนที่ใช้ประโยชน์จาก Day-of-the-Week Effect

การนำผลการศึกษานี้ไปใช้จำเป็นต้องพิจารณาถึงความเสี่ยงและความไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้นในตลาด เนื่องจากปัจจัยต่าง ๆ อาจมีผลกระทบที่ไม่คาดคิดได้ นอกจากนี้ควรติดตามข้อมูลทางเศรษฐกิจและการเมืองในประเทศอย่างใกล้ชิดเพื่อปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสม

ข้อเสนอแนะ

1. การศึกษานี้ได้ศึกษาเฉพาะกองทุนดัชนี SET50 (SET50 Index Fund) เท่านั้น โดยยังมีกองทุนรวมประเภทอื่น ๆ ที่น่าสนใจนำมาศึกษา ไม่ว่าจะเป็นกองทุนรวมตราสารหนี้ ตราสารทุน ฯลฯ หรือหลักทรัพย์ประเภทอื่นที่ไม่ใช่กองทุนรวม
2. ผลกระทบด้านปฏิทินยังมีอีกหลายรูปแบบให้นำมาศึกษา ไม่ว่าจะเป็นผลกระทบด้านเดือน (Month Effect) หรือผลกระทบด้านวันหยุด (Holiday Effect) และยังมีวิธีการทดสอบโดยใช้แบบจำลองอื่น เช่น แบบจำลอง ARCH, EGARCH, PARCH และ TGARCH ที่ยังไม่ได้รับความนิยมนอย่างแพร่หลาย มาทดสอบเพิ่มเติมได้

เอกสารอ้างอิง

- กุลธิดา เจริญรังสี. (2555). การสร้างผลกำไรของกองทุนรวมในประเทศไทย จากผลกระทบด้านวันในสัปดาห์ (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)
- ธนบูรณ์ แก้วงาม. (2559). การสร้างผลกำไรจากผลกระทบด้านปฏิทินรูปแบบ THE-DAY-OF- THE-WEEK EFFECT ในกองทุนรวม EXCHANGE TRADED FUND (ETF) ในประเทศไทย (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)
- ณัฐวุฒิ เจริญวิทยาโรจน์. (2562). การศึกษา Monday Effect (ผลกระทบของวันทำการที่มีต่อผลตอบแทน) ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจ นิธ* (NIDA BUSINESS JOURNAL), 15(25), 158-172.
- สุรัชย์ จันทร์จรัส. สุธาสินี สุวรรณภักดี. สนิหนาท หัตถะรักษ์. และ นงศันต์ย์ จันทร์จรัส. (2562). ผลกระทบของวันในสัปดาห์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารการจัดการสมัยใหม่*, 16(2), 141–148. สืบค้นจาก <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/stou-sms-pr/article/view/168369>
- อัญญา ชันธวิทย์ และอบรม เชาว์นเลิศ. (2559). การทวนสอบเหตุการณ์วันของสัปดาห์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรอุมา ประทีปจรัส. (2017). การสร้างผลกำไรใน SET50 INDEX FUTURES จากผลกระทบด้านวันในสัปดาห์ (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Alsubaie, M. A., & Najand, M. (2022). Day-of-the-week effect in the oil market: A new insight from the COVID-19 pandemic period. *Resources Policy*, 77, 102665. <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2022.102665>
- Fama, E. (1970) Efficient Capital Market: A Review of Theory and Empirical Work. *Journal of Finance*, 25, 382-417. <https://doi.org/10.2307/2325486>
- Choudhry, T. (2000). Day of the week effect in emerging Asian stock markets: Evidence from the GARCH model. *Applied Financial Economics*, 10(3), 235-242

- Cross, F. (1973). The Behavior of Stock Prices on Fridays and Mondays. *Financial Analysts Journal*, 1973. 67
- Engle, R. (1982) Autoregressive Conditional Heteroscedasticity with Estimates of the Variance of United Kingdom Inflation. *Econometrica*, 50(4), 987-1007.
- French, K.R. (1980). Stock return and the weekend effect. *Journal of Financial Economics*, 1980. 55-69
- Gibbons, M. R., & Hess, P. (1981). Day of the Week Effects and Asset Returns, 1981, 579-596
- Bollerslev, T. (1986). Generalized Autoregressive Conditional Heteroskedasticity. *Journal of Economics*, 1986, 307-327
- Miller, Prather & Mazumder. (2003). Day-of-the-Week Effects Among Mutual Funds. *Quarterly Journal of Business and Economics*, 2003, 113-128
- Lin, Mei-Chen & Chen, Miawjane. (2008). The profitability of the weekend effect: evidence from the Taiwan mutual fund market. *Journal of Marine Science and Technology*, 16(3), 222-233.
- Jaffe & Westerfield. (1985). The Week-end effect in Common Stock returns: The International evidence. *The Journal of Financial*, 40(2), 433-454
- Liew, V. K.-S., Lim, K.-P., & Wong, W.-K. (2021). Day-of-the-week effects in the Asian stock markets: A multiple comparison approach. *Finance Research Letters*, 38, 101423. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2020.101423>
- Raza, S., Baiqing, S., & Hussain, I. (2023). Do good and bad news affect The Day-of-the-Week Effect? An analysis of the KSE-100 Index. *SN Bus Econ* 3, 114. <https://doi.org/10.1007/s43546-023-00491-8>
- Thushara S.C. & Perera, P. (2014). Day of the Week Effect of Stock Returns: Empirical Evidence from Colombo Stock Exchange, *Kelaniya Journal of Management*. 1(2), 16-27
- Zilca, S. (2017). The evolution and cross-section of the day-of-the-week effect. *Financ Innov* 3, 29 (2017). <https://doi.org/10.1186/s40854-017-0077-6>

ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการ ตลาดนัดจตุจักร

ปวิตร จงนาศิริกูร^{1*} และ ขาญเดช เจริญวิริยะกุล²

¹นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

²อาจารย์ที่ปรึกษา, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

*Corresponding author e-mail: Pawit.jong789@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received) 8 สิงหาคม 2565

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 17 มิถุนายน 2566

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 16 สิงหาคม 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับการมีส่วนร่วม ความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ และ ความเชื่อมั่น ของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร 2) เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร กับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ 3) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดนัดจตุจักร จำนวน 385 คน ใช้สถิติพรรณนา, t-test, F-test และการวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า 1) การมีส่วนร่วม อยู่ในระดับปานกลาง ความรู้ ความเชื่อมั่น ความเข้าใจ อยู่ในระดับมาก และ ทักษะ อยู่ในระดับปานกลาง 2) ผู้ประกอบการที่มีอายุ และประเภทร้านต่างกัน มีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร ที่แตกต่างกัน ส่วน เพศ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน 4) ความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ และความเชื่อมั่น ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร

คำสำคัญ: การมีส่วนร่วม การบริหารจัดการ ตลาดนัดจตุจักร

FACTORS AFFECTING THE PARTICIPATION OF ENTREPRENEURS IN THE MANAGEMENT OF CHATUCHAK MARKET

Pawit Jongnapasirikul^{1*} and Chandej Charoenwiryakul²

¹ Master's Degree Student of Arts Program in Development Administration,

Suan Sunandha Rajabhat University

² Lecturer of Suan Sunandha Rajabhat University

Abstract

The objectives of this research were to 1) study the level of participation, knowledge, understanding, attitude, and confidence of entrepreneurs in the management of Chatuchak market; 2) to compare the participation of entrepreneurs in the management of Chatuchak market. 3) To study the factors affecting the participation of entrepreneurs in the management of Chatuchak Weekend Market. A questionnaire was used to collect data with 385 merchant operators in Chatuchak market using descriptive statistics, t-test, F-test, and multiple regression analysis. The results showed that 1) the participation was at a moderate level, knowledge, confidence, and understanding were at a high level and attitudes were at a moderate level. 2) Operators with different ages and types of stores. There was no difference in the participation of entrepreneurs in the management of Chatuchak market. Sex, education level and average monthly income were not different. 3) Knowledge, understanding, attitude and confidence affect participation in the management of Chatuchak Market.

Keywords: Participation, Management, Chatuchak Market

บทนำ

สืบเนื่องจากคณะกรรมการขับเคลื่อนและปฏิรูปราชการแผ่นดิน คณะที่ 5 คณะกรรมการขับเคลื่อนและปฏิรูปด้านความมั่นคง ลดความเหลื่อมล้ำ การเกษตร ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีพล.อ. ประวิตร วงษ์สุวรรณ รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหม เป็นประธานการประชุมได้มีการประชุมแก้ปัญหาเรื่องตลาดนัดจตุจักร เมื่อวันที่ 12 กันยายน พ.ศ. 2561 โดยผลการประชุมมีข้อสรุปให้กรุงเทพมหานครเป็นผู้รับผิดชอบบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักรเช่นเดิม ทั้งการบริหารจัดการเก็บขยะ และเก็บค่าเช่าแผงต่าง ๆ เป็นต้น ส่วนการรถไฟแห่งประเทศไทยจะได้รับค่าเช่าที่ดินจากกรุงเทพมหานครและให้กรุงเทพมหานคร หาแนวทางลดอัตราค่าเช่าแผงค้า จากเดิมที่การรถไฟแห่งประเทศไทยเป็นผู้บริหารจัดการตลาดจตุจักรจัดเก็บค่าเช่าแผงอยู่ที่ 3,157 บาท ให้ลดลงเหลืออัตรา 1,800 บาท

ต่อมาเมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน พ.ศ. 2561 ได้มีมติคณะรัฐมนตรี โดยระบุว่า เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาบรรเทาความเดือดร้อนของกลุ่มผู้ค้ารายย่อยภายในตลาดนัดจตุจักร และลดผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นกับประชาชนผู้ใช้บริการในตลาดนัดจตุจักร จึงมอบหมายให้กระทรวงคมนาคม (การรถไฟแห่งประเทศไทย) ประสานงานกับกระทรวงมหาดไทย (กรุงเทพมหานคร) เพื่อเร่งรัดการดำเนินการโอนความรับผิดชอบการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักรไปเป็นความรับผิดชอบของกรุงเทพมหานคร และเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2561 คณะรัฐมนตรี ได้รับทราบตามที่กระทรวงคมนาคมรายงานผลการดำเนินการโอนความรับผิดชอบการ

บริหารจัดการตลาดนัดจตุจักรให้กรุงเทพมหานคร ตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 6 พ.ย. ทั้งนี้ การรถไฟแห่งประเทศไทย และกรุงเทพมหานคร ได้ร่วมกันประชุมหารือร่วมกันเพื่อให้การโอน-การรับโอนการบริหารงานตลาดนัดจตุจักรเป็นไปด้วยความเรียบร้อยสมตามเจตนารมณ์ของรัฐบาลที่ต้องการให้มีการแก้ไขปัญหาของผู้ค้ารายย่อยและไม่มีผลกระทบต่อประชาชน โดยได้ร่วมกันจัดทำและลงนามบันทึกข้อตกลงว่าด้วยความร่วมมือในการบริหารตลาดนัดจตุจักร ในวันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2561 เพื่อส่งมอบพื้นที่ให้กรุงเทพมหานคร รวมทั้งกำหนดแนวทางในการร่วมมือดำเนินการโอนและรับโอนการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร (สำนักประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร, 2562)

ตลาดนัดจตุจักรเป็นย่านการค้าที่มีชื่อเสียงของกรุงเทพมหานคร และประเทศไทย โดยเคยได้รับการจัดอันดับเป็นตลาดกลางแจ้งที่ใหญ่ที่สุดในโลก เนื่องจากมีร้านจำหน่ายสินค้าหลากหลายมากกว่า 9,000 ร้าน มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางมาเลือกซื้อสินค้าและเยี่ยมชมมากถึง 2 แสนคนต่อวัน ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศเป็นจำนวนไม่น้อย ทั้งยังก่อให้เกิดการจ้างงานและการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจมูลค่ามหาศาล ทั้งนี้หลังจากที่สำนักงานตลาดกรุงเทพมหานครได้กลับเข้ามาบริหารตลาดนัดจตุจักรอีกครั้งตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2561 เป็นต้นไป กรุงเทพมหานครจะดำเนินงานโดยมีกรอบแนวคิดการบริหาร คือ “เสน่ห์วิถีไทย ประทับใจนักท่องเที่ยว” เพื่อรักษามาตรฐานความนิยมของตลาด และจะพัฒนาให้ดียิ่งๆ ขึ้นไป เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวต่อไป และกรุงเทพมหานครดำเนินการเข้าปรับปรุงพื้นที่ โดยเบื้องต้นได้ปรับปรุงพื้นที่ประตูทางเข้า-ออก ล้างท่อระบายน้ำโดยใช้เครื่องฉีดน้ำแรงดันสูง ปรับปรุงพื้นผิวด้านหน้าอาคารสำนักงานตลาดนัด และจะปรับปรุงพื้นถนนในตลาดทั้งหมด รวมทั้งจะพัฒนาภูมิทัศน์ให้สวยงามเป็นระเบียบเรียบร้อยเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว นอกจากนี้จะหารือกับผู้บริการนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับราคาค่าใช้บริการของผู้ค้าเพื่อให้ได้รับผลกระทบน้อยที่สุด รวมทั้งการจัดหาพื้นที่จอดรถที่ทั่วถึงนักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมตลาดนัดจตุจักร และการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการร้านค้าเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร เพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาร่วมกัน และการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักรให้เป็นระบบ และมีการจัดตั้งคณะกรรมการในการตรวจสอบการบริหารจัดการเพื่อความโปร่งใสและตรวจสอบได้ (สำนักงานตลาดกรุงเทพมหานคร, 2562)

การมีส่วนร่วมนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการบริหารจัดการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน่วยงานของภาครัฐ เพราะการมีส่วนร่วม เป็นการกระจายอำนาจให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการและตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ เช่น การจัดสรรทรัพยากรของชุมชนและของชาติ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชน โดยการให้ข้อมูล การแสดงความคิดเห็น การให้คำปรึกษา ร่วมกันวางแผน ร่วมกันปฏิบัติ ตลอดจนการควบคุมโดยตรงจากประชาชน (คะเนิงนิจ ศรีบัวเอี่ยม, 2558) โดยการที่ประชาชนจะเข้ามามีส่วนร่วมในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือการบริหารจัดการขององค์กรใดก็ตาม ประชาชนต้องมีความรู้ ความเข้าใจ และมีทัศนคติที่ดี และความเชื่อมั่นต่อสิ่งนั้นๆ จึงจะทำให้การมีส่วนร่วมในกิจกรรมนั้นบรรลุวัตถุประสงค์ไว้

การบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักรโดยการรถไฟแห่งประเทศไทยที่ผ่านมา ประสบปัญหาเกี่ยวกับการไม่รับการสนับสนุนและส่งเสริม การมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร ส่งผลให้ผู้ประกอบการในตลาดนัดจตุจักรไม่มีส่วนร่วม และได้มีโอกาสได้เสนอแนะความคิดเห็น ร่วมตัดสินใจวางแผน หรือร่วมปฏิบัติ ในกิจกรรมการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักรแต่ประการใด ทำให้การบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักรไม่บรรลุเป้าหมาย ประสบปัญหาในการบริหารจัดการ และมีการร้องเรียนจากผู้ประกอบการตลาดนัดจตุจักรเป็นจำนวนมาก

จากความสำคัญของปัญหาการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร ซึ่งก่อนหน้านี้ที่อยู่ภายใต้การบริหารงานของการรถไฟแห่งประเทศไทย ซึ่งประสบปัญหาการบริหารจัดการที่ล้มเหลว การร้องเรียนจาก

ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดนัดจตุจักร จึงเกิดการฟ้องร้อง เพื่อเปลี่ยนผู้ดูแลจากการรถไฟแห่งประเทศไทย เป็นสำนักงานตลาดกรุงเทพมหานคร และเมื่อมีการเปลี่ยนถ่ายการบริหารจัดการ สำนักงานงานตลาด กรุงเทพมหานครเข้ามาบริหารจัดการและยังให้ผู้ประกอบการเข้าไปมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร เพื่อให้การบริหารจัดการเป็นไปด้วยความโปร่งใส ยุติธรรม จากความปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยมีความตระหนักและเห็นความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้น มีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร” เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นแนวทางให้ กรุงเทพมหานครกำหนดนโยบายการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับ ความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ ทักษะ ความเชื่อมั่น และการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร
2. เพื่อเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร กับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมว่าเป็นการที่บุคคลหรือคณะบุคคลเข้ามาช่วยเหลือ สนับสนุน ทำประโยชน์ในเรื่องต่าง ๆ หรือกิจกรรมต่าง ๆ อาจเป็นการมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ หรือกระบวนการบริหาร ประสิทธิภาพขององค์การขึ้นอยู่กับความร่วมมือของบุคคลที่เกี่ยวข้องกันองค์การนั้น ในการปฏิบัติการกิจให้บรรลุเป้าหมาย วิธีการหนึ่งในการรวมพลังความคิดสติปัญญาก็คือ การให้บุคคลมีส่วนร่วมในองค์การนั้น บุคคลจะต้องมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับผูกพันต่อกิจกรรมและองค์การในที่สุด ดังแสดงไว้ในภาพที่ 2.1 (เสริมศักดิ์ วิชาลภรณ์ , 2557, น. 178-215)

United Nations (1981, p.123) ได้อธิบายความหมายของการมีส่วนร่วมว่าเป็นกระบวนการในการพัฒนา การเข้าร่วมอย่างกระตือรือร้นและมีพลังในด้านต่าง ๆ ได้แก่ 1) ด้านตัดสินใจเพื่อเป้าหมายของสังคม และการจัดการทรัพยากรเพื่อ ให้บรรลุเป้าหมาย 2) แผนการหรือโครงการต่าง ๆ ด้วยความตั้งใจ

สามารถสรุปได้ว่า เป็นการให้ความสนใจและตกลงที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมด้วยความสมัครใจ ในลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลต่อกับกลุ่มคน และระหว่างกลุ่มต่อกับกลุ่ม ซึ่งผลของความเกี่ยวข้องดังกล่าวเป็นเหตุเร้าใจให้กระทำบรรลุมุ่งหมายของกลุ่มนั้น กับทั้งทำให้เกิดความรู้สึกผูกพันกับกลุ่มดังกล่าว

โคเฮน และอัปฮอฟ (Cohen & Uphoff, 1980, p. 6) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมในทัศนะของการพัฒนาชนบทว่า การมีส่วนร่วมจะต้องประกอบด้วยการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องของประชาชน 4 ประการ ได้แก่

1. การมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจว่าจะทำอะไร และทำด้วยวิธีการอย่างไร
2. มีส่วนในการดำเนินโครงการ การตัดสินใจการใช้ทรัพยากรสนับสนุนโครงการ และการร่วมมือกับองค์กรหรือกลุ่มกิจกรรมเป็นการเฉพาะ
3. มีส่วนในการแบ่งปันผลประโยชน์อันเกิดจากโครงการพัฒนา
4. มีส่วนใหญ่ในการประเมินผลโครงการ โดยสรุปเป็นขั้นตอนการมีส่วนร่วม ดังนี้

ขั้นที่ 1 การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) ในกระบวนการของการตัดสินใจนั้น ประการแรกที่สุดที่จะต้องกระทำคือ การกำหนดความต้องการและการจัดลำดับความสำคัญ ต่อจากนั้นก็เลือก นโยบายและประชากรที่เกี่ยวข้อง การตัดสินใจในช่วงเริ่มต้น การตัดสินใจช่วงดำเนินการวางแผน และการตัดสินใจในช่วงการปฏิบัติตามแผนที่วางไว้

ขั้นที่ 2 การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ (Implementation) ในส่วนที่เป็นองค์ประกอบของการ ดำเนินงานโครงการนั้น จะได้มาจากคำถามที่ว่า ใครจะทำประโยชน์ให้แก่โครงการได้บ้าง และจะทำประโยชน์ ได้โดยวิธีใด เช่น การช่วยเหลือทางด้านทรัพยากร การบริหารงานและประสานงาน และการขอความช่วยเหลือ เป็นต้น

ขั้นที่ 3 การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ (Benefit) ในส่วนที่เกี่ยวกับผลประโยชน์นั้น นอกจาก ความสำคัญของผลประโยชน์ในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพแล้ว ยังจะต้องพิจารณาถึงการกระจาย ผลประโยชน์ภายในกลุ่ม ผลประโยชน์ของโครงการนี้ รวมทั้งผลที่เป็นประโยชน์ในทางบวก และผลที่เกิดขึ้น ในทางลบที่เป็นผลเสียของโครงการ ซึ่งจะเป็นผลประโยชน์และเป็นโทษต่อบุคคลและสังคม

ขั้นที่ 4 การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation) การมีส่วนร่วมในการประเมินผลนั้น สิ่ง สำคัญที่จะต้องสังเกต ความเห็น (Views) ความชอบ (Preferences) ความคาดหวัง (Expectations) ซึ่งจะมี อิทธิพลสามารถแปรเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคลในกลุ่มต่าง ๆ เพื่อช่วยให้เข้าใจระดับขั้นของการมีส่วนร่วม ตามแนวคิดของ Cohen และ Uphoff ได้ง่ายขึ้น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ

คำว่า “ความรู้ ความเข้าใจ” โดยสรุปความหมายได้ว่า ความรู้ความเข้าใจ หมายถึง ความสามารถในการ จำและเข้าใจรายละเอียดของข้อมูลต่าง ๆ ที่บุคคลได้สะสมไว้และถ่ายทอดต่อ ๆ กันมาตลอดจนสามารถที่ จะสื่อความหมาย แปลความ ตีความขยายความ หรือแสดงความความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ หลังจากที่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องนั้นๆแล้ว (ศุภกนิษฐ์ พลไพรินทร์, 2550)

Bloom et al (1975) ได้ทำการ ศึกษาและจำแนกพฤติกรรมด้านความรู้ออกเป็น 6 ระดับ โดยเรียง ตามลำดับขั้นความสามารถจากต่ำ ไปสูง ดังนี้

1. ความรู้ หมายถึง ความสามารถในการจำหรือรู้สึกได้ แต่ไม่ใช้การใช้ความเข้าใจไป ตีความหมาย ในเรื่องนั้น ๆ แบ่งออกเป็น ความรู้เกี่ยวกับเนื้อเรื่องซึ่งเป็นข้อเท็จจริง วิธีดำเนินงาน แนวคิด ทฤษฎี โครงสร้าง และหลักการ

2. ความเข้าใจ หมายถึง ความสามารถจับใจความสำคัญของเรื่องราวต่าง ๆ ได้ทั้งใน ด้านภาษา รหัส สัญลักษณ์ ทั้งรูปธรรมและนามธรรม แบ่งเป็นการ แปลความ การตีความ การขยาย ความ

3. การนำไปใช้ หมายถึง ความสามารถนำเอาสิ่งที่ได้ประสบมา เช่น แนวคิด ทฤษฎี ด้านต่าง ๆ ไป ใช้ให้เป็นประโยชน์ หรือนำไปใช้แก้ปัญหาตามสถานการณ์ต่าง ๆ ได้

4. การวิเคราะห์ หมายถึง ความสามารถในการแยกแยะเรื่องราว ออกเป็นส่วนประกอบย่อย เพื่อ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบส่วนย่อย และหลักการ หรือทฤษฎี เพื่อให้เข้าใจ เรื่องราวต่าง ๆ

5. การสังเคราะห์ หมายถึง ความสามารถในการนำเอาเรื่องราว หรือส่วนประกอบย่อย มาเป็น เรื่องราวเดียวกัน โดยมีการดัดแปลง ริเริ่ม สร้างสรรค์ ปรับปรุงของเก่าให้มีคุณค่า ขึ้น

6. การประเมินค่า หมายถึง ความสามารถในการพิจารณา ตัดสินคุณค่าของความคิด อย่างมี หลักเกณฑ์ เป็นการตัดสินใจอะไรดีไม่ดียังไรใช้หลักเกณฑ์เชื่อถือได้โดยอาศัยข้อเท็จจริง ภายในและ ภายนอก

ส่วนความเข้าใจซึ่งหมายความว่า ความเข้าใจ (comprehension) เป็นพฤติกรรมในขั้นที่ต่อความรู้ เป็นขั้นตอนที่ต้องใช้ความสามารถทางสมองและทักษะที่สูงขึ้นจนถึงระดับของ “การสื่อความหมาย” อาจทำได้ทั้งการใช้ปากเปล่าข้อเขียน ภาษาหรือการใช้สัญลักษณ์มักเกิดขึ้นหลังจากที่บุคคล ได้รับทราบข่าวสารต่าง ๆ แล้วโดยการฟัง เห็น อ่าน หรือเขียนก็ได้ (สงวน พรชัยสิริอรุณ, 2553, น.11) และความเข้าใจว่า หมายถึง ความสามารถทางปัญญาและทักษะอันได้แก่ 1) ความสามารถที่จะให้ความหมายของคำ (การแปล) 2) ความสามารถในการเข้าใจความหมายของความคิด (การตีความ) และ 3) ความสามารถในการคาดคะเนถึงสิ่งที่อาจเกิดขึ้นได้จากกระทำ (ประเมินค่า) (Bloom, 1956) กิรติ บุญเจือ (2555, น. 1-3) ให้ความหมายของความเข้าใจว่า หมายถึง ความรู้ที่สามารถเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างวิทยาการต่าง ๆ กล่าวคือ ความเข้าใจแต่ละอย่างถือว่าเป็นญาณส่วนการเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างเรื่องราวต่าง ๆ ถือว่าเป็นปรีชาญาณ และความเข้าใจ ได้แก่ ความเชื่อหรือความนึกคิด (Concept) หรือการสำเนียง (Conception) ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งเป็นได้ทั้งดีและทางไม่ดี และความเข้าใจไม่เข้าใจนี้เป็นสิ่งที่ถ่ายทอดจากกลุ่มสังคมสู่ตัวบุคคล (Rosenberg & Hovland, 1960, p.1)

จากแนวคิดต่าง ๆ จึงสรุปได้ว่าความเข้าใจ หมายถึง ความสามารถในการนำความรู้ไปขยายความของเดิม เพื่อให้เข้าใจถึงสิ่งนั้น ๆ ได้อย่างสมเหตุผล ความเข้าใจจึงมีความหมายกว้างและครอบคลุมยิ่งกว่าความรู้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

“ทัศนคติ” ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษว่า “attitude” มีรากศัพท์มาจากภาษาละตินว่า “aptus” ซึ่งมีความหมายว่า โน้มเอียง เหมาะสม มีผู้ใช้คำอื่นในความหมายเดียวกัน ซึ่งเราจะพบเห็นได้จากเอกสารวิชาการหลาย ๆ ฉบับ กล่าวคือ “เจตคติ” หรือ “เจตนคติ” ซึ่งในการให้คำนิยาม หรือคำจำกัดความของคำว่า “ทัศนคติ” นั้นตามความหมายของพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 หมายถึง ท่าที หรือความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และนอกจากนี้ได้มีการศึกษา และนักจิตวิทยาทั้งในอดีต และปัจจุบันได้ให้คำจำกัดความไว้มากมาย ดังนี้

เจตคติเป็นผลรวมของความรู้สึก นึกคิด อคติ และความกลัวของบุคคลที่แสดงออกโดยการพูดแสดงความคิดเห็นออกมา (Thurstone, 1967) ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ความรู้สึกดังกล่าวอาจจะเกี่ยวกับบุคคล สิ่งของ สภาพการณ์เหตุการณ์ เป็นต้น เมื่อเกิดความรู้สึกบุคคลนั้นจะมีการเตรียมพร้อม เพื่อมีปฏิกิริยาตอบโต้ไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่งตามความรู้สึกของตนเอง (ชาติชาย พัทธกษณาคม, 2554) และทัศนคติ คือ สภาวะความพร้อมทางจิตที่เกี่ยวข้องกับความคิด ความรู้สึก และแนวโน้มของพฤติกรรมบุคคลที่มีต่อบุคคล สิ่งของ สถานการณ์ต่าง ๆ ไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง และสภาวะความพร้อมทางจิตนี้จะต้องอยู่นานพอสมควร (ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร, 2555, น.138)

นอกจากนี้ Hornby (2001, p. 62) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ คือ วิถีทางที่คุณคิดหรือรู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือคนใดคนหนึ่ง และวิถีทางที่คุณประพฤติดต่อใคร หรือคนใดคนหนึ่ง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าคุณคิด หรือรู้สึกอย่างไร และ Newstrom and Devis (2002, p. 207) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ คือ ความรู้สึกหรือความเชื่อ ซึ่งส่วนใหญ่ใช้ตัดสินว่าพนักงานรับรู้สภาวะแวดล้อมของพวกเค้าอย่างไร และผูกพันกับการกระทำของพวกเค้า หรือมีแนวโน้มของการกระทำอย่างไร และสุดท้ายมีพฤติกรรมอย่างไร

ในขณะที่ Gibson (2000, p. 102) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ คือ ตัวตัดสินพฤติกรรมเป็นความรู้สึกเชิงบวก หรือเชิงลบ เป็นสภาวะจิตใจในการพร้อมที่จะส่งผลกระทบต่อ การตอบสนองของบุคคลนั้น ๆ ต่อบุคคลอื่น ๆ ต่อวัตถุ หรือต่อสถานการณ์โดยที่ทัศนคตินี้สามารถเรียนรู้ หรือจัดการได้โดยใช้ประสบการณ์

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเชื่อมั่น

ความเชื่อมั่น หมายถึง ความมั่นใจในความซื่อสัตย์ ความน่าเชื่อถือและความยุติธรรมในบุคคลหรือสิ่งใด ๆ (Whitney, 1996) และความเชื่อมั่นยังหมายถึง ความคาดหวังส่วนบุคคลที่คาดหวังต่อบุคคลอื่นว่าสามารถไว้วางใจหรือเชื่อถือได้ (Rotter, 1967) นอกจากนี้ ความมั่นใจเป็นส่วนหนึ่งของความเชื่อมั่น ซึ่งเป็นผลมาจากความเชื่อที่มีต่อองค์กรว่า องค์กร นั้นเป็นองค์กรที่น่าเชื่อถือ ซื่อสัตย์ หรือมีคุณธรรมสูง จะประกอบด้วยการบริการที่มีคุณภาพ มีความซื่อสัตย์ มีความยุติธรรมที่ความรับผิดชอบให้ความช่วยเหลือ (Altman & Taylor, 1973)

สามารถสรุปได้ว่า ความเชื่อมั่นเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกรับรู้ ซึ่งเป็นผลที่ได้รับมาจากประสบการณ์ที่ได้รับไม่ว่าจะเป็นจากบุคคลหรือองค์กรในด้านต่าง ๆ เช่น ความซื่อสัตย์ ยุติธรรม ความสามารถในการบริหารจัดการ ความรับผิดชอบต่อสังคม อันอาจกล่าวได้ว่าเป็นความคาดหวังในทางบวกที่มีต่อบุคคลหรือองค์กร

วิธีดำเนินการวิจัย

ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดนัดจตุจักร จำนวน 10,334 คน (สำนักงานตลาดกรุงเทพมหานคร, 2562)

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดนัดจตุจักร จำนวน 385 ตัวอย่าง ได้มาโดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาโรยามาเน (Yamane, 1970) ที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และทำการสุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ประเภทร้านค้า

ส่วนที่ 2 ความรู้ ความเข้าใจ ทศนคติ และความเชื่อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อย

ส่วนที่ 3 การมีส่วนร่วมการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการดำเนินการ การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ การมีส่วนร่วมในการประเมินผล ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ความเชื่อถือได้ของมาตรวัด พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha) เท่ากับ 0.946

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการเก็บข้อมูลในภาคสนาม (Field Data Collection) โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

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

ผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการตลาดนัดจตุจักร ผู้ประกอบการตลาดนัดจตุจักร ส่วนใหญ่เป็นหญิง จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 51.43 ลำดับถัดมาเป็นชาย จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 48.57 ตามลำดับ ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 31 -40 ปี จำนวน 132คน คิดเป็นร้อยละ 34.29 ลำดับถัดมามีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 24.42 อายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 22.60 และอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 72คน คิดเป็นร้อยละ 18.70 ตามลำดับ ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 56.88 ลำดับถัดมาจบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 91คน คิดเป็นร้อยละ 23.64 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 19.48 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 100,001 – 150,000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 32.43 ลำดับถัดมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 100,001 – 150,000 บาท จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 32.47 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 100,000 บาท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 30.13 และ 150,001 บาท จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ และส่วนใหญ่เป็นประเภทร้านค้าแผงค้าปกติ (เปิดขายเสาร์-อาทิตย์) จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 51.17 แผงค้าส่ง (ตลาดกลางคืน) จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 และแผงค้าต้นไม้ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 20.26 ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ความรู้ ความเชื่อมั่น ทักษะคติ และความเชื่อมั่น โดยรวม

ภาพรวม	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1. ด้านความรู้	3.51	0.60	มาก
2. ด้านความเข้าใจ	3.42	0.64	มาก
3. ด้านทัศนคติ	3.38	0.60	ปานกลาง
4. ด้านความเชื่อมั่น	3.47	0.58	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ความรู้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51) ความเชื่อมั่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47) ความเข้าใจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42) อยู่ในระดับมาก และ ทักษะคติ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 การมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักรในภาพรวม

การมีส่วนร่วม	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1. ด้านการวางแผน	3.39	0.73	ปานกลาง
2. ด้านการตัดสินใจ	3.19	0.67	ปานกลาง
3. ด้านการดำเนินงาน	3.40	0.60	ปานกลาง
4. ด้านการรับผลประโยชน์	3.53	0.64	มาก
5. ด้านการประเมินผล	3.44	0.61	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.39	0.39	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า การมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักรในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39) เมื่อพิจารณาเป็นด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก ได้แก่

ด้านผลประโยชน์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53) ด้านประเมินผล (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44) ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการปฏิบัติ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40) ด้านการวางแผน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39) และด้านการตัดสินใจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19) ตามลำดับ

ผลการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักรกับปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 3 การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการจำแนกตามเพศ

การมีส่วนร่วม	ชาย = 187		หญิง = 198		t	Sig
	$\bar{X}$	SD.	$\bar{X}$	SD.		
1. ด้านการวางแผน	3.29	0.65	3.47	0.66	2.428	0.016*
2. ด้านการตัดสินใจ	3.21	0.66	3.18	0.68	0.437	0.662
3. ด้านการดำเนินการ	3.53	0.68	3.54	0.61	0.168	0.867
4. ด้านการรับผลประโยชน์	3.42	0.60	3.39	0.61	0.475	0.635
5. ด้านการประเมินผล	3.43	0.61	3.44	0.61	0.181	0.857
ค่าเฉลี่ยรวม	3.38	0.40	3.41	0.39	0.704	0.482

จากตารางที่ 3 ผู้ประกอบการที่มีเพศต่างกัน มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เพศหญิงมีส่วนร่วม ด้านการวางแผนมากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 4 การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการจำแนกตามอายุ

การมีส่วนร่วม	ค่าความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการวางแผน	Between Group	5.821	3	1.940	3.740	0.11*
	Within Group	197.664	381	0.519		
	Total	203.484	384			
ด้านการตัดสินใจ	Between Group	2.952	3	0.984	2.219	0.085
	Within Group	168.916	381	0.443		
	Total	171.867	384			
ด้านการดำเนินการ	Between Group	0.309	3	0.103	0.281	0.839
	Within Group	140.007	381	0.367		
	Total	140.316	384			
ด้านการรับผลประโยชน์	Between Group	6.375	3	2.125	5.336	0.001*
	Within Group	151.749	381	0.398		
	Total	158.124	384			
ด้านการประเมินผล	Between Group	2.020	3	0.673	1.810	0.145
	Within Group	141.755	381	0.372		
	Total	143.776	384			

ภาพรวม	Between Group	2.412	3	0.804	5.340	0.001*
	Within Group	57.354	381	0.151		
	Total	59.766	384			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 ผู้ประกอบการที่มีอายุต่างกัน มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร ที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการวางแผน และด้านผลประโยชน์ มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 5 การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการจำแนกตามระดับการศึกษา

การมีส่วนร่วม	ค่าความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการวางแผน	Between Group	0.885	2	0.443	0.835	0.435
	Within Group	202.599	382	0.530		
	Total	203.484	384			
ด้านการตัดสินใจ	Between Group	1.309	2	0.655	1.466	0.232
	Within Group	170.558	382	0.446		
	Total	171.867	384			
ด้านการดำเนินการ	Between Group	1.472	2	0.736	1.795	0.167
	Within Group	156.652	382	0.410		
	Total	158.124	384			
ด้านการรับผลประโยชน์	Between Group	0.276	2	0.138	0.377	0.686
	Within Group	140.040	382	0.367		
	Total	140.316	384			
ด้านการประเมินผล	Between Group	1.208	2	0.604	1.618	0.200
	Within Group	142.568	382	0.373		
	Total	143.776	384			
ภาพรวม	Between Group	0.371	2	0.186	1.194	0.304
	Within Group	59.395	382	0.155		
	Total	59.766	384			

จากตารางที่ 5 ผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 6 การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การมีส่วนร่วม	ค่าความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการวางแผน	Between Group	2.227	3	0.709	1.341	0.261
	Within Group	201.357	381	0.528		
	Total	203.484	384			
ด้านการตัดสินใจ	Between Group	1.773	3	0.591	1.324	0.266
	Within Group	170.095	381	0.446		
	Total	171.867	384			
ด้านการดำเนินการ	Between Group	2.358	3	0.786	1.922	0.125
	Within Group	155.767	381	0.409		
	Total	158.124	384			
ด้านการรับผลประโยชน์	Between Group	0.155	3	0.052	0.141	0.936
	Within Group	140.161	381	0.368		
	Total	140.316	384			
ด้านการประเมินผล	Between Group	0.950	3	0.317	0.845	0.470
	Within Group	142.825	381	0.375		
	Total	143.776	384			
ภาพรวม	Between Group	1.085	3	0.362	2.349	0.072
	Within Group	58.680	381	0.154		
	Total	59.766	384			

จากตารางที่ 6 ผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 7 การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการจำแนกตามประเภทร้านค้า

การมีส่วนร่วม	ค่าความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการวางแผน	Between Group	13.413	2	6.706	13.478	0.000*
	Within Group	190.072	382	0.498		
	Total	203.484	384			
ด้านการตัดสินใจ	Between Group	6.136	2	3.068	7.072	0.001*
	Within Group	165.731	382	0.434		
	Total	171.867	384			
ด้านการดำเนินการ	Between Group	0.686	2	0.343	0.938	0.392
	Within Group	139.630	382	0.366		
	Total	140.316	384			
ด้านการรับผลประโยชน์	Between Group	3.288	2	1.644	4.056	0.018*
	Within Group	154.836	382	0.405		
	Total	158.124	384			
ด้านการประเมินผล	Between Group	6.731	2	3.366	9.381	0.000*
	Within Group	137.044	382	0.359		
	Total	143.776	384			
ภาพรวม	Between Group	4.739	2	2.370	16.450	0.000*
	Within Group	55.027	382	0.144		
	Total	59.766	384			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 7 ผู้ประกอบการที่มีประเภทร้านค้าต่างกัน มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร ที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการวางแผน ด้านการตัดสินใจ ด้านการรับผลประโยชน์ และด้านการประเมินผล มีความแตกต่างกัน ส่วนด้านการปฏิบัติไม่แตกต่างกัน

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ

ตารางที่ 8 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร

ตัวแปร	Unstandardized (b)	SE	Standardized (β)	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	1.220	0.144		8.459	0.000
ความรู้	0.086	0.028	0.130	3.018*	0.003
ความเข้าใจ	0.155	0.026	0.251	5.893*	0.000
ทัศนคติ	0.200	0.027	0.307	7.500*	0.000
ความเชื่อมั่น	0.191	0.030	0.281	6.384*	0.000
R = 0.620		Adjusted R ² = 0.378			
R ² = 0.385		SE = 0.311			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 8 พบว่า ความรู้ความเข้าใจ ทัศนคติ และความเชื่อมั่น มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร และสามารถทำนายการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักรได้ร้อยละ 37.80

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร ผู้ศึกษาได้นำประเด็นสำคัญมาอภิปรายผลงานดังนี้

ระดับความรู้ ความเข้าใจ ทัศนคติ และความเชื่อมั่น

ความรู้ ความเชื่อมั่น ความเข้าใจ อยู่ในระดับมาก และ ทัศนคติ อยู่ในระดับปานกลาง ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงการโอนย้ายการกำกับดูแลตลาดนัดจตุจักรจากรถไฟไปเป็นความรับผิดชอบของกรุงเทพมหานคร จึงส่งผลทำให้ผู้ประกอบการมีความรู้ ความเข้าใจ และมีความเชื่อมั่น และมีทัศนคติต่อการบริหารงานของกรุงเทพมหานครมากยิ่งขึ้น ถึงแม้ว่าจะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการบริหารจัดการเท่าที่ควรนัก ซึ่งผลการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของกุล ศรีปัจฉิม (2557) การมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานองค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ชัย อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก ในด้าน ความรู้ ความเข้าใจ ทัศนคติ และความเชื่อมั่น

การมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร

การมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักรในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลประโยชน์ ด้านประเมินผล ในระดับ

ปานกลาง ได้แก่ ด้านการปฏิบัติ ด้านการวางแผน และด้านการตัดสินใจ ตามลำดับ ที่เป็นเช่นนี้อาจจะเนื่องจาก ตลาดนัดจตุจักรพึ่งได้รับการโอนย้ายความรับผิดชอบการบริหารงานจากการรถไฟ เป็นกรุงเทพมหานคร ซึ่งการบริหารงานของกรุงเทพมหานครยังไม่ให้การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเข้าไปมีส่วนร่วมเท่าที่ควร สอดคล้องกับผลงานวิจัยของนฤชิต ชูช่วย (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของเทศบาลตำบลยางตลาด อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของเทศบาลตำบลยางตลาด อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ มีระดับการมีส่วนร่วมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน เรียงลำดับจากน้อยไปมาก คือ ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ ด้านการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ และด้านการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผู้ประกอบการที่มีอายุ และประเภทร้านต่างกัน มีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร ที่แตกต่างกัน ส่วน เพศ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการไม่แตกต่างกันที่เป็นเช่นนี้อาจจะเนื่องจากผู้ประกอบการที่มีอายุน้อย ซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่อาจจะเห็นความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมกับการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร เพื่อให้การบริหารตลาดเกิดความคล่องตัว อีกทั้งเกิดประสิทธิภาพในการบริหารงาน ผู้ประกอบการได้รับประโยชน์สูงสุดจึงเห็นความสำคัญมากกว่าผู้ประกอบการที่มีอายุมาก ซึ่งผลการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อนุกุล ศรีปัจฉิม (2557) การมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานองค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ชัย อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ผลการศึกษพบว่า ผลการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานองค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ชัย อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ที่มี อายุ แตกต่างกัน

ความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ และความเชื่อมั่น มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร ที่เป็นเช่นนี้อาจจะเนื่องจากปัจจัยเหล่านี้เช่นทักษะคิด เป็นสิ่งแรกๆที่ผู้ประกอบการรู้สึก นึกคิด ออกดี ต่อการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร ซึ่งผลการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วีระชัย เสงฎีกุล (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ความรู้ความเข้าใจและปัจจัยที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลห้วยอ้อ อำเภอลอง จังหวัดแพร่ ผลการศึกษพบว่า ความรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และทักษะคิด ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลห้วยอ้อ อำเภอลอง จังหวัดแพร่

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้บริหารตลาดนัดจตุจักรควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเข้าร่วมประชุม และเผยแพร่ปัญหาการบริหารตลาดนัดจตุจักรแก่ผู้ประกอบการให้รับทราบร่วมกัน เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน
2. ผู้บริหารตลาดนัดจตุจักรควรส่งเสริมให้มีคัดเลือกคณะกรรมการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักรเพื่อเป็นตัวแทนฝั่งผู้ประกอบการเข้าไปมีส่วนร่วมในการบริหารงานตลาดนัดจตุจักรให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
3. ผู้บริหารตลาดนัดจตุจักรควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ เช่น โครงการการจัดการขยะมูลฝอยในตลาดนัดจตุจักร เป็นต้น
4. ผู้บริหารตลาดนัดจตุจักรควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการให้ดำเนินการค้าภายใต้มาตรฐานกฎระเบียบของตลาด มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ

5. ผู้บริหารตลาดนัดจตุจักรควรเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมความคิดเห็นต่อคณะผู้บริหารเกี่ยวกับการบริหารจัดการในด้านต่าง ๆ เช่น การดูแลรักษาความสะอาด การจัดการขยะมูลฝอย เป็นต้น

6. ผู้บริหารตลาดนัดจตุจักรควรส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และมีปรับเปลี่ยนทัศนคติ และสร้างความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร เพื่อให้ผู้ประกอบการเข้ามามีการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักรให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- วีระชัย เฮงภูกุล. (2557). ความรู้ความเข้าใจและปัจจัยที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลห้วยอ้อ อำเภอลอง จังหวัดแพร่. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์).
- ศักดิ์ไทย สุรภิชา. (2555). *จิตวิทยาสังคม*. กรุงเทพฯ ฯ: สุวีริยาสาส์น.
- เสริมศักดิ์ วิชาลาภรณ์. (2557). *ประมวลสาระชุดสัมมนาปัญหาและแนวโน้มทางการบริหารการศึกษา : หน่วยที่ 7 ปัญหาและแนวโน้มเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารการศึกษา*. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- Altman & Taylor. (1973). *Social Penetration: The Development of Interpersonal Relationships*. New York: Holt, Rinechart and Winstion.
- Bloom Benjamin S.J. (1975). *Taxonomy of Education Objective Hand Book1: Cognitive Domain*. New York: David Mokey Company, Inc.
- Cohen, J. & Rural Uphoff. (1980). *Development Participation: Concept and Measure for Project Design Implementation and Evaluation* Rural Development Center. Dissertation Abstracts International.
- Hornby, A.S. (2001). *Oxford Advanced Learner's Dictionary*. (6th ed). Oxford: Oxford University Press.
- Gibson. J.M.E. (1998). Using The Delphi Technique to identify the content and context of nurses' continuing professional development needs. *Journal of clinical Nursing*, Sep;7(5), 451-9. doi: 10.1046/j.1365-2702.1998.00175.x. PMID: 9855997.
- Newstrom, John W., & Davis, Keith. (2002) *Organizational Behavior: Human Behavior at work* (11th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Rotter. (1967). *The Development and Application of Social Learning Theory*. New York: Pracger.
- Thurstone, L.L. (1967). *Reading in Attitude Theory and Measurement*. New York: John Wiley and Sons.
- White. (1982). *Community Participation*. New York: Children s Fund.

**การประเมินหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาศาสตร์พยาบาล
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561) คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา**

ปรีชนันท์ เจริญอารมณ์วัฒนา¹, จินตภา สีนีวา², ไพรินทร์ ทองภาพ³ วาญญู สุวรรณเศรษฐ⁴, และเข็มญา คินนิมาน⁵

อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการพัฒนาศาสตร์พยาบาล คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

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

วันที่รับบทความ (Received) 16 มิถุนายน 2567

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Received) 19 สิงหาคม 2567

วันที่ตอบรับบทความ (Received) 21 สิงหาคม 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ประเมินหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาศาสตร์พยาบาล (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561) คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา และ 2) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาศาสตร์พยาบาล คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา โดยใช้รูปแบบการประเมินแบบ CIPPIEST Model การวิจัยเชิงปริมาณในการศึกษาครั้งนี้ ประชากร ได้แก่ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร และอาจารย์ผู้สอนจำนวน 5 คน นิสิตหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาศาสตร์พยาบาล จำนวน 4 คน ดุษฎีบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา จำนวน 17 คน ผู้บังคับบัญชาของดุษฎีบัณฑิต จำนวน 7 คน รวมทั้งสิ้น 33 คน ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า การประเมินด้านบริบท ($\bar{X} = 4.80$) การประเมินด้านปัจจัยนำเข้า ($\bar{X} = 4.75$) การประเมินด้านกระบวนการ ($\bar{X} = 4.94$) การประเมินด้านผลผลิต ($\bar{X} = 4.93$) การประเมินด้านผลกระทบ ($\bar{X} = 4.81$) การประเมินด้านประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 4.88$) การประเมินด้านความยั่งยืน ($\bar{X} = 4.88$) และการประเมินด้านการถ่ายโอนความรู้ ($\bar{X} = 4.78$) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดในทุกด้าน และขอเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตร พบว่า ดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาศาสตร์พยาบาล ต้องเป็นนักพัฒนาศาสตร์พยาบาลที่มีความเชี่ยวชาญในศาสตร์การพัฒนาศาสตร์พยาบาล มีความสามารถในการดำเนินการวิจัย มีความคิดสร้างสรรค์ สร้างสิ่งใหม่หรือนวัตกรรมการพัฒนาศาสตร์พยาบาล ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายได้ดี มีวินัย มีความรับผิดชอบ มีจิตสาธารณะในการช่วยเหลือเพื่อนร่วมงาน นำความรู้มาประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหาด้านการพัฒนาศาสตร์พยาบาล มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการออกแบบเครื่องมือ กิจกรรม หรือนวัตกรรมในการพัฒนาศาสตร์พยาบาล พัฒนาระบบงานต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน มีคุณลักษณะของนักพัฒนาศาสตร์พยาบาล ปฏิบัติตนตามจรรยาบรรณวิชาชีพนักพัฒนาศาสตร์พยาบาล มีความคิดเชิงตรรกะ มีภาวะผู้นำ เป็นต้นแบบในการเปลี่ยนแปลง มีทักษะในการดำเนินชีวิต ทักษะด้านดิจิทัล ใฝ่รู้และพร้อมสำหรับการพัฒนานตนเองและผู้อื่นตลอดชีวิต

คำสำคัญ: การประเมินหลักสูตร ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต การพัฒนาศาสตร์พยาบาล

AN EVALUATION OF THE DOCTOR OF PHILOSOPHY IN HUMAN RESOURCE
DEVELOPMENT (REVISED A.D. 2018), FACULTY OF EDUCATION,
BURAPHA UNIVERSITY

Paratchanun Charoenarnpornwattana¹, Jindapa Leeniwa², Phairin Thongpharp^{3*}

Watunyoo Suwannaset⁴, and Khemmaya Kiniman⁵

Lectures of Human Resource Development, Faculty of Education, Burapha University

Abstract

The purposes of this research are: 1) to evaluate the curriculum of the Doctor of Philosophy Program in Human Resource Development (Revised Curriculum, B. E. 2561), Faculty of Education, Burapha University, and 2) to provide guidelines for developing and improving the Doctor of Philosophy Program in Human Resource Development, Faculty of Education, Burapha University. The researcher followed the CIPPIESST model for this study. A quantitative research approach is used. The population in this study is the stakeholders including 5 lecturers, 4 current students, 17 Ph.D. graduates, and 7 Ph.D. supervisors, totalling 33 people. Data collection was conducted using questionnaires. Statistics used in data analysis include frequency, percentage, mean, and content analysis. The research results found that Context Evaluation: C ($\bar{X} = 4.80$), Input Evaluation: I ($\bar{X} = 4.75$), Process Evaluation: P ($\bar{X} = 4.94$), Product Evaluation: P ($\bar{X} = 4.93$), Impact Evaluation: I ($\bar{X} = 4.81$), Effectiveness Evaluation: E ($\bar{X} = 4.88$), Sustainable Evaluation: P ($\bar{X} = 4.88$), and Transportability Evaluation: T ($\bar{X} = 4.78$) were at the highest level in all aspects. Guidelines for developing and improving the Doctor of Philosophy Program in Human Resource Development, Faculty of Education, Burapha University found that it must be a human resource developer with expertise in the field of human resource development, the ability to conduct research, be creative, create new things or innovations in human resource development, perform assigned tasks well, discipline and responsibility, teamwork, apply knowledge to solve human resource development problems, creative ideas in designing tools, activities, or innovations in human resource development, develop various processes to achieve work efficiency, with the characteristics of a human resource developer, conduct and behave according to the professional ethics of human resource developers, logical thinking, leadership, be a role model for change, life skills, digital skills, and lifelong learning.

Keywords: Curriculum Evaluation, Doctor of Philosophy, Human Resource Development

ความสำคัญและที่มาของงานวิจัย

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ถูกกำหนดให้อยู่ในยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ ทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพจะเป็นการส่งเสริมกลยุทธ์ที่สำคัญในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน เป็นการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจและการกระจายรายได้ เพื่อความอยู่ดีมีสุขของคนไทยและสังคมไทย โดยการกำหนด

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์นั้นมีเป้าหมายที่สำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในทุกช่วงวัย ให้มีความพร้อมทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ มีสติปัญญาดี มีจิตสาธารณะ มีความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และผู้อื่น มีวินัยในตนเอง มีศีลธรรมจรรยา มีสำนึกในการเป็นพลเมืองดีของประเทศชาติ มีหลักการคิดที่มีตรรกะและถูกต้อง มีทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 สามารถใช้ภาษาอังกฤษและภาษาที่ 3 ได้ดี เป็นคนใฝ่รู้ พร้อมเรียนรู้และพัฒนาตนเองตลอดชีวิต เป็นทรัพยากรของชาติที่มีทักษะสูง เป็นนวัตกรรม นักคิด และเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561)

องค์กรธุรกิจในปัจจุบันที่สามารถแข่งขันได้นั้น กลยุทธ์ที่สำคัญคือการขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจด้วยคุณภาพของทรัพยากรมนุษย์ ดังนั้น เมื่อทรัพยากรมนุษย์เป็นหัวใจสำคัญในการเป็นทุนให้กับองค์กรธุรกิจ องค์กรทุกองค์กรต่างผลักดันนโยบายต่างๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรของตนเอง หนึ่งในกลยุทธ์ที่สำคัญที่องค์กรธุรกิจนำมาใช้นั้นคือการส่งเสริมให้พนักงานในองค์กรได้รับการศึกษาที่สูงขึ้น (ปรีดาพร คณหา และดารารัตน์ อินทร์คุ้ม, 2559) นอกจากนี้ การที่ประเทศไทยจะสามารถแข่งขันได้นั้น จำเป็นต้องมีทรัพยากรมนุษย์ฐานนวัตกรรม โดยมีคุณสมบัติที่สำคัญ คือ มีความคิด ริเริ่มสร้างสรรค์ แต่อย่างไรก็ตาม การสร้างทรัพยากรมนุษย์ฐานนวัตกรรมจะสำเร็จได้นั้น จะต้องมีการพัฒนาที่สำคัญคือการจัดการศึกษาในภาพรวมของประเทศ (จำเนียร จวงตระกูล, 2561)

จากยุทธศาสตร์ชาติและความสำคัญของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ข้างต้น เป็นกรอบแนวคิดที่สำคัญในการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประเทศ โดยเฉพาะการจัดการศึกษาในระดับปริญญาเอก ที่จะต้องมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะการบูรณาการสหวิทยาการ โดยเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ฝึกฝนการเชื่อมโยงหลักความรู้ด้านทฤษฎีเชิงระบบ การจัดการการเรียนรู้สมัยใหม่ เทคโนโลยี การวิจัย และการพัฒนาองค์การธุรกิจเพื่อให้องค์กรและประเทศมีบุคลากรเป็นนักบริหารและนักพัฒนาที่มีความพร้อมต่อการปรับตัว และมีความสามารถในการทำงานเชิงกลยุทธ์ภายใต้บริบทสังคม วัฒนธรรม รูปแบบการบริหารธุรกิจและองค์การสมัยใหม่ที่มีความเป็นพลวัตสูง (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561)

ภาควิชาบัณฑิตศึกษานานาชาติการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้จัดการเรียนการสอนในระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561) ที่ได้ปรับปรุงจากหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (หลักสูตรนานาชาติ) (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2556) และเพื่อให้สามารถออกแบบหลักสูตรให้ตรงตามความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมากขึ้นจากเดิมที่มีการใช้รูปแบบ CIPP Model เพียงอย่างเดียว โดยมีการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ภายใต้กรอบความคิดที่ว่าเมื่อผู้เรียนได้รับโอกาสในการพัฒนาความรู้ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ระดับสูงและได้ฝึกฝนแนวทางการบูรณาการศาสตร์ด้านนี้เข้ากับหลักการการจัดการเรียนรู้สมัยใหม่แล้ว ประเทศจะเพิ่มปริมาณนักพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และนักวิชาการที่สามารถพัฒนาแรงงานมีความรู้และองค์ความรู้ที่จำเป็นต่อการพัฒนาขับเคลื่อนสังคมและเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างยั่งยืน

การประเมินหลักสูตรในระดับปริญญาเอกเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้หลักสูตรทราบผลการดำเนินการของหลักสูตร โดยพบว่ามีการประเมินหลักสูตรในหลากหลายสถาบันการศึกษาชั้นนำ เช่น การประเมินหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร (2559) การประเมินหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2556) คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร (มาเรียม นิลพันธุ์ และคณะ, 2560) การประเมินหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชายุทธศาสตร์การบริหารและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร (หลักสูตรปรับปรุง

พ.ศ. 2556) (สมชัย วงษ์นายะ และทวนทอง เขาวงกิตพิงค์, 2560) เป็นต้น จึงกล่าวได้ว่า ในการปรับปรุงหลักสูตรของสถาบันการศึกษานั้น การประเมินหลักสูตรเป็นสิ่งที่จำเป็นและละเลยไม่ได้ เพราะเป็นข้อมูลสำคัญในการพัฒนาหลักสูตรปรับปรุง

คณะผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญและความจำเป็นในการประเมินหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561) โดยใช้รูปแบบการประเมิน CIPPIEST Model ที่ประกอบด้วยกรอบการวิเคราะห์ที่ครอบคลุมทุกด้านของหลักสูตร โดยมีการประเมินบริบท 8 ด้านที่สำคัญ คือ การประเมินด้านบริบท ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ ผลผลิต ผลกระทบ ประสิทธิภาพ ความยั่งยืน และการถ่ายทอดความรู้ (Stufflebeam & Shinkfield, 2007) โดยรูปแบบการประเมิน CIPPIEST Model เป็นส่วนต่อขยายจากรูปแบบการประเมิน CIPP Model โดยเป็นการปรับขยายการประเมินด้านผลผลิต (Product Evaluation) ออกเป็นการประเมินด้านผลกระทบ (Impact Evaluation) การประเมินด้านประสิทธิภาพ (Effectiveness Evaluation) การประเมินด้านความยั่งยืน (Sustainability Evaluation) และการประเมินด้านการถ่ายโอนความรู้ (Transportability Evaluation) จะทำให้ได้ข้อมูลที่ครบทุกบริบทที่จำเป็นและครอบคลุม และนำผลการประเมินที่ได้ไปเป็นกรอบในการพัฒนาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2566) ต่อไป

ทบทวนวรรณกรรม

รูปแบบการประเมิน CIPPIEST และการนำไปใช้

Stufflebeam and Shinkfield (2007) ได้พัฒนารูปแบบการประเมิน CIPPIEST Model จากรูปแบบ CIPP Model (Stufflebeam, 1971) เพื่อให้มีความครอบคลุมมากขึ้น ประกอบด้วย 1) การประเมินด้านบริบท (Context Evaluation: C) เป็นการประเมินเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ที่เป็นอยู่ในปัจจุบันที่เกี่ยวข้องและความต้องการที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของหลักสูตร 2) การประเมินด้านปัจจัยนำเข้า (Input Evaluation: I) เป็นการประเมินเพื่อทราบข้อมูลและนำมากำหนดวิธีการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ให้จุดมุ่งหมายของหลักสูตรสัมฤทธิ์ผล 3) การประเมินด้านกระบวนการ (Process Evaluation: P) เป็นการประเมินเพื่อทราบข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการใช้หลักสูตร 4) การประเมินด้านผลผลิต (Product Evaluation: P) เป็นการประเมินผลที่เกิดจากการใช้หลักสูตรหรือคุณภาพของผู้เรียนที่เกี่ยวกับความรู้ ความสามารถ ทักษะ ค่านิยมตามที่กำหนดไว้ในเป้าประสงค์และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร 5) การประเมินด้านผลกระทบ (Impact Evaluation: I) เป็นการประเมินผลงาน หรือผลที่เกิดจากการเรียน และนำความรู้ที่เกิดขึ้นไปใช้ในการทำงานได้ 6) การประเมินด้านประสิทธิภาพ (Effectiveness Evaluation: E) เป็นการประเมินผลที่เกิดขึ้นกับผู้เรียนภายหลังสำเร็จการศึกษาในหลักสูตร ในด้านความรู้ ความสามารถหลังการปฏิบัติงานไปแล้ว 6-12 เดือน 7) การประเมินด้านความยั่งยืน (Sustainable Evaluation: S) เป็นการประเมินความรู้ ความสามารถของผู้เรียนเมื่อสำเร็จการศึกษาในหลักสูตรในด้านการพัฒนางานหรือสร้างองค์ความรู้ใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยมีการติดตามผลของผู้เรียน เมื่อสำเร็จการศึกษาไปอีกระยะหนึ่ง ซึ่งใช้ระยะเวลานานมากกว่า 1 ปี และ 8) การประเมินด้านการถ่ายโอนความรู้ (Transportability Evaluation: T) เป็นการประเมินผลว่าผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้จากการเรียนในหลักสูตรไปต่อยอดความรู้ หรือการสร้างสิ่งใหม่ ๆ รวมถึงการบูรณาการความรู้ในรูปแบบต่าง ๆ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อประเมินหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561) คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

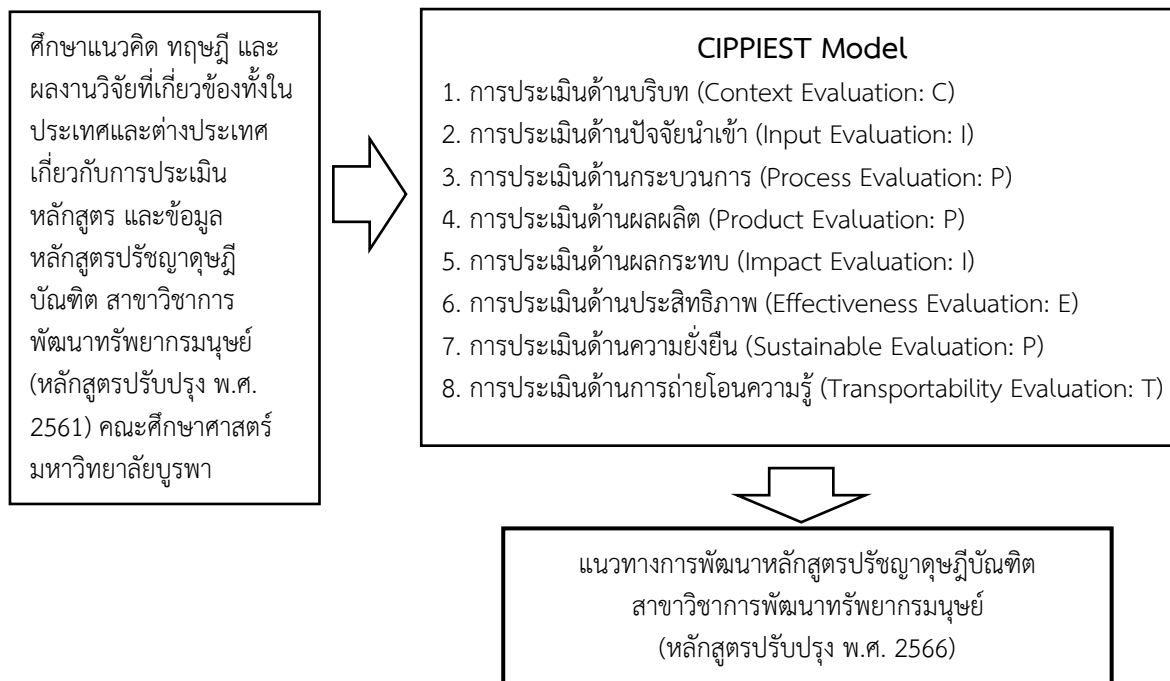
คำถามการวิจัย

1. ผลการประเมินหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561) คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา เป็นอย่างไร
2. มีแนวทางอย่างไรในการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ประโยชน์ที่ได้รับการวิจัย

1. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรสามารถนำผลการประเมินหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561) คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพาไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบหลักสูตรได้
2. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรสามารถนำผลการประเมินหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561) คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา มาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ประชากรในหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 33 คน ประกอบด้วย 1) อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน จำนวน 5 คน 2) นิสิต จำนวน 4 คน 3) ดุษฎีบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา จำนวน 17 คน 4) ผู้บังคับบัญชาของ ดุษฎีบัณฑิต จำนวน 7 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ แบบสอบถาม จำนวน 3 ชุด ชุดที่ 1 แบบสอบถามการประเมิน หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เป็นแบบสอบถามสำหรับอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร และอาจารย์ผู้สอน ชุดที่ 2 แบบสอบถามการประเมินหลักสูตร ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เป็นแบบสอบถามสำหรับนิสิตสาขาวิชาการพัฒนา ทรัพยากรมนุษย์ที่กำลังศึกษาในช่วงปีการศึกษา 2561-2563 และดุษฎีบัณฑิต (นิสิตเก่า) ชุดที่ 3 แบบสอบถามสำหรับผู้บังคับบัญชาของดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยผู้วิจัยหา คุณภาพของแบบสอบถาม โดยการใช้วิธีการหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยการหาค่าความเที่ยงตรงของ แบบสอบถาม (IOC) จากสูตร (Riviovelli & Hambleton, 1997) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ด้านการ พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และด้านการศึกษา ทำการตรวจสอบแบบสอบถามการวิจัย ค่าความตรงเชิงเนื้อหา เท่ากับ 0.60-1.00

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยดำเนินการติดต่อประสานผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พร้อมทั้ง ชี้แจงถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ เพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลและส่งแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ (Google Form) ให้ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร อาจารย์ผู้สอน นิสิตปัจจุบัน ดุษฎี บัณฑิต และผู้ใช้บัณฑิต ทำการประเมิน และหลังจากที่ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามตอบกลับครบถ้วนตามจำนวน ที่ต้องการแล้ว ผู้วิจัยจะดำเนินการนำข้อมูลไปทำการวิเคราะห์และประมวลผลต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย โดยใช้ โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาในการสรุปสาระสำคัญในส่วนของการข้อเสนอแนะโดย สรุปผลการวิจัยออกเป็นประเด็นในแต่ละด้านเกี่ยวกับการพัฒนาแนวทางในการปรับปรุงหลักสูตรปรัชญาดุษฎี บัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ผลการวิจัย

จากการเก็บแบบสอบถามผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร และอาจารย์ผู้สอน กลุ่มที่ 2 นิสิตหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนา ทรัพยากรมนุษย์ และบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา กลุ่มที่ 3 ผู้บังคับบัญชาของดุษฎีบัณฑิต เพื่อประเมินหลักสูตร ได้ผลการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่ 1 ผลการประเมินหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561) คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ผลการวิจัย พบว่า

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล

จากการศึกษาข้อมูลจากกลุ่มที่ 1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร และอาจารย์ผู้สอน จำนวน 5 คน โดยจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล พบว่า เป็นเพศชาย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 มีตำแหน่งทางวิชาการเป็นรองศาสตราจารย์ จำนวน 2 คน และอาจารย์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 เท่ากัน ส่วนใหญ่เป็นอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร และอาจารย์ผู้สอน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00

จากการศึกษาข้อมูลจากกลุ่มที่ 2 นิสิตปัจจุบันและนิสิตเก่า จำนวน 21 คน โดยจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 52.38 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่างระหว่าง 40-49 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 57.14 ส่วนใหญ่เป็นศิษย์เก่า จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 80.95 และอยู่ในสายงานทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 85.71

จากการศึกษาข้อมูลจากกลุ่มที่ 3 ผู้บังคับบัญชาของดุสิตบัณฑิต จำนวน 7 คน พบว่า ผู้ใช้บัณฑิตส่วนใหญ่เป็นกรรมการผู้จัดการ/ รองกรรมการผู้จัดการ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 42.85 ส่วนใหญ่ทำงานบริษัทเอกชน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 71.42 และเกณฑ์หรือจุดเน้นที่สำคัญในการพิจารณารับบุคลากรเข้าทำงานในหน่วยงาน 3 อันดับแรก พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับสาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา เป็นอันดับที่ 1 จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 100 อันดับที่ 2 เป็นด้านความรู้ความสามารถในงานวิชาชีพ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 71.42 และด้านที่ 3 เป็นด้านบุคลิกภาพ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 57.14

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561) คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ดังตารางที่ 1 และ ตารางที่ 2

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ภาพรวมข้อมูลการประเมินหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยใช้ CIPPIEST Model (n=33)

ลำดับที่	รายการ	$\bar{X}$	ระดับ
1	การประเมินด้านบริบท (Context Evaluation: C)	4.80	มากที่สุด
2	การประเมินด้านปัจจัยนำเข้า (Input Evaluation: I)	4.75	มากที่สุด
3	การประเมินด้านกระบวนการ (Process Evaluation: P)	4.94	มากที่สุด
4	การประเมินด้านผลผลิต (Product Evaluation: P)	4.93	มากที่สุด
5	การประเมินด้านผลกระทบ (Impact Evaluation: I)	4.81	มากที่สุด
6	การประเมินด้านประสิทธิภาพ (Effectiveness Evaluation: E)	4.88	มากที่สุด
7	การประเมินด้านความยั่งยืน (Sustainable Evaluation: P)	4.88	มากที่สุด
8	การประเมินด้านการถ่ายโอนความรู้ (Transportability Evaluation: T)	4.78	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า การประเมินหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยใช้ CIPPIEST Model ในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยการประเมินด้านกระบวนการ (Process Evaluation: P) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ เท่ากับ 4.94 รองลงมาได้แก่ การประเมินด้านผลผลิต (Product Evaluation: P) มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.93 การประเมินด้านประสิทธิภาพ (Effectiveness Evaluation: E) และการประเมินด้านความยั่งยืน (Sustainable Evaluation: P) มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ เท่ากับ

4.88 การประเมินด้านผลกระทบ (Impact Evaluation: I) มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.81 การประเมินด้านบริบท (Context Evaluation: C) มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.80 การประเมินด้านการถ่ายโอนความรู้ (Transportability Evaluation: T) มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.78 ส่วนด้านที่น้อยที่สุด คือ การประเมินด้านปัจจัยนำเข้า (Input Evaluation: I) มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์รายด้าน โดยใช้ CIPPIEST Model (n=33)

ลำดับ	CIPPIEST Model	อาจารย์ (n=5)		นิสิตปัจจุบัน นิสิตเก่า (n=21)		ผู้ใช้นบัณฑิต (n=7)	
		$\bar{X}$	ระดับ	$\bar{X}$	ระดับ	$\bar{X}$	ระดับ
C: การประเมินบริบท							
1.	ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร	4.92	มากที่สุด	4.68	มากที่สุด		
I: การประเมินปัจจัยนำเข้า							
1.	โครงสร้างของหลักสูตร	5.00	มากที่สุด	4.75	มากที่สุด		
2.	เนื้อหาของหลักสูตร	4.72	มากที่สุด	4.74	มากที่สุด		
3.	คุณสมบัติผู้เข้าศึกษา	4.65	มากที่สุด	4.92	มากที่สุด		
4.	อาจารย์ผู้สอน	4.77	มากที่สุด	4.85	มากที่สุด		
5.	บุคลากรสายสนับสนุน	4.70	มากที่สุด	4.75	มากที่สุด		
6.	สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้	4.63	มากที่สุด	4.65	มากที่สุด		
7.	งบประมาณ	4.60	มากที่สุด				
P: การประเมินกระบวนการ							
1.	กระบวนการจัดการเรียนการสอน	5.00	มากที่สุด	4.81	มากที่สุด		
2.	กระบวนการบริหารหลักสูตร	4.98	มากที่สุด				
3.	การส่งเสริมและพัฒนานักศึกษา	5.00	มากที่สุด				
4.	การวัดประเมินผล			4.95	มากที่สุด		
P: การประเมินผลผลิต							
1.	ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนด้านคุณธรรมจริยธรรม	5.00	มากที่สุด	4.86	มากที่สุด	4.97	มากที่สุด
2.	ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนด้านความรู้	5.00	มากที่สุด	4.95	มากที่สุด	4.94	มากที่สุด

ลำดับ	CIPPIEST Model	อาจารย์ (n=5)		นิสิตปัจจุบัน นิสิตเก่า (n=21)		ผู้ใช้บัณฑิต (n=7)	
		$\bar{X}$	ระดับ	$\bar{X}$	ระดับ	$\bar{X}$	ระดับ
3.	ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนด้านทักษะทางปัญญา	5.00	มากที่สุด	4.95	มากที่สุด	5.00	มากที่สุด
4.	ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	5.00	มากที่สุด	4.95	มากที่สุด	4.92	มากที่สุด
5.	ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	4.67	มากที่สุด	4.95	มากที่สุด	4.75	มากที่สุด
I: การประเมินผลกระทบ							
1.	ภาวะการมีงานทำและการศึกษาต่อของผู้เรียน			4.79	มากที่สุด		
2.	การนำความรู้ไปใช้ในการปฏิบัติงาน					4.71	มากที่สุด
3.	การยอมรับจากเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา					4.88	มากที่สุด
4.	ความก้าวหน้าในอาชีพ					4.92	มากที่สุด
5.	งานวิจัยและนวัตกรรม					4.81	มากที่สุด
E: การประเมินประสิทธิภาพ							
1.	การประเมินประสิทธิภาพ					4.88	มากที่สุด
S: การประเมินความยั่งยืน							
1.	การประเมินความยั่งยืน					4.88	มากที่สุด
T: การประเมินด้านการถ่ายโอนความรู้							
1.	ประเมินด้านการถ่ายโอนความรู้					4.78	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนารัพยากรมนุษย์รายด้าน โดยใช้ CIPPIEST Model พบว่า กลุ่มที่ 1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร และอาจารย์ผู้สอน พบว่า ระดับความคิดเห็นด้านปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตรโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.92$) ด้านโครงสร้างของหลักสูตร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 5.00$) ด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน และด้านการส่งเสริมและพัฒนา นักศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 5.00$) เท่ากัน ด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนด้านความรู้ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนด้านทักษะทางปัญญา และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 5.00$) เท่ากัน

กลุ่มที่ 2 นิสิตหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา พบว่า ระดับความคิดเห็นด้านปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตรโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.68$) คุณสมบัตินักศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.92$) และอาจารย์ผู้สอน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.85$) ตามลำดับ การวัดประเมินผล โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.95$) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนด้านความรู้ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนด้านทักษะทางปัญญา ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และภาวะการมีงานทำและการศึกษาต่อของผู้เรียน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.95$)

กลุ่มที่ 3 ผู้บังคับบัญชาของดุษฎีบัณฑิต พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนด้านทักษะทางปัญญา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 5.00$) ความก้าวหน้าในอาชีพ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.92$) และการประเมินประสิทธิผล โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.88$) การประเมินความยั่งยืน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.88$) และประเมินด้านการถ่ายโอนความรู้ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.78$)

ประเด็นที่ 2 ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ผลการวิจัยพบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งประกอบด้วย 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร และอาจารย์ผู้สอน กลุ่มที่ 2 นิสิตหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และดุษฎีบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา กลุ่มที่ 3 ผู้บังคับบัญชาของดุษฎีบัณฑิต ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการประเมินหลักสูตร ดังนี้ ต้องการให้จัดการเรียนการสอนที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความรอบรู้ และเชี่ยวชาญในศาสตร์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มีความสามารถในการดำเนินการวิจัยทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยแบบผสมผสานวิธี มีความคิดสร้างสรรค์ สร้างสิ่งใหม่หรือนวัตกรรมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ได้ โดยจำแนกเป็นแต่ละด้าน ดังนี้ 1) ด้านความคิดเห็นที่มีต่อการปฏิบัติงานของดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ พบว่า ดุษฎีบัณฑิตต้องสามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายได้ดี มีวินัย มีความรับผิดชอบ มีจิตสาธารณะในการช่วยเหลือเพื่อนร่วมงาน 2) ด้านความต้องการด้านความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน พบว่า ต้องการดุษฎีบัณฑิตที่สามารถนำความรู้ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มาประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหาด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการออกแบบเครื่องมือ กิจกรรม หรือนวัตกรรมในพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ใหม่ ๆ พัฒนาระบบการต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ 3) ด้านคุณลักษณะของดุษฎีบัณฑิตที่พึงประสงค์ พบว่า ดุษฎีบัณฑิตควรมีคุณลักษณะของนักพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ปฏิบัติตนตามจรรยาบรรณวิชาชีพนักพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มีความคิดเชิงตรรกะ มีภาวะผู้นำ เป็นต้นแบบในการเปลี่ยนแปลง มีทักษะในการดำเนินชีวิต ทักษะด้านดิจิทัล ที่สำคัญต้องเป็นคนที่ไม่รู้และพร้อมสำหรับการพัฒนาตนเองและผู้อื่นตลอดชีวิต 4) ด้านจุดเด่นของดุษฎีบัณฑิต พบว่า ดุษฎีบัณฑิต ควรเป็นผู้ที่มีความสามารถในการดำเนินการวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ หรือนำมาใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนและแก้ปัญหาด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ได้ และ 5) ด้านจุดที่ควรปรับปรุงของดุษฎีบัณฑิต พบว่า ดุษฎีบัณฑิตขาดทักษะการใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร และทักษะการนำเสนองานโดยใช้เครื่องมือดิจิทัลใหม่ ๆ

สรุปและอภิปรายผล

คำถามการวิจัยที่ 1 “ผลการประเมินหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561) คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา เป็นอย่างไร”
ผลการวิจัย พบว่า

การประเมินด้านบริบท มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร **การประเมินด้านปัจจัยนำเข้า** มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ในด้านโครงสร้างของหลักสูตร เนื้อหาของหลักสูตร คุณสมบัติผู้เข้าศึกษา อาจารย์ผู้สอน บุคลากรสายสนับสนุน สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้และงบประมาณ **การประเมินด้านกระบวนการ** มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ในด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน การส่งเสริมและพัฒนานักศึกษา กระบวนการบริหารหลักสูตร และการวัดประเมินผล **การประเมินด้านผลผลิต** มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ประกอบด้วย ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนด้านคุณธรรม จริยธรรม ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนด้านความรู้ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนด้านทักษะทางปัญญา ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ **การประเมินด้านผลกระทบ** มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งในด้านภาวะการมีงานทำและการศึกษาต่อของผู้เรียน การนำความรู้ไปใช้ในการปฏิบัติงาน การยอมรับจากเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา ความก้าวหน้าในอาชีพ และงานวิจัยและนวัตกรรม **การประเมินด้านประสิทธิภาพ** มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด **การประเมินด้านความยั่งยืน** มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และ **การประเมินด้านการถ่ายโอนความรู้** มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งหมายความว่า ผลการประเมินหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561) คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา โดยใช้ CIPPIEST Model มีความเหมาะสมและผ่านการประเมินในทุกด้าน

อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยมีความแตกต่างกับ ปิยฉัตร กลิ่นสุวรรณ น้ำผึ้ง มีศีล และนุชนาฏ ยูธันเงาะ (2562) ทำการวิจัยการประเมินหลักสูตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารสวัสดิการสังคม (หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2557) พบผลการประเมินดังนี้ 1) การประเมินบริบท พบว่ามีความเหมาะสมมากที่สุด 2) การประเมินปัจจัยนำเข้า พบว่ามีความเหมาะสมมาก 3) การประเมินกระบวนการ พบว่า มีความเหมาะสมมากที่สุด 4) การประเมินผลผลิต พบว่า มีความเหมาะสมมาก 5) การประเมินผลกระทบ พบว่ามีความเหมาะสมมาก 6) การประเมินประสิทธิผล พบว่ามีความเหมาะสมมากที่สุด 7) การประเมินความยั่งยืน พบว่า มีความเหมาะสมมากที่สุด และ 8) การประเมินผลการถ่ายทอดส่งต่อ พบว่า มีความเหมาะสมมาก ประกอบกับ การศึกษาของเพ็ญภา กุลนาค และคณะ (2563) ศึกษาวิจัยประเมินหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการปรึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อหลักสูตรว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความมุ่งหมายของหลักสูตร และด้านประสิทธิภาพ ของผู้เรียน/ ผู้สำเร็จการศึกษาอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านโครงสร้างและเนื้อหาของหลักสูตร ด้านสื่อการเรียนการสอน ด้านวัสดุอุปกรณ์ด้านสถานที่ ด้านการจัดการเรียนการสอน ด้านระยะเวลาการศึกษา ด้านการจัดการเรียนการสอน มีความ คิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านความมุ่งหมายของหลักสูตร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ส่วนด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด นอกจากนี้ ปิยะธิดา ปัญญา (2562) ได้ทำวิจัยเรื่อง การ

ประเมินหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิจัยและประเมินผลการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลการประเมินในภาพรวม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด 2) ผลการประเมินด้านบริบท พบว่า มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด 3) ผลการประเมินด้านปัจจัยนำเข้า พบว่า มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด 4) ผลการประเมินด้านกระบวนการ พบว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด 5) ผลการประเมินด้านผลผลิต พบว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด 6) ผลการประเมินด้านผลกระทบ พบว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด 7) ผลการประเมินด้านประสิทธิผล พบว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด 8) ผลการประเมินด้านความยั่งยืน พบว่า มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด และ 9) ผลการประเมินด้านถ่ายทอดส่งต่อ พบว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ผลการวิจัยที่แตกต่างกันสาเหตุอาจเป็นเพราะการประเมินหลักสูตรแต่ละหลักสูตรมีบริบทที่แตกต่างกัน ทำให้ผลการประเมินความเหมาะสมของหลักสูตรในแต่ละด้านมีความแตกต่างกัน

คำถามการวิจัยที่ 2 “มีแนวทางอย่างไรในการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา” ผลการวิจัย พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตร และอาจารย์ผู้สอน นิสิตหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และดุษฎีบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา และผู้บังคับบัญชาของดุษฎีบัณฑิต ได้ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงหลักสูตร ดังนี้ ดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ต้องเป็นนักพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มีความเชี่ยวชาญในศาสตร์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มีความสามารถในการดำเนินการวิจัย มีความคิดสร้างสรรค์ สร้างสิ่งใหม่หรือนวัตกรรม การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายได้ดี มีวินัย มีความรับผิดชอบ มีจิตสาธารณะในการช่วยเหลือเพื่อนร่วมงาน นำความรู้มาประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหาด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการออกแบบเครื่องมือ กิจกรรม หรือนวัตกรรมในพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ พัฒนาระบบการต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน มีคุณลักษณะของนักพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ปฏิบัติตนตามจรรยาบรรณวิชาชีพนักพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มีความคิดเชิงตรรกะ มีภาวะผู้นำ เป็นต้นแบบในการเปลี่ยนแปลง มีทักษะในการดำเนินชีวิต ทักษะด้านดิจิทัล ใฝ่รู้และพร้อมสำหรับการพัฒนาตนเองและผู้อื่นตลอดชีวิต สอดคล้องกับ สุรศักดิ์ ชะมารัมย์ (2562) พบว่า นักพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ต้องมีความพร้อม ตัวตน อยู่เสมอ ปรับตัวตอบรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกองค์กร เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ มีประสบการณ์ในการทำงานด้านทรัพยากรมนุษย์ เพื่อผลักดันงานด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และเป็นกุญแจสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่องค์กรกำหนดขึ้น นอกจากนี้ ธนายุ ภูวิทยาธร (2562) กล่าวว่า สมรรถนะนักทรัพยากรมนุษย์ ประกอบด้วย ความรู้และเข้าใจในธุรกิจ ความรู้ด้านทรัพยากรมนุษย์ ทักษะการให้คำปรึกษา การพัฒนาองค์กร การสื่อสาร มีคุณลักษณะการเป็นผู้ชี้แนะและการชี้แนะ การจัดการความสัมพันธ์ มีจริยธรรม และความซื่อสัตย์ โดย ธัชพงศ์ เศรษฐบุตร (2560) ได้สรุปสมรรถนะนักทรัพยากรมนุษย์ ประกอบด้วย สมรรถนะด้านการสรรหาและการคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ สมรรถนะด้านการรักษาและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สมรรถนะด้านการจัดการคนเก่งและพัฒนาองค์กร สมรรถนะด้านการแก้ปัญหาและสนับสนุนองค์กร สมรรถนะด้านภาวะผู้นำทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ประกอบกับ การศึกษาของ ปัทมวรรณ จินดารักษ์ (2564) ได้นำเสนอบทบาทของนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วย การเป็น

หุ้นส่วนเชิงกลยุทธ์ การเป็นผู้เชี่ยวชาญในหน้าที่ การเป็นที่พึ่งของพนักงาน การเป็นผู้ผลักดันการเปลี่ยนแปลง การเป็นผู้พัฒนาทุนมนุษย์ และการเป็นผู้นำหน่วยงานด้านทรัพยากรมนุษย์ นอกจากนี้ สมรรถนะสำคัญสำหรับนักทรัพยากรมนุษย์ ควรประกอบด้วย ความสามารถในการกำหนดกลยุทธ์ น่าเชื่อถือ เป็นนักสร้างขีดความสามารถ ผู้นำการเปลี่ยนแปลง นักสร้างนวัตกรรมและบูรณาการด้านทรัพยากรมนุษย์ และเป็นผู้สนับสนุนเทคโนโลยี และประสิทธิภาพองค์กร ดังนั้น นักพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จึงเป็นส่วนสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กร เป็นผู้ริเริ่มกิจกรรมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง และสามารถปรับเปลี่ยนตนเองเพื่อให้เป็นหุ้นส่วนธุรกิจเชิงกลยุทธ์ เพื่อสนับสนุนพันธกิจขององค์กรในการแข่งขันในธุรกิจ (จันทนา อุดม และคณะ, 2563) อย่างไรก็ตามเนื่องจากบริบทงานวิจัยนี้เป็นการประเมินหลักสูตรในสถาบันการศึกษาจึงทำให้พบทักษะที่แตกต่างจากนักพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ทั่วไปในด้านความสามารถในการดำเนินการวิจัยซึ่งเป็นทักษะเฉพาะตัวสำหรับนิสิตในระดับปริญญาเอก

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของคณาจารย์ที่จบการศึกษาของหลักสูตรกับความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของหลักสูตรเพื่อนำมาเป็นข้อมูลสำคัญในการพัฒนาหลักสูตร
2. ควรมีการดำเนินการวิจัยต่อเนื่องเพื่อติดตามผลการใช้หลักสูตร หากมีประเด็นใดที่ควรปรับปรุงหลักสูตรสามารถนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงหลักสูตรให้มีความทันสมัย ตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

เอกสารอ้างอิง

- จันทนา อุดม หะริน สัจเจย์ นงนุช ไพบูลย์รัตนานนท์ และณัฐภัสส์ จุ้ยเจริญ. (2563). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์. *วารสารธุรกิจปริทัศน์*, 12(1), 187-196.
- จำเนียร จวงตระกูล. (2561). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อนาประเทศไทยสู่ประเทศไทย 4.0. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, 1(1), 1-19.
- ธนาญ ภูววิทยธร. (2562). การพัฒนาสมรรถนะนักทรัพยากรมนุษย์ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารปาริชาติ*, 32(1), 133-150.
- ธัชพงศ์ เศรษฐบุตร. (2560). การพัฒนาสมรรถนะนักทรัพยากรมนุษย์ภาคอุตสาหกรรมเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 22(2), 176-190.
- ธีรศักดิ์ อุ่นอารมณเลิศ ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม ลุยง วีระนาวัน และทิพย์วรรณ สุขใจรุ่งวัฒนา. (2559). การประเมินหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร. *Veridian E-journal, Silpakorn University*, 9(3), 489-506.
- ปรีดาพร คณทา และดารารัตน์ อินทร์คุ้ม. (2559). ทุนมนุษย์กับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์แนวคิดใหม่. *วารสารนวัตกรรมและการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 1(1), 62-70.
- ปัทมวรรณ จินดารักษ์. (2564). การพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทและสมรรถนะของนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กร. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 15(1), 125-141.

- ปิยฉัตร กลิ่นสุวรรณ, น้ำผึ้ง มีศีล, และนุชนาฏ ยูอันเงาะ. (2562). การวิจัยการประเมินหลักสูตรดุขุฎิบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารสวัสดิการสังคม (หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2557). คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์และสวัสดิการสังคม มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.
- ปิยะธิดา ปัญญา. (2562). การประเมินหลักสูตรปรัชญาดุขุฎิบัณฑิต สาขาวิจัยและประเมินผลการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- เพ็ญภา กุลนาคดล, ดลดาว วงศ์ธีระธรณ์, ชมพูนุท ศรีจันทน์นิล, และประชา อินัง. (2563). การวิจัยประเมินหลักสูตรปรัชญาดุขุฎิบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยบูรพา. *วารสารวิจัยทางการศึกษา*, 15(2), 133-143.
- มาเรียม นิลพันธุ์ อรพิน สิริสัมพันธ์ วิสาข์ จิตวิตร วิสูตร โพธิ์เงิน และอิกมาส มากจ้อย. (2560). การประเมินหลักสูตรปรัชญาดุขุฎิบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2556) คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร. *Veridian E-journal, Silpakorn University*, 10(2), 1198-1216.
- สมชัย วงษ์นายะ และทวนทอง เขาวกิตพิงศ์. (2560). การประเมินหลักสูตรปรัชญาดุขุฎิบัณฑิตสาขาวิชา ยุทธศาสตร์การบริหารและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2556). *วารสารสักทอง*, 23(2), 62-70.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). *ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 – 2580 (ฉบับย่อ)*. สืบค้นจาก https://www.nesdc.go.th/download/document/SAC/NS_SumPlanOct2018.pdf
- สุรศักดิ์ ชะมารัมย์. (2562). การเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์การสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้โดยใช้กระบวนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในศตวรรษที่ 21. *วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 4(1), 116-131.
- Stufflebeam, D. L. (1971). The relevance of the CIPP evaluation model for educational accountability. *Journal of Research and Development in Education*, 5, 19-25.
- Stufflebeam, D., & Shinkfield, A. J. (2007). *Evaluation theory, models and applications*. NY: John Wiley and Sons.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1997). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.

ผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์จากโครงการซื้อหุ้นคืน: ขนาดสำคัญหรือไม่

สิริวีร์ วรวิวงศ์¹ และ สรศาสตร์ สุขเจริญสิน^{2*}

^{1,2}คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

*Corresponding author e-mail: sorasart@nida.ac.th

วันที่รับบทความ (Received) 3 กรกฎาคม 2567

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 25 สิงหาคม 2567

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 26 สิงหาคม 2567

บทคัดย่อ

การศึกษาหาอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติของหลักทรัพย์ในช่วงที่มีการประกาศซื้อหุ้นคืน ในกลุ่มการซื้อหุ้นคืนที่มีขนาดใหญ่ และการซื้อหุ้นคืนที่มีขนาดเล็ก ผลการศึกษาพบว่าอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อมีการประกาศซื้อหุ้นคืนในกลุ่มการซื้อหุ้นคืนที่มีขนาดใหญ่ของช่วงเวลา $(-1,1)$ และ $(-3,3)$ วันทำการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 90% ส่วนในกลุ่มการซื้อหุ้นคืนที่มีขนาดเล็กช่วงก่อนและหลังการประกาศซื้อหุ้นคืน $(-180,180)$ และ $(-250,250)$ วันทำการ พบว่าอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และ 90% ตามลำดับ อีกทั้งในการศึกษาครั้งนี้พบว่าอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติเฉลี่ยของทุกช่วงเวลา เมื่อบริษัทมีการซื้อหุ้นคืนที่มีขนาดใหญ่ จะมีอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติเฉลี่ยมากกว่าการซื้อหุ้นคืนที่มีขนาดเล็ก

คำสำคัญ: การซื้อหุ้นคืน ผลตอบแทนของหลักทรัพย์ที่ผิดปกติ ขนาดของการซื้อหุ้นคืน

THE EFFECT OF STOCK PRICE FROM THE STOCK REPURCHASE PROGRAM: DOES SIZE MATTER?

Sirawee Rawiwong¹ and Sorasart Sukcharoensin^{2*}

^{1,2}Graduate School of Development Economics, National Institute of Development Administration,
Thailand.

Abstract

The study investigates the abnormal return rates of securities during the announcement period of stock repurchases, comparing large with small-scale repurchases. The results show that there is a significantly positive abnormal return rate for stock repurchase in large-scale repurchases during the periods (-1,1) and (-3,3) trading days, with statistical significance at a 90% confidence level. On the other hand, for small-scale stock repurchase, during the periods before and after the announcement (-180,180) and (-250,250) trading days, there is a significantly negative abnormal return at confidence levels of 95% and 90% respectively. Additionally, the study finds that the average abnormal return rate across all periods is higher for large-scale compared to small-scale stock repurchases.

Keywords: Stock Repurchase, Abnormal Stock Return, Stock Repurchase Scale.

ความสำคัญและที่มาของงานวิจัย

เมื่อบริษัทดำเนินธุรกิจและมีผลการดำเนินงานที่ดี บริษัทมีหลากหลายทางเลือกในการบริหารกระแสเงินสดที่ได้รับจากการดำเนินงานของบริษัท โดยบริษัทสามารถนำไปชำระหนี้สินที่มีภาระผูกพัน ลงทุนเพิ่มในโครงการใหม่ ๆ เพื่อขยายธุรกิจ หรือนำไปสร้างประโยชน์แก่ผู้ถือหุ้นโดยกระจายเงินสดส่วนเกินนี้ไปยังผู้ถือหุ้นผ่านทางวิธีการต่าง ๆ เช่น การจ่ายเงินปันผล (Dividend Payout) และการซื้อหุ้นคืน (Stock Repurchase) เป็นต้น การซื้อหุ้นคืนในประเทศไทยเริ่มมีพระราชบัญญัติการซื้อหุ้นคืน ซึ่งอนุญาตให้บริษัทมหาชนสามารถซื้อหุ้นคืนได้ ตั้งแต่วันที่ 4 กรกฎาคม พ.ศ.2544 เป็นต้นมา บริษัทต่าง ๆ จึงเริ่มให้ความสำคัญกับการซื้อหุ้นคืน และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ จากข้อมูลสถิติการซื้อหุ้นคืนตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2544 ถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2565 พบว่ามีการซื้อหุ้นคืนเป็นจำนวนทั้งสิ้น 15,800,573,743 หุ้น คิดเป็นมูลค่าการซื้อหุ้นคืน 84,538,656,073.33 บาท

จากข้อสงสัยในตลาดทุนที่ว่า การซื้อหุ้นคืนเป็นทางเลือกของกิจการในการจัดการผลกำไรให้กับผู้ถือหุ้นหรือไม่ ซึ่งภายหลังจากการซื้อหุ้นคืนได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นในตลาดทุนทั่วโลก การศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการจ่ายเงินปันผลกับการซื้อหุ้นคืนมักเป็นไปในทิศทางตรงกันข้ามกันหรือไม่ จะพบว่าการจ่ายเงินปันผลมีแนวโน้มลดลง (Grullon and Michaely, 2002) ซึ่งสอดคล้องกับ Fama and French (2001) ที่กล่าวว่า การซื้อหุ้นคืนของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ในขณะที่การจ่ายเงินปันผลมีแนวโน้มที่ลดลงทั่วโลกตลอดช่วง 20 ปีที่ผ่านมา ทำให้เกิดแนวคิดว่า การซื้อหุ้นคืนเป็นการทดแทนการ

จ่ายเงินสดปันผล ซึ่งจากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีแรงจูงใจในการซื้อหุ้นคืนเพื่อใช้ในการทดแทนการจ่ายเงินปันผลเช่นกัน (ชุดิกากัญจน์ แยมยัม, 2558)

การซื้อหุ้นคืนเป็นวิธีหนึ่งในการระบายกระแสเงินสดส่วนเกินของกิจการไปยังผู้ถือหุ้นวิธีหนึ่ง ซึ่งมีความสำคัญและได้รับความนิยมมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การศึกษาของนราทิพย์ ทับเที่ยง (2552, 2556) ที่พบว่าสาเหตุที่บริษัทซื้อหุ้นคืนเนื่องมาจากราคาหุ้นต่ำกว่าปัจจัยพื้นฐาน ดังนั้น บริษัทจึงเลือกการซื้อหุ้นคืนมาใช้เป็นเครื่องมือหนึ่งในการบริหารการเงิน เพื่อเป็นกลยุทธ์ในการรักษาระดับราคาหุ้น และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ลงทุน ส่งผลให้เกิดการซื้อหุ้นคืนซึ่งเป็นสาเหตุให้เกิดอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยผิดปกติ จึงเป็นที่น่าสนใจว่าการซื้อหุ้นคืนนั้น จะสามารถสร้างผลกระทบด้านราคาให้แก่หลักทรัพย์ในลักษณะใด และขนาดของการซื้อหุ้นคืนมีผลกระทบด้านราคาอย่างไร การศึกษานี้ จึงได้ศึกษาประเด็นดังกล่าวโดยมุ่งเน้นประเด็นที่เกี่ยวกับขนาดของการซื้อหุ้นคืนว่าจะส่งผลต่อระดับราคาหลักทรัพย์ในลักษณะใด ทั้งในระยะสั้นที่ต่อยอดมาจากการศึกษาของ Chan, Ikenberry, and Lee (2004) และผลกระทบในระยะยาวที่ต่อยอดมาจาก Bargerion, Bonaime, and Thomas (2017) และ Bargerion and Lehn (2021) ที่ศึกษาผลกระทบของราคาหลักทรัพย์จากขนาดของการซื้อหุ้นคืนในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ในแต่ละช่วงเวลาจากโครงการซื้อหุ้นคืน
2. เพื่อศึกษาถึงขนาดของการประกาศซื้อหุ้นคืนที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่ออัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติของหลักทรัพย์ทั้งในระยะสั้น และระยะยาว เมื่อมีการประกาศซื้อหุ้นคืนอย่างไร

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

การซื้อหุ้นคืน นอกจากจะเป็นช่องทางการกระจายเงินสดส่วนเกินไปยังผู้ถือหุ้นแล้ว การซื้อหุ้นคืนยังเป็นอีกหนึ่งวิธีในการส่งสัญญาณไปยังผู้ถือหุ้นว่าราคาหุ้น ณ ขณะนั้นต่ำกว่ามูลค่าที่แท้จริง (Undervalue) ทำให้นักลงทุนภายนอกใช้กลยุทธ์นี้ในการซื้อหุ้นตามบริษัทเมื่อมีการประกาศซื้อหุ้นคืน เป็นผลทำให้ราคาของหลักทรัพย์มีแนวโน้มที่จะสูงขึ้น หลายงานวิจัย ทั้งของ McNally (1999), D'Mello and Shroff (2000), Ridder (2009), และ Rasbrant (2013) กล่าวไปในทิศทางเดียวกันว่าการซื้อหุ้นคืนของบริษัทในแต่ละครั้ง จะส่งผลให้จำนวนหุ้นที่หมุนเวียนซื้อขายในตลาด (Shares Outstanding) ลดลง ส่งผลให้กำไรสุทธิต่อหุ้น (Earnings Per Share: EPS) และมูลค่าตามบัญชีต่อหุ้น (Book Value Per Share: BVPS) สูงขึ้น และส่งผลไปยังราคาหุ้นของบริษัทให้สูงขึ้นตามไปด้วย ดังนั้นการประกาศซื้อหุ้นคืนจึงเป็นการส่งสัญญาณ (Signaling) เชิงบวกไปยังนักลงทุน และยิ่งการซื้อหุ้นคืนมีขนาดที่ใหญ่ จะยิ่งเพิ่มน้ำหนักในการส่งสัญญาณของผู้บริหาร (Signaling Effect) ได้มากยิ่งขึ้น (Daniel Bratli and Obaidur Rehman, 2015) ดังนั้น ปัจจัยด้านขนาดของการซื้อหุ้นคืนจึงเป็นสิ่งที่ควรให้ความสำคัญอีกด้วย

Wang, Strong, Tung and Lin. (2009) ได้กล่าวว่า ทฤษฎีตัวการและตัวแทนเกิดขึ้นจากความคิดเห็นที่ไม่สอดคล้องกันระหว่างผู้ถือหุ้น (ตัวการ) กับผู้บริหารของบริษัท (ตัวแทน) เนื่องจากบุคคลทั้ง 2 ฝ่ายล้วนมีความต้องการที่แตกต่างกัน โดยผู้ถือหุ้นคาดหวังที่จะได้รับผลประโยชน์ผ่านการจ่ายเงินปันผล (Cash

Dividends) หรือการซื้อหุ้นคืน (Share Repurchase) อีกทั้งยังต้องการให้การดำเนินงานของบริษัทเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้คุ้มค่ากับการนำเงินมาลงทุนในบริษัท ซึ่งการซื้อหุ้นคืนเปรียบเสมือนการระบายกระแสเงินสดอิสระที่มากเกินไปของบริษัทจึงส่งผลทำให้ต้นทุนตัวแทนลดลง การซื้อหุ้นคืนของบริษัทยังช่วยปรับโครงสร้างทางกระแสเงินสดของบริษัทและแก้ไขความขัดแย้งระหว่างผู้ถือหุ้น

ทั้งนี้ การที่บริษัทจะซื้อหุ้นคืนได้ ไม่ใช่เพียงบริษัทต้องมีเงินพอที่จะชำระเป็นมูลค่าเท่ากับมูลค่าซื้อหุ้นคืนเท่านั้น แต่จากพระราชบัญญัติบริษัทมหาชน จำกัด (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2544 ในบทบัญญัติมาตรา 66 ที่กำหนดให้บริษัทจะสามารถซื้อหุ้นคืนได้ในกรณีที่บริษัทมีกำไรสะสมตามงบการเงินเฉพาะกิจการ โดยวงเงินซื้อคืนได้ไม่เกินกำไรสะสมที่ยังไม่ได้จัดสรรของบริษัท และบริษัทต้องกันกำไรสะสมไว้เป็นเงินสำรองเท่ากับจำนวนเงินที่ได้จ่ายซื้อหุ้นคืนจนกว่าจะมีการจำหน่ายหุ้นที่ซื้อคืนได้หมด หรือลดทุนที่ชำระแล้วโดยวิธีตัดหุ้นซื้อคืนที่จำหน่ายไม่หมดแล้วแต่กรณี ดังนั้นบริษัทจึงต้องมีเงินอีกเท่าหนึ่งเพื่อที่จะนำมาสำรองเป็นกำไรสะสมตามกฎหมายการซื้อหุ้นคืน

จากกฎเกณฑ์ข้างต้น การซื้อหุ้นคืนของบริษัทนั้น บริษัทจะต้องมีเงินสดส่วนเกิน (Excess Cash) จำนวนมากถึงสองเท่าของมูลค่าที่บริษัทจะซื้อหุ้นคืนจึงจะสามารถซื้อหุ้นคืนได้ นอกจากนี้จะต้องมีการสำรองในส่วน of เงินสดที่บริษัทจะต้องเตรียมไว้สำหรับการชำระหนี้ในหกเดือนข้างหน้าเพื่อไม่ให้เกิดการซื้อหุ้นคืนส่งผลกระทบต่อชำระหนี้ของบริษัท ดังนั้นการที่บริษัทจะซื้อหุ้นคืน บริษัทต้องสำรองเงินไว้จำนวนมาก โดยหากมูลค่าซื้อหุ้นคืนยิ่งมาก การสำรองกำไรสะสมของบริษัทก็จะต้องมากตามไปด้วย ส่วนในเรื่องของระยะเวลาที่บริษัทจะต้องสำรองกำไรสะสมก็ค่อนข้างเป็นระยะเวลานาน กล่าวคือบริษัทต้องสำรองกำไรสะสมจนกว่าจะมีการจำหน่ายหุ้นที่ซื้อคืนได้หมด ซึ่งจากกฎเกณฑ์กำหนดไว้ว่าบริษัทต้องจำหน่ายภายในเวลาไม่เกิน 3 ปีนับแต่การซื้อหุ้นคืนเสร็จสิ้น โดยให้บริษัทจำหน่ายหุ้นที่ซื้อคืนได้เมื่อพ้นกำหนด 6 เดือนนับตั้งแต่การซื้อหุ้นคืนเสร็จสิ้น หากบริษัทไม่จำหน่ายหรือจำหน่ายไม่หมด ให้บริษัทลดทุนที่ชำระโดยการตัดหุ้นจดทะเบียนซื้อคืนและยังไม่ได้จำหน่าย

ดังนั้น การสำรองกำไรสะสมของบริษัทจะใช้เวลาไม่น้อยไปกว่า 6 เดือน ถึง 3 ปี ขึ้นอยู่กับว่าบริษัทจะจำหน่ายหุ้นที่ซื้อคืนหมดเมื่อไร การสำรองกำไรสะสมเป็นระยะเวลาที่ค่อนข้างนานจะส่งผลให้บริษัทเสียโอกาสที่จะนำเงินในส่วนนี้ไปลงทุนเพิ่มเพื่อให้บริษัทเติบโตได้ ทั้งนี้จากการศึกษากฎเกณฑ์การซื้อหุ้นคืนในหลายประเทศ มีข้อกำหนดที่แตกต่างกันออกไป แต่ไม่มีประเทศใดที่มีการกำหนดให้สำรองกำไรสะสมเป็นมูลค่าเท่ากับมูลค่าที่บริษัทจะซื้อหุ้นคืนเหมือนประเทศไทย ดังนั้นจึงเป็นที่มาของการศึกษาถึงผลกระทบของราคาหลักทรัพย์ของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (The Stock Exchange of Thailand: SET) ที่ซื้อหุ้นคืนว่าจะเป็นอย่างไรมาก่อน เมื่อกฎเกณฑ์การซื้อหุ้นคืนของประเทศไทยกำหนดให้ต้องสำรองกำไรสะสมไว้เท่ากับมูลค่าที่ประกาศซื้อหุ้นคืน

ทฤษฎีความไม่สมมาตรของข้อมูล (Asymmetric Information) ได้กล่าวว่าผู้บริหารมีข้อมูลมากกว่าผู้ลงทุน การตัดสินใจเรื่องโครงสร้างเงินทุนจึงเป็นการส่งสัญญาณให้ผู้ลงทุนรู้ว่า ผู้บริหารมีความเห็นต่อทิศทางของบริษัทในอนาคตอย่างไร เช่น หากบริษัทออกหุ้นสามัญ ผู้บริหารอาจไม่มั่นใจในทิศทางในอนาคตจึงอยากหาผู้ร่วมลงทุนด้วย แต่ถ้าหากบริษัทเลือกที่จะกู้ยืมเงิน อาจเป็นเพราะผู้บริหารมองเห็นทิศทางที่ดีในอนาคตเป็นต้น จากทฤษฎีนี้จึงนำไปสู่ทฤษฎีการส่งสัญญาณ (Signaling Theory) ตามที่ได้กล่าวไว้ในการศึกษาของ Spence (1973)

ทั้งนี้ แต่ละบริษัทมีแรงจูงใจในการซื้อหุ้นคืนที่แตกต่างกัน (Yu and Jiang, 2010) และมีความต้องการนำเงินไปลงทุนโครงการใหม่ ๆ ที่แตกต่างกัน เนื่องจากแต่ละบริษัทอยู่ในวัฏจักรกิจการ (Life-cycle) ที่แตกต่างกันออกไป หากบริษัทอยู่ในช่วงเติบโต มีโอกาสขยายการลงทุนได้อีกหลายโครงการ จึงต้องรักษากระแสเงินสดไว้ ขณะที่บริษัทที่อิ่มตัวได้ลงทุนในโครงการใหญ่ ๆ ไปหมดแล้ว จึงไม่จำเป็นต้องเก็บเงินสดไว้มาก (Wrońska-Bukalska & Kaźmierska-Jóźwiak, 2017)

ผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์อาจขึ้นอยู่กับว่าแต่ละบริษัทมีกำไรสะสมมากเท่าไรเมื่อเทียบกับมูลค่าที่ซื้อหุ้นคืน บางบริษัทซื้อหุ้นคืนเป็นมูลค่าที่มาก แต่เมื่อเทียบกับกำไรสะสมที่บริษัทมีแล้วไม่ได้มีมูลค่าที่มากนัก เนื่องจากบริษัทยังมีเงินกำไรสะสมเหลืออีกจำนวนมากที่ยังไม่ได้จัดสรร และสามารถนำไปลงทุนได้โดยไม่มีอุปสรรคจากการสำรองกำไรสะสมในโครงการซื้อหุ้นคืน บริษัทเหล่านี้อาจไม่ได้รับผลกระทบจากการตั้งกฎเกณฑ์ดังกล่าว ในทางตรงกันข้าม หากบริษัทซื้อหุ้นคืนด้วยมูลค่าที่น้อย แต่เมื่อนำไปเทียบกับกำไรสะสมที่บริษัทมีแล้วเป็นมูลค่าที่มาก ส่งผลให้ไม่เหลือเงินไปลงทุนในโครงการใหม่ ๆ การซื้อหุ้นคืนอาจไม่ได้ส่งผลดีต่อบริษัทนัก ถึงแม้ในระยะสั้นมูลค่าหลักทรัพย์ของบริษัทจะเพิ่มขึ้นจากการประกาศซื้อหุ้นคืน แต่บริษัทก็ยังเสียโอกาสในการลงทุนในโครงการใหม่ ๆ ซึ่งจะส่งผลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทในอนาคต ดังนั้นจึงเกิดเป็นคำถามที่ว่าราคาหลักทรัพย์ของบริษัทเหล่านี้จะลดลงหรือไม่ แต่การที่บริษัทเหลือกำไรสะสมจำนวนมาก ไม่ได้เป็นการบ่งชี้ว่าบริษัทจะนำไปลงทุนเสมอไป

ตามพระราชบัญญัติบริษัทมหาชน จำกัด (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2544 บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยสามารถดำเนินการซื้อหุ้นคืน 2 กรณี ตามบทบัญญัติมาตรา 66/1 ดังนี้

(1) บริษัทอาจซื้อหุ้นคืนจากผู้ถือหุ้นที่ออกเสียงไม่เห็นด้วยกับมติของที่ประชุมผู้ถือหุ้นซึ่งแก้ไขข้อบังคับของบริษัทเกี่ยวกับสิทธิในการออกเสียงลงคะแนนและสิทธิในการรับเงินปันผล ซึ่งผู้ถือหุ้นเห็นว่าตนไม่ได้รับความเป็นธรรม

(2) บริษัทอาจซื้อหุ้นคืนเพื่อบริหารทางการเงินเมื่อบริษัทมีกำไรสะสมและสภาพคล่องส่วนเกิน และการซื้อหุ้นคืนนั้นไม่เป็นเหตุให้บริษัทประสบปัญหาทางการเงิน

โดยคุณสมบัติของบริษัทที่สามารถซื้อหุ้นคืนได้ มีดังต่อไปนี้

(1) มีข้อบังคับบริษัทให้สามารถซื้อหุ้นคืนได้

1.1 หากซื้อหุ้นคืน $\leq 10\%$ ของทุนชำระแล้ว มอบอำนาจให้คณะกรรมการมีอำนาจตัดสินใจในการซื้อหุ้นคืนได้

1.2 หากซื้อหุ้นคืน $>10\%$ ของทุนชำระแล้ว ต้องขอความเห็นชอบจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น

(2) บริษัทจะสามารถซื้อหุ้นคืนได้ในกรณีที่บริษัทมีกำไรสะสมตามงบการเงินเฉพาะกิจการ โดยวงเงินซื้อคืนได้ไม่เกินกำไรสะสมที่ยังไม่ได้จัดสรรของบริษัท และบริษัทต้องกันกำไรสะสมไว้เป็นเงินสำรองเท่ากับจำนวนเงินที่ได้จ่ายซื้อหุ้นคืนจนกว่าจะมีการจำหน่ายหุ้นที่ซื้อคืนได้หมด หรือลดทุนที่ชำระแล้วโดยวิธีตัดหุ้นซื้อคืนที่จำหน่ายไม่หมดแล้วแต่กรณี

(3) บริษัทมีสภาพคล่องส่วนเกินโดยพิจารณาจากความสามารถของบริษัทในการชำระหนี้ที่จะถึงกำหนดได้ในหกเดือนข้างหน้านับแต่วันที่จะเริ่มซื้อหุ้นคืน การซื้อหุ้นคืน จะต้องไม่กระทบการชำระหนี้ของบริษัท

(4) ต้องไม่ทำให้สัดส่วนการกระจายการถือหุ้นรายย่อย (Free Float) ต่ำกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่ตลาดหลักทรัพย์กำหนด กล่าวคือไม่ต่ำกว่า 15% ของทุนชำระ และหากมีรายย่อยน้อยกว่า 150 ราย ก็ไม่สามารถซื้อหุ้นคืนได้เช่นกัน

ทั้งนี้ การซื้อหุ้นคืนมี 2 วิธี ดังนี้

(1) การซื้อหุ้นคืนกรณีผู้ถือหุ้นไม่เห็นด้วยกับมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น จะต้องส่งคำเสนอซื้อหุ้นให้แก่ผู้ถือหุ้นดังกล่าว และแจ้งความประสงค์จะขายหุ้นคืนให้บริษัท

(2) การซื้อหุ้นคืนเพื่อการบริหารทางการเงิน ซึ่งทำได้ 2 วิธี คือ ซื้อผ่านตลาดหลักทรัพย์ (การซื้อบนกระดานหลัก หรือ Main Board) และเสนอซื้อเป็นการทั่วไป (General Offer : GO)

นอกจากนี้ หุ้นที่ซื้อคืนต้องจำหน่ายภายในเวลาไม่เกิน 3 ปีนับตั้งแต่การซื้อหุ้นคืนเสร็จสิ้น โดยให้บริษัทจำหน่ายหุ้นที่ซื้อคืนได้เมื่อพ้นกำหนด 6 เดือนนับตั้งแต่การซื้อหุ้นคืนเสร็จสิ้น หากบริษัทไม่จำหน่ายหรือจำหน่ายไม่หมด ให้บริษัทลดทุนที่ชำระโดยการตัดหุ้นจดทะเบียนซื้อคืนและยังไม่ได้จำหน่าย ซึ่งเป็นการยกเลิกหุ้นที่ซื้อคืนในทางบัญชี การซื้อหุ้นคืนไม่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัท การที่มีจำนวนหุ้นลดลงก็จะทำให้กำไรสุทธิต่อหุ้นและมูลค่าตามบัญชีต่อหุ้นสูงขึ้น และอาจส่งผลทำให้ราคาหุ้นของบริษัทสูงขึ้นตามไปด้วย

จากการศึกษางานวิจัยทั้งของ McNally (1999) D'Mello and Shroff (2000) Ridder (2009) และ Räsbrant (2013) ที่ศึกษาถึงผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทที่มีการประกาศซื้อหุ้นคืนในประเทศในทวีปยุโรป สหรัฐอเมริกา และสวีเดน ได้กล่าวไปในทิศทางเดียวกันว่าช่วงก่อนวันประกาศซื้อหุ้นคืน บริษัทมีอัตราผลตอบแทนเกินปกติเฉลี่ยส่วนใหญ่เป็นลบ ส่วนในวันประกาศซื้อหุ้นคืน บริษัทมีอัตราผลตอบแทนเกินปกติเฉลี่ยเป็นบวก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Manconi, Peyer, and Vermaelen (2019) ได้สรุปผลการวิจัยว่าการซื้อหุ้นคืนทั่วโลกมีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนเชิงบวก โดยผลแสดงให้เห็นถึงผลตอบแทนส่วนเกิน (Excess Return) ทั้งในระยะสั้นและยาว ทั้งนี้ จากการศึกษาทฤษฎีการซื้อหุ้นคืนของประเทศไทยที่มีประเด็นเรื่องการสำรองกำไรสะสมซึ่งไม่พบในต่างประเทศ อาจส่งผลให้ผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์เมื่อบริษัทซื้อหุ้นคืนนั้นแตกต่างออกไปจากประเทศอื่นได้

สมมติฐานของการวิจัย

การศึกษานี้ทดสอบสมมติฐานความมีประสิทธิภาพของตลาดทุนที่ว่า หากตลาดทุนมีประสิทธิภาพแล้ว ผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ในแต่ละช่วงเวลาจากโครงการซื้อหุ้นคืนก็จะไม่มีความแตกต่างกัน Fried (2005) และ Baker, Nagel, and Wurgler, J. (2020) พบว่าการประกาศซื้อหุ้นคืนในปริมาณมากมักถูกมองว่าเป็นสัญญาณที่บริษัทส่งไปยังตลาดว่า หุ้นมีมูลค่าต่ำกว่าที่ควรจะเป็น ซึ่งสามารถผลักดันราคาหุ้นให้สูงขึ้น ดังนั้น ในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ของการศึกษานี้จึงมุ่งทดสอบสมมติฐาน

H_1 : มีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ในแต่ละช่วงเวลาจากโครงการซื้อหุ้นคืน

ในการทดสอบสมมติฐานในวัตถุประสงค์ที่ 2 นั้น สามารถขยายผลจากงานของ Bonaime (2012) ที่ศึกษาขนาดของการประกาศซื้อหุ้นคืนมีผลกระทบต่อราคาหุ้นในระยะสั้น โดยเฉพาะในกรณีที่การซื้อหุ้นคืนเป็นจำนวนมาก ตลาดมักจะตอบสนองไม่เพียงพอในช่วงแรก ซึ่งส่งผลให้มีการปรับตัวขึ้นของราคาหุ้นในภายหลัง ดังนั้น การค้นพบนี้นำไปสู่สมมติฐานนี้

H_2 : ขนาดของการประกาศซื้อหุ้นคืนที่แตกต่างกัน จะมีผลต่ออัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติของหลักทรัพย์ทั้งในระยะสั้น และระยะยาว

หากค่า t-statistic ของผลตอบแทนเฉลี่ยในแต่ละวันไม่แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะปฏิเสธ H_1 แสดงว่า ไม่มีผลกระทบของราคา แต่ถ้าเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม คือ ผลตอบแทนเฉลี่ยในแต่ละวันแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะไม่สามารถปฏิเสธ H_1 แสดงว่า มีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ H_2 เป็นสมมติฐานที่ทดสอบขนาดของการประกาศซื้อหุ้นคืนที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อราคาได้เช่นกัน กล่าวคือ การซื้อหุ้นคืนในปริมาณที่มากขึ้นจะมีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้ ใช้กลุ่มตัวอย่างของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) และตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (MAI) ที่มีการประกาศโครงการซื้อหุ้นคืน โดยข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จาก SETSMART (SET Market Analysis and Reporting Tool) และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553-2562 การแบ่งขนาดของการซื้อหุ้นคืน (Size of repurchase) โดยเมื่อเก็บข้อมูลบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ (Listed Company) ที่มีการประกาศซื้อหุ้นคืนในปี พ.ศ.2553-2562 ทั้งหมดแล้ว ต้องนำข้อมูลดังกล่าวมาแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม โดยคำนวณจากการเทียบมูลค่าการซื้อหุ้นคืนทั้งหมดต่อกำไรสะสมของบริษัท มีกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในการศึกษาทั้งสิ้น 72 ตัวอย่าง โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ในกลุ่มการซื้อหุ้นคืนที่มีขนาดใหญ่ จำนวน 36 ตัวอย่าง และในกลุ่มการซื้อหุ้นคืนที่มีขนาดเล็ก จำนวน 36 ตัวอย่าง ดังนี้

(1) การซื้อหุ้นคืนที่มีขนาดใหญ่ (Big Size of Repurchase)

การแบ่งขนาดของการซื้อหุ้นคืนตามสัดส่วนของมูลค่าการซื้อหุ้นคืนโดยการใช้ค่ามัธยฐาน (Median) เป็นเกณฑ์ในการแบ่งขนาด ถือเป็นแนวทางที่ใช้งานวิจัยในหลายชิ้นเพื่อศึกษาผลกระทบของการซื้อหุ้นคืนที่มีขนาดใหญ่ต่อบริษัทและตลาดหลักทรัพย์ ที่ใช้อย่างแพร่หลาย เช่น Grullon and Michaely (2004) และ Bonaime (2012) เป็นต้น เมื่อนำมูลค่าการซื้อหุ้นคืนทั้งหมดมาเทียบกับกำไรสะสมของบริษัทแล้วนำมาคำนวณเป็นเปอร์เซ็นต์ หากค่าที่ได้มีค่ามากกว่าค่ามัธยฐาน (Median) จะจัดกลุ่มดังกล่าวให้อยู่ในกลุ่มที่มีขนาดของการซื้อหุ้นคืนขนาดใหญ่

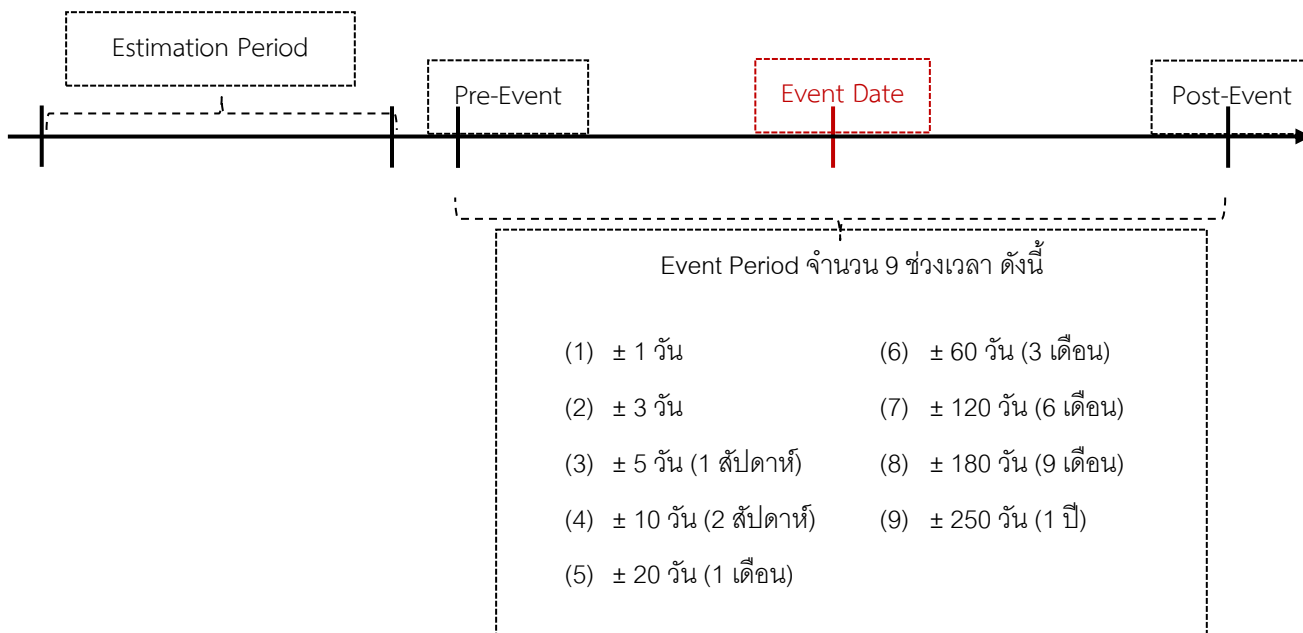
$$\frac{\text{Total Repurchase Value}}{\text{Retained Earnings}} \times 100\% > \text{Median}$$

(2) การซื้อหุ้นคืนที่มีขนาดเล็ก (Small Size of Repurchase)

เมื่อนำมูลค่าการซื้อหุ้นคืนทั้งหมดมาเทียบกับกำไรสะสมของบริษัทแล้วนำมาคำนวณเป็นเปอร์เซ็นต์ หากค่าที่ได้มีค่าน้อยกว่าค่ามัธยฐาน (Median) จะจัดกลุ่มดังกล่าวให้อยู่ในกลุ่มที่มีขนาดของการซื้อหุ้นคืนขนาดเล็ก

$$\frac{\text{Total Repurchase Value}}{\text{Retained Earnings}} \times 100\% < \text{Median}$$

จากการเก็บข้อมูลบริษัทที่ประกาศซื้อหุ้นคืนทั้งหมดนั้น ในแต่ละบริษัทจะมีช่วงเวลาที่จะประกาศซื้อหุ้นคืนที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการที่จะปรับช่วงเวลาเหล่านั้นให้อยู่ในรูปแบบเดียวกัน โดยกำหนดให้วันที่บริษัทประกาศซื้อหุ้นคืนเป็นวันที่เกิดเหตุการณ์ หรือ Event Date ซึ่งจะแบ่งเหตุการณ์ออกเป็น 2 ช่วงเวลาตามภาพที่ 1 ด้านล่างนี้



ภาพที่ 1 ช่วงเหตุการณ์ของการประกาศโครงการซื้อหุ้นคืน

1. ช่วงประมาณการ (Estimation Period) เป็นช่วงที่เป็นตัวแทนของการซื้อขายหุ้นสามัญในราคาปกติ ในช่วงนี้ราคาหุ้นจะไม่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ประกาศซื้อหุ้นคืนของบริษัท โดยจะนำราคาหุ้นสามัญในช่วงนี้มาคำนวณหาอัตราผลตอบแทนที่คาดหวัง (Expected Return) ของกลุ่มตัวอย่าง โดยช่วงประมาณการของงานวิจัยนี้ทางผู้วิจัยจะกำหนดเป็น 9 ช่วงเวลา คือ

- (1) 150 วันก่อนวันประกาศซื้อหุ้นคืนถึง 2 วัน ก่อนการประกาศซื้อหุ้นคืน
- (2) 150 วันก่อนวันประกาศซื้อหุ้นคืนถึง 4 วัน ก่อนการประกาศซื้อหุ้นคืน
- (3) 150 วันก่อนวันประกาศซื้อหุ้นคืนถึง 6 วัน ก่อนการประกาศซื้อหุ้นคืน
- (4) 150 วันก่อนวันประกาศซื้อหุ้นคืนถึง 11 วัน ก่อนการประกาศซื้อหุ้นคืน
- (5) 150 วันก่อนวันประกาศซื้อหุ้นคืนถึง 21 วัน ก่อนการประกาศซื้อหุ้นคืน
- (6) 150 วันก่อนวันประกาศซื้อหุ้นคืนถึง 61 วัน ก่อนการประกาศซื้อหุ้นคืน
- (7) 150 วันก่อนวันประกาศซื้อหุ้นคืนถึง 121 วัน ก่อนการประกาศซื้อหุ้นคืน
- (8) 300 วันก่อนวันประกาศซื้อหุ้นคืนถึง 181 วัน ก่อนการประกาศซื้อหุ้นคืน
- (9) 300 วันก่อนวันประกาศซื้อหุ้นคืนถึง 251 วัน ก่อนการประกาศซื้อหุ้นคืน

2. ช่วงเกิดเหตุการณ์ (Event Period หรือ Event Window) เป็นช่วงที่เกิดเหตุการณ์ โดยในงานวิจัยครั้งนี้จะเป็นช่วงที่บริษัทมีการประกาศซื้อหุ้นคืน โดยจะนำราคาของหุ้นสามัญในช่วงเวลานี้มาทดสอบผลกระทบที่มีต่ออัตราผลตอบแทนของหุ้นสามัญ โดยจะแบ่งเป็น 9 ช่วง เช่นเดียวกันกับช่วงประมาณการดังนี้

- (1) 1 วันก่อนวันประกาศซื้อหุ้นคืน จนถึง 1 วันหลังจากการประกาศซื้อหุ้นคืน (-1, 1)
- (2) 3 วันก่อนวันประกาศซื้อหุ้นคืน จนถึง 3 วันหลังจากการประกาศซื้อหุ้นคืน (-3, 3)
- (3) 5 วันก่อนวันประกาศซื้อหุ้นคืน จนถึง 5 วันหลังจากการประกาศซื้อหุ้นคืน (-5, 5)
- (4) 10 วันก่อนวันประกาศซื้อหุ้นคืน จนถึง 10 วันหลังจากการประกาศซื้อหุ้นคืน (-10, 10)
- (5) 20 วันก่อนวันประกาศซื้อหุ้นคืน จนถึง 20 วันหลังจากการประกาศซื้อหุ้นคืน (-20, 20)
- (6) 60 วันก่อนวันประกาศซื้อหุ้นคืน จนถึง 60 วันหลังจากการประกาศซื้อหุ้นคืน (-60, 60)
- (7) 120 วันก่อนวันประกาศซื้อหุ้นคืน จนถึง 120 วันหลังจากการประกาศซื้อหุ้นคืน (-120, 120)
- (8) 180 วันก่อนวันประกาศซื้อหุ้นคืน จนถึง 180 วันหลังจากการประกาศซื้อหุ้นคืน (-180, 180)
- (9) 250 วันก่อนวันประกาศซื้อหุ้นคืน จนถึง 250 วันหลังจากการประกาศซื้อหุ้นคืน (-250, 250)

โดยในช่วงนี้จะมีวันที่เกิดเหตุการณ์รวมอยู่ด้วย (Event Date หรือ วันที่ 0) หลังจากได้กำหนดช่วงของเหตุการณ์ที่จะศึกษาแล้ว จะนำข้อมูลมาคำนวณหาอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติของหุ้นสามัญในช่วงที่บริษัทมีการประกาศซื้อหุ้นคืน โดยกำหนดให้การประกาศซื้อหุ้นคืนของแต่ละเหตุการณ์ เป็นวันที่ 0 ($t = 0$) และทำการทดสอบ Event Period หรือ Event Window ตามที่ได้กล่าวไปข้างต้นแล้ว ว่าช่วงเวลาดังกล่าวก่อให้เกิดอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติหรือไม่

Ikenberry, Lakonishok, and Vermaelen (1995) และ Bonaimé (2012) ศึกษาช่วงเวลาในการศึกษาผลกระทบด้านราคาหลักทรัพย์จากการซื้อหุ้นคืนสามารถนำมาเป็นแนวทางในการเลือกใช้ช่วงเวลา 1 วัน 3 วัน 5 วัน 10 วัน 20 วัน 60 วัน และ 120 วัน เพื่อเป็นตัวแทนการศึกษาในระยะสั้น เนื่องจากนักลงทุนแต่ละรายได้รับข้อมูลข่าวสารการประกาศซื้อหุ้นคืนไม่พร้อมกัน จึงต้องใช้เวลาในการดูดซับข่าวสาร ส่วนการศึกษาอัตราผลตอบแทนในระยะยาวจะใช้ระยะเวลา 180 วัน และ 250 วัน หรือ 1 ปีในการศึกษา เนื่องจากถึงแม้ว่ากฎเกณฑ์การซื้อหุ้นคืนจะกำหนดให้จำหน่ายคืนภายในเวลาไม่เกิน 3 ปีนับแต่การซื้อหุ้นคืนเสร็จสิ้น แต่ทั้งนี้จากการเก็บข้อมูลบริษัทที่มีการซื้อหุ้นคืนและจำหน่ายคืนครบแล้วในช่วงปี พ.ศ.2553-2562 เป็นจำนวน 70 ครั้ง หลายบริษัทได้จำหน่ายหุ้นคืนตั้งแต่มิได้ครบ 2 ปี โดยมีการจำหน่ายหุ้นคืนเมื่อยังไม่ครบ 1 ปีนับจากการประกาศซื้อหุ้นคืนจำนวน 7 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 10 และมีการจำหน่ายหุ้นคืนเมื่อเวลาผ่านไป 1 ปีแต่ยังไม่ครบ 2 ปีนับจากการประกาศซื้อหุ้นคืนจำนวน 25 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 36 ส่วนบริษัทที่มีการจำหน่ายหุ้นคืนเมื่อเวลาผ่านไปตั้งแต่ 2 ปีเป็นต้นไป มีจำนวน 38 บริษัท หรือคิดเป็นร้อยละ 54

จากข้อมูลดังกล่าวจะพบว่าบริษัทส่วนใหญ่จำหน่ายหุ้นคืนเมื่อเวลาผ่านไปตั้งแต่ 2 ปีเป็นต้นไป แต่ทั้งนี้ก็มีบริษัทอีกจำนวนไม่น้อยโดยคิดเป็นร้อยละ 46 ที่จำหน่ายหุ้นคืนตั้งแต่มิได้ครบ 2 ปี ทำให้บริษัทที่อยู่ในกลุ่มนี้ไม่ต้องสำรองกำไรสะสมถึง 3 ปี แต่ในทางกลับกัน บริษัทที่จำหน่ายหุ้นคืนซื้อคืนในช่วง 2-3 ปีหลังประกาศซื้อหุ้นคืน ต้องมีการสำรองกำไรสะสมเป็นช่วงเวลาที่ยาวนานกว่าบริษัทในกลุ่มแรก ส่งผลให้เกิดความไม่เท่าเทียมกันของค่าเสียโอกาสในการนำเงินไปลงทุนในโครงการอื่น ๆ แทนที่จะนำมาสำรองเป็นกำไรสะสมเพื่อเป็นการแก้ปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงนำช่วงเวลา 250 วัน หรือ 1 ปี มาใช้ในการศึกษา เนื่องจากบริษัท

จำนวนไม่น้อยจำหน่ายหุ้นกู้คืนตั้งแต่ผ่านไป 1 ปีแล้ว เพื่อให้เกิดความเท่าเทียมกันในการเปรียบเทียบภายใต้ปัจจัยการสำรองกำไรสะสมเป็นมูลค่าเท่ากับมูลค่าซื้อหุ้นคืนจนกว่าจะมีการจำหน่ายหุ้นกู้คืนได้หมด

ในการทดสอบครั้งนี้จะใช้แบบจำลองตลาด หรือ Market Model เพื่อคำนวณหาอัตราผลตอบแทนของหุ้นสามัญ ในช่วงที่เกิดเหตุการณ์ (Event Period) ซึ่งได้กำหนดช่วงเวลาในการประมาณค่า (Estimation Period) ไว้ 250 วันทำการโดยมีสมการดังนี้

$$R_{it} = \alpha_i + \beta_i R_{mt} + \varepsilon_{it};$$

โดยกำหนดให้

R_{it} คือ อัตราผลตอบแทนของหุ้น i ณ เวลา t

α_i, β_i คือ ค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากการหาความสัมพันธ์แบบถดถอย จากข้อมูลในช่วงประมาณ

การ

R_{mt} คือ อัตราผลตอบแทนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ณ เวลา t

ε_{it} คือ ค่าความคลาดเคลื่อนของหุ้น i ณ เวลา t

t คือ เวลาแต่ละวันในช่วงประมาณการ

ในการคำนวณจะเริ่มจากการคำนวณหาผลตอบแทนของหลักทรัพย์แต่ละตัวและของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ทุกวันในช่วงประมาณการ จากนั้นจึงนำอัตราผลตอบแทนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์แต่ละตัว ณ เวลาเดียวกัน มาหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์ α_i, β_i จากนั้นแทนค่าอัตราผลตอบแทนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในช่วงที่เกิดเหตุการณ์ และค่าสัมประสิทธิ์ลงในสมการ เพื่อหาอัตราผลตอบแทนที่คาดหวังของช่วงที่เกิดเหตุการณ์ตามสมการดังนี้

$$E(R_{it}) = \alpha_i + \beta_i R_{mt}$$

โดยกำหนดให้ $E(R_{it})$ คือ อัตราผลตอบแทนที่คาดหวังของหลักทรัพย์ i ณ เวลา t

เมื่อได้อัตราผลตอบแทนที่คาดหวังแล้ว หลังจากนั้นจึงนำมาแทนค่าเพื่อหาอัตราผลตอบแทนเกินปกติของหลักทรัพย์ (Abnormal Return) จากสมการ

$$A(R_{it}) = R_{it} - E(R_{it})$$

โดยกำหนดให้ $A(R_{it})$ คือ อัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติของหุ้น i ณ เวลา t

จากนั้นจึงนำอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติของหุ้นสามัญ มาคำนวณหาอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสม (Cumulative Abnormal Return) จากสมการ

$$CAR_{it} = AR_{it} - CAR_{it-1}$$

โดยกำหนดให้ CAR_{it} คือ อัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสมของหุ้น i ในช่วงประกาศซื้อหุ้นคืน

จากนั้นนำอัตราผลตอบแทนผิดปกติ $A(R_{it})$ ที่ได้มาคำนวณหาอัตราผลตอบแทนผิดปกติเฉลี่ยในแต่ละวัน (Average Abnormal Return) จากสมการ

$$AAR_{it} = \frac{\sum_i^n AR_{it}}{N}$$

โดยกำหนดให้ AAR_{it} คือ อัตราผลตอบแทนผิดปกติเฉลี่ยของหุ้น ณ เวลา t
 N คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

จากนั้นจึงนำอัตราผลตอบแทนผิดปกติเฉลี่ยในแต่ละวันที่คำนวณได้มาคำนวณหาอัตราผลตอบแทนผิดปกติเฉลี่ยสะสม (Cumulative Average Abnormal Return) จากสมการ

$$CAAR_{it} = \sum_{t=1}^T AAR_t$$

โดยกำหนดให้ $CAAR_{it}$ คือ อัตราผลตอบแทนผิดปกติเฉลี่ยสะสมของหุ้นในช่วงประกาศซื้อหุ้นคืน

หลังจากที่คำนวณหาอัตราผลตอบแทนผิดปกติเฉลี่ยสะสมแล้ว จะนำค่าที่ได้ไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน จากนั้นทำการทดสอบระดับนัยสำคัญทางสถิติด้วยค่า t-statistic เพื่อทดสอบว่าอัตราผลตอบแทนผิดปกติเฉลี่ยในแต่ละวัน (Average Abnormal Return) และอัตราผลตอบแทนผิดปกติเฉลี่ยสะสม (Cumulative Average Abnormal Return) มีค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญหรือไม่ จากสมการ

$$t - test = \frac{AAR_t}{\sigma/\sqrt{N}}$$

โดย σ คือ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของอัตราผลตอบแทนผิดปกติของหุ้น i ณ เวลา t และ

$$t - test = \frac{CAAR_t}{\sigma/\sqrt{N}}$$

โดย σ คือ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของอัตราผลตอบแทนผิดปกติสะสมของหุ้น i ณ เวลา t

จากการศึกษาการประกาศโครงการซื้อหุ้นคืน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553-2562 เป็นเวลา 10 ปี แบ่งเป็นในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 65 โครงการจาก 55 บริษัท และตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จำนวน 7 โครงการ จาก 6 บริษัท ทำให้ในการศึกษาวิจัยมีกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในการศึกษาทั้งสิ้น 72 ตัวอย่าง

ผลการศึกษา

ในการศึกษาหาความผิดปกติ ได้หาอัตราผลตอบแทนผิดปกติเฉลี่ย (Average Abnormal Return: AAR) และ อัตราผลตอบแทนผิดปกติเฉลี่ยสะสม (Cumulative Average Abnormal Return: CAAR) ของกลุ่มตัวอย่างในช่วงของการประกาศซื้อหุ้นคืน โดยใช้วิธี Event Study แบบจำลอง Market Model โดยแบ่งช่วงของเหตุการณ์ออกเป็น 9 ช่วง คือ (-1,1), (-3,3), (-5,5), (-10,10), (-20,20), (-60,60), (-120,120), (-180,180) และ (-250,250) และกำหนดให้วันที่มีการประกาศซื้อหุ้นคืนของแต่ละเหตุการณ์เป็นวันที่ 0 ทั้งนี้เพื่อครอบคลุมถึงช่วงเวลาที่มีการรั่วไหลของข้อมูลข่าวสาร และเป็นช่วงที่มีปริมาณการซื้อขายที่แตกต่างไปจากช่วงเวลาก่อนเกิดเหตุการณ์อย่างมีนัยสำคัญ แสดงให้เห็นถึงการตอบสนองต่อราคาหุ้น

ในการศึกษาการตอบสนองของราคาหลักทรัพย์ที่มีต่อการประกาศซื้อหุ้นคืน ซึ่งวัดผลด้วยผลตอบแทนที่เกินปกติสะสม (Cumulative Abnormal Returns: CAR) ซึ่งสามารถแสดงผลได้ ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงผลการทดสอบ t-test ของค่าเฉลี่ยอัตราผลตอบแทนที่เกินปกติสะสมในช่วงที่มีการประกาศซื้อหุ้นคืน

	n	Mean	SD	t	df	Sig.(1-tailed)
การซื้อหุ้นคืนที่มีขนาดใหญ่ (Large-scale of Stock Repurchases)						
CAR ± 1 วัน	36	0.22851	0.96932	1.68957	35	0.08303*
CAR ± 3 วัน	36	0.51551	1.89190	1.68957	35	0.05552*
CAR ± 5 วัน	36	0.62939	3.20026	1.68957	35	0.12298
CAR ± 10 วัน	36	0.82095	5.69273	1.68957	35	0.19639
CAR ± 20 วัน	36	1.81503	9.61860	1.68957	35	0.13262
CAR ± 60 วัน	36	-0.19077	18.78555	1.68957	35	0.47588
CAR ± 120 วัน	36	2.62951	28.00900	1.68957	35	0.28842
CAR ± 180 วัน	36	-13.07230	87.62085	1.68957	35	0.18841
CAR ± 250 วัน	36	-19.90699	101.84150	1.68957	35	0.12439
การซื้อหุ้นคืนที่มีขนาดเล็ก (Small-scale of Stock Repurchases)						
CAR ± 1 วัน	36	0.04135	1.23458	1.68957	35	0.42095
CAR ± 3 วัน	36	0.11498	2.74073	1.68957	35	0.40137
CAR ± 5 วัน	36	0.07627	4.19473	1.68957	35	0.45687
CAR ± 10 วัน	36	-0.10995	7.89204	1.68957	35	0.46693
CAR ± 20 วัน	36	-0.78925	15.16352	1.68957	35	0.37833
CAR ± 60 วัน	36	-6.10450	34.80650	1.68957	35	0.14994

	n	Mean	SD	t	df	Sig.(1-tailed)
CAR $\pm$ 120 วัน	36	-12.13082	71.55818	1.68957	35	0.15803
CAR $\pm$ 180 วัน	36	-41.39515	125.58657	1.68957	35	0.02794**
CAR $\pm$ 250 วัน	36	-43.10471	92.76490	1.68957	35	0.00426***

*** มีระดับความเชื่อมั่น 99%, **มีระดับความเชื่อมั่น 95%, *มีระดับความเชื่อมั่น 90%

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติของหลักทรัพย์ในช่วงที่มีการประกาศซื้อหุ้นคืนในกลุ่มการซื้อหุ้นคืนขนาดใหญ่ ในช่วงเวลา (-1,1) และ (-3,3) เป็นไปในทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 90% ส่วนช่วงเวลา (-180,180) และ (-250,250) ในกลุ่มการซื้อหุ้นคืนที่มีขนาดเล็ก เป็นไปในทิศทางลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และ 99% ตามลำดับ

ทั้งนี้ ในการศึกษาอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติเฉลี่ยของทุกช่วงเวลา จะเห็นได้ว่าการซื้อหุ้นคืนที่มีขนาดใหญ่ มีอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติเฉลี่ยมากกว่าการซื้อหุ้นคืนที่มีขนาดเล็ก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bratli and Rehman (2015) ที่ได้กล่าวว่าการประกาศซื้อหุ้นคืนจึงเป็นการส่งสัญญาณ (Signaling) เชิงบวกไปยังนักลงทุน และยังการซื้อหุ้นคืนมีขนาดที่ใหญ่ จะยังเพิ่มน้ำหนักในการส่งสัญญาณของผู้บริหาร (Signaling Effect) ได้มากยิ่งขึ้น

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงขนาดของการประกาศซื้อหุ้นคืนที่แตกต่างกันอันเป็นผลทำให้บริษัทต้องสำรองกำไรสะสมเป็นจำนวนเงินที่แตกต่างกันตามที่ได้มีการประกาศซื้อหุ้นคืน จะส่งผลต่ออัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติของหลักทรัพย์ทั้งในระยะสั้น และระยะยาว เมื่อมีการประกาศซื้อหุ้นคืน โดยจะทำการศึกษาพฤติกรรมของราคาหุ้นที่เกิดขึ้นในช่วงที่มีการประกาศซื้อหุ้นคืน และหากพบความผิดปกติของราคาจะศึกษาต่อถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดความผิดปกติดังกล่าว โดยผลของการศึกษาผลกระทบด้านราคาหลักทรัพย์ของการซื้อหุ้นคืนในระยะสั้นบ่งชี้ว่า มีอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติของหลักทรัพย์ในช่วงที่มีการประกาศซื้อหุ้นคืนในกลุ่มการซื้อหุ้นคืนขนาดใหญ่ในทิศทางบวก ซึ่งผลการศึกษาทั้งสองช่วงเวลาสอดคล้องกับงานวิจัยของ McNally (1999), D'Mello and Shroff (2000), และ Ridder (2009), Rasbrant (2013) กล่าวไปในทิศทางเดียวกันว่าการซื้อหุ้นคืนของบริษัทในแต่ละครั้งจะส่งผลให้จำนวนหุ้นที่หมุนเวียนซื้อขายในตลาด (Shares Outstanding) ลดลง ส่งผลให้กำไรสุทธิต่อหุ้น (Earnings Per Share: EPS) และมูลค่าตามบัญชีต่อหุ้น (Book Value Per Share: BVPS) สูงขึ้น และส่งผลไปยังราคาหุ้นของบริษัทให้สูงขึ้นตามไปด้วย

การทดสอบผลกระทบด้านราคาของหลักทรัพย์จากการซื้อหุ้นคืนชี้ให้เห็นว่า เมื่อเวลาผ่านราคาของหลักทรัพย์จะปรับตัวเข้าสู่ราคาพื้นฐาน เนื่องจากการประกาศซื้อหุ้นคืนเป็นวิธีการสัญญาณอย่างหนึ่งของบริษัท จัดทะเบียนถึงคุณภาพของกิจการในช่วงเวลาที่ดำเนินโครงการซื้อหุ้นคืน ทำให้ราคาของหลักทรัพย์ที่ประกาศซื้อหุ้นคืนจะสูงขึ้นในระยะสั้นเท่านั้น อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Xing (2014) พบว่าผลตอบแทนที่ผิดปกติในช่วง (-150,150) วันทำการ ในประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นไปในทิศทางลบเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษาการประกาศโครงการซื้อหุ้นคืน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553-2562 มีกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในการศึกษาทั้งสิ้น 72 ตัวอย่าง โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ในกลุ่มการซื้อหุ้นคืนที่มีขนาดใหญ่ จำนวน 36 ตัวอย่าง และในกลุ่มการซื้อหุ้นคืนที่มีขนาดเล็ก จำนวน 36 ตัวอย่าง ถึงเป็นตัวอย่างที่เพียงพอในการทดสอบสมมติฐานแต่ยังอาจจะเป็นตัวอย่างที่ยังค่อนข้างน้อย ซึ่งหากได้มีการศึกษาอย่างต่อเนื่อง ก็จะสามารถเพิ่มจำนวนตัวอย่างให้ครอบคลุมช่วงเวลาที่ยาวนานขึ้นได้

2. ผลกระทบด้านราคาจากการประกาศซื้อหุ้นคืนเป็นเพียงสัญญาณอย่างหนึ่งที่อาจเกิดขึ้นจากปัจจัยหลายปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดให้มีผลกระทบมากหรือน้อยต่างกัน ผู้วิจัยที่สนใจสามารถทำการศึกษาเพิ่มเติม โดยนำปัจจัยอื่นๆ มาใช้ประกอบการพิจารณาการวิเคราะห์ได้

3. การซื้อหุ้นคืนที่เกิดขึ้นในแต่ละสภาพตลาด อาจได้รับผลกระทบด้านราคาที่แตกต่างกันได้ หากมีการขยายขอบเขตด้านเวลาในการศึกษาในครั้งต่อไป ก็จะครอบคลุมช่วงเวลาทั้งช่วงขาขึ้นและขาลง ซึ่งสามารถเข้าใจผลกระทบด้านราคาของการซื้อหุ้นคืนในระดับที่ลึกซึ้งขึ้นได้

เอกสารอ้างอิง

- ชุตติกาญจน์ แยมยิ้ม (2558). การซื้อหุ้นคืนตามสมมติฐานการทดแทนเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)
- นราทิพย์ ทับเที่ยง. (2552). การศึกษาผลกระทบการซื้อหุ้นคืนต่อผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ. *วารสารคณะบริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์*, 5, 106-133.
- นราทิพย์ ทับเที่ยง. (2556). แรงจูงใจในการซื้อหุ้นคืนและผลกระทบต่อการตัดสินใจยุติโครงการหุ้นคืนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดเอ็ม เอ ไอ. *วารสารพัฒนบริหารศาสตร์*, 53, 37-65.
- Baker, M., Nagel, S., & Wurgler, J. (2020). The effect of stock repurchases on the stock price: Evidence from event studies. *Journal of Financial Economics*, 135(3), 549-570.
- Bargeron, L. L., Bonaime, A. A., & Thomas, S. E. (2017). The timing and source of long-run returns following repurchases. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 52(2), 491-517.
- Bargeron, L. L., & Lehn, K. M. (2021). The Decline in IPOs: The Role of Share Repurchases. *Journal of Corporate Finance*, 66, 101814.
- Bonaime, A. A. (2012). Repurchases, reputation, and returns. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 47(2), 469-491.
- Bratli, D., O Rehman. (2015). Customer concentration, leverage adjustments, and firm value. OU Rehman, X Liu, K Wu, J Li. *Accounting & Finance*, 63(2), 2035-2079.
- Chan, K., Ikenberry, D. L., & Lee, I. (2004). Economic sources of gain in stock repurchases. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 39(3), 461-479.

- D'mello, R., & Pervin K. Shroff, 2000. "Equity Undervaluation and Decisions Related to Repurchase Tender Offers: An Empirical Investigation. *Journal of Finance, American Finance Association*, 55(5), 2399-2424.
- Fama, Eugene F. & French, Kenneth R., (2001). "Disappearing dividends: changing firm characteristics or lower propensity to pay? *Journal of Financial Economics, Elsevier*, 60(1), 3-43.
- Fried, J. M. (2005). Informed trading and false signaling with open market repurchase. *California Law Review*, 93(5), 1323-1386.
- Grullon, G., & Michaely, R. (2002). Dividends, Share Repurchases, and the Substitution Hypothesis. *The Journal of Finance*, 57(4), 1649–1684. Retrieve from <http://www.jstor.org/stable/3094520>
- Grullon, G., & Michaely, R. (2004). The information content of share repurchase programs. *Journal of Finance*, 59(2), 651-680.
- Manconi, A., Peyer, U., & Vermaelen, T. (2019). Are Buybacks Good for Long-Term Shareholder Value? Evidence from Buybacks around the World. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 54(5), 1899–1935. doi:10.1017/S0022109018000984
- McNally, William J. (n.d). Open Market Stock Repurchase Signalling. *Financial Management*, 28(2). Retrieve From <https://ssrn.com/abstract=206588>.
- Råsbrant, J., (2013). *The Price Impact of Open Market Share Repurchases*. Retrieve From <https://ssrn.com/abstract=1780967> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1780967>
- Ridder, D., Adri, (2009). Share Repurchases and Firm Behavior. *International Journal of Theoretical and Applied Finance*, 12(5), 605-631. Retrieve From <https://ssrn.com/abstract=1515544>
- Spence, M. (1973). Job market signaling. *The quarterly journal of Economics*, 87(3), 355-374.
- Wang, C.-s., Strong, N., Tung, S., & Lin, s. (2009). Share Repurchases, the Clustering Problem, and the Free Cash Flow Hypothesis. *Financial Management*, 38(3), 487-505.
- Wrońska-Bukalska, E., & Kaźmierska-Jóźwiak, B. (2017). Signaling hypotheses of share repurchase ? life cycle approach. The case of Polish listed companies. *Equilibrium. Quarterly Journal of Economics and Economic Policy*, 12(2), 245–257.
- Xing, D. (2014). *The effects of share repurchase on stock returns*. (Master thesis in Finance. Tilburg School of Economics and Management).
- Yu, Y.-M., & Jiang, S. (2010). Corporate life cycle and share repurchases: evidence from the Taiwan stock Market. *African Journal of Business Management*, 4(14).

คุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจ ระดับชั้นประทวน สังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 2

รัชพล กิตติคุณชนก^{1*} และ ชาญเดช เจริญวิริยะกุล²

¹นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

²อาจารย์ที่ปรึกษา, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Corresponding author e-mail: s61563827011@ssru.ac.th

วันที่รับบทความ (Received) 8 สิงหาคม 2565

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 17 มิถุนายน 2566

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 26 สิงหาคม 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับคุณภาพชีวิตและระดับความพึงพอใจในการทำงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจระดับชั้นประทวน สังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 2 2) เปรียบเทียบระหว่างความพึงพอใจในการทำงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจระดับชั้นประทวน สังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 2 กับตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) ศึกษาอิทธิพลของคุณภาพชีวิตในการทำงานต่อความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่ตำรวจระดับชั้นประทวน สังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 2 ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับเจ้าหน้าที่ตำรวจระดับชั้นประทวน สังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 2 จำนวน 222 คน ใช้สถิติพรรณนา, t- test ค่า, F-test และการวิเคราะห์ถดถอยพหุ (multiple regression analysis) ผลการวิจัยพบว่า 1) ความพึงพอใจของการทำงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจระดับชั้นประทวน สังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 2 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านความพึงพอใจต่อองค์กร ด้านความพึงพอใจต่อผู้บริหาร มี ด้านความพึงพอใจต่อผู้บังคับบัญชา ด้านความพึงพอใจต่อเพื่อนร่วมงาน และด้านความพึงพอใจต่อผู้ใต้บังคับบัญชา 2) เพศ และอายุราชการต่างกันมีความพึงพอใจในการทำงาน ที่แตกต่างกัน ส่วนอายุ ระดับการศึกษา อัตราเงินเดือน ไม่แตกต่าง และ 3) คุณภาพชีวิตในการทำงาน ด้านค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ ด้านสิ่งแวดล้อมที่เอื้อสุขลักษณะและความปลอดภัย ด้านการพัฒนาความรู้ความสามารถได้เป็นอย่างดี ด้านการส่งเสริมความเจริญเติบโตและความมั่นคง ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจระดับชั้นประทวน การวิจัยครั้งนี้กองบังคับการตำรวจนครบาล 2 สำนักงานตำรวจแห่งชาติ

คำสำคัญ: คุณภาพชีวิต ความพึงพอใจการทำงาน เจ้าหน้าที่ตำรวจระดับชั้นประทวน

QUALITY OF WORK LIFE AFFECTING WORK SATISFACTION OF POLICE NON-COMMISSIONED OFFICER SUNDER THE METROPOLITAN POLICE DIVISION 2

Ratchapon Kitikunchanok^{1*} and Chandej Charoenwiriyaikul²

¹ Master's Degree Student of Arts Program in Development Administration,

Suan Sunandha Rajabhat University,

² Lecturer of Suan Sunandha Rajabhat University

Abstract

The objectives of this research were to 1) study the quality of life and the level of work satisfaction of police officers at the military level, under the Metropolitan Police Division 2.2) Comparison between the job satisfaction of the police officers at the military level, under the Metropolitan Police Division 2, according to personal factors and 3) To study the influence of quality of work life on the satisfaction of police officers at the military level, under the Metropolitan Police Division 2, a questionnaire was used as a tool to collect data with 222 police officers at the military level, under the Metropolitan Police Division 2. This research used descriptive statistics, t-test values, F-test and multiple regression analysis. The results of the research were as follows: 1) the satisfaction of the police officers at the military level, under the Metropolitan Police Division 2, overall, at a high level. When considered in every aspect, it was found at a high level in all aspects. They are sorted in this order. The satisfaction of the organization about the satisfaction of the executives, there was satisfaction with the supervisors. Satisfaction with colleagues and the satisfaction of subordinates. 2) Gender and service age were different. Work satisfaction, different sections, age, level of education, salary rates were not different and 3) About the quality of work life, the compensation is fair and sufficient. Environmental hygiene and safety, the development of knowledge and competence as well. In promoting growth and stability affecting the job satisfaction of the police officers at the military level, under the Metropolitan Police Division 2.

Keywords: Quality of Life, Work Satisfaction, Police Non-Commissioned

บทนำ

กระแสโลกาภิวัตน์ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ ก่อให้เกิดการตื่นตัวที่จะรับรู้ถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ทั่วทุกมุมโลก ทำให้ประเทศต่าง ๆ ได้รับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางทั้งบวกและลบ ทางบวกก่อให้เกิดการพัฒนาไปสู่ความเจริญก้าวหน้าทางวัตถุและเทคโนโลยี ทันยุคทันสมัยในขณะเดียวกัน ผลทางลบก่อให้เกิดปัญหาหลายประการ ซึ่งเป็นปัญหาทางสังคมตามมา ในส่วนของประเทศไทยได้พัฒนาตามกระแสของการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลให้ประเทศไทยต้องเร่งพัฒนาทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อให้สามารถแข่งขันกับนานาประเทศได้อย่างทัดเทียม ดังนั้น เพื่อให้ทันต่อกระแสของการเปลี่ยนแปลง องค์กรรัฐบาลจึงต้องมีการพัฒนาองค์กร และ

พัฒนาบุคลากรในองค์การรวมทั้งปรับปรุงระบบการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพเอื้อต่อการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของประเทศให้ทันกับกระแสโลกาภิวัตน์ ซึ่งมีความสอดคล้องกับสุรศักดิ์ ชะมารัมย์ (2556, น. 1) ได้กล่าวถึง ความเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ว่าที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและรุนแรงภายใต้อิทธิพลของกระแสโลกาภิวัตน์ ในปัจจุบัน ที่มีส่วนสำคัญทำให้องค์กรหลายแห่งทั้งภาครัฐและภาคเอกชนต้องมีการปรับปรุงแบบวิธีการบริหารงานเสียใหม่ เพื่อให้สามารถรับมือกับสถานการณ์ดังกล่าว ได้นำเอาเทคนิคหรือเครื่องมือทางการบริหารจัดการใหม่ ๆ มาใช้ช่วยเสริมสร้างขีดความสามารถในการปฏิบัติที่สามารถตอบสนองต่อเป้าหมายขององค์การ พร้อมไปกับการหันมาให้ความสำคัญกับทรัพยากรบุคลากรที่อยู่ในองค์การมากขึ้นโดยลำดับ เนื่องจากบุคลากรเป็นตัวขับเคลื่อนอันนำไปสู่เป้าหมายขององค์การ

การที่จะให้คนทำงานให้กับองค์การด้วยความกระตือรือร้น พุ่มเทความสามารถในการทำงานนั้น จำเป็นต้องสร้างภาวะที่กระตุ้นหรือตอบสนองความต้องการของบุคลากรและสร้างความพึงพอใจในการทำงานให้เกิดขึ้น องค์การต้องมีปัจจัยเพื่อสนองตอบต่อความต้องการของบุคลากรนอกจากค่าจ้างและเงินเดือน ซึ่งเป็นผลประโยชน์ตอบแทนโดยตรงในการปฏิบัติ สวัสดิการและประโยชน์เกื้อกูลต่าง ๆ ในการปฏิบัติงานเป็นปัจจัยที่สำคัญ และมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการทำงานของบุคลากร ความพึงพอใจในการทำงานจึงเป็นเรื่องสำคัญยิ่งทั้งนี้เพราะความพึงพอใจในการทำงาน เป็นเรื่องของเจตคติและความรู้สึกที่ดีต่อการทำงาน เพื่อธำรงรักษาลังของผู้ร่วมงานให้อยู่ในระดับสูงตามความต้องการ เพื่อเป็นปัจจัยเกื้อหนุนที่จะส่งผลไปถึงประสิทธิภาพขององค์การ ซึ่งเสาวลักษณ์ สระศรีสม (2564) กล่าวว่า คุณภาพของคนในองค์การเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากคนจะเป็นผู้ใช้ทรัพยากรอื่น ๆ ที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์ มีความเต็มใจทำงานตามบทบาทหน้าที่ โดยเฉพาะผู้ที่อยู่ในตำแหน่งบริหารจะต้องทำหน้าที่ประสานให้ผู้ปฏิบัติงานมีปฏิสัมพันธ์กันในการปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดด้วยความเต็มใจ ผู้บริหารที่ไม่มีความสามารถจะเป็นผู้ทำลายขวัญและความพึงพอใจของบุคลากร ทำให้งานด้านต่าง ๆ ขาดประสิทธิภาพ ในทางตรงข้าม หากผู้บริหารมีความสามารถเสริมสร้างให้ผู้มีความรู้ความสามารถร่วมปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจ มีความรับผิดชอบและมีประสิทธิภาพในการทำงานย่อมสร้างสรรค์งานอย่างมีประสิทธิภาพได้ตามเป้าประสงค์นำความเจริญก้าวหน้ามาสู่องค์การหรือหน่วยงาน

ดังนั้นการสร้างความพึงพอใจในการทำงาน เพื่อให้เกิดความพยายามในการปฏิบัติงานจึงน่าจะเป็นหลักการบริหารที่ดีวิธีหนึ่ง ซึ่งผู้บริหารจำเป็นต้องแสวงหาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแรงผลักดันต่าง ๆ ที่เป็นปัจจัยจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความต้องการในการปฏิบัติงานของบุคลากร ทั้งนี้เพื่อสามารถเลือกที่จะนำมาใช้อย่างเหมาะสมและถูกต้องกับบุคคลและเหตุการณ์หรือเวลาที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบันเพื่อความสำเร็จในเป้าหมายขององค์การ กล่าวโดยสรุปได้ว่าในการทำงานใด ๆ ก็ตาม ถ้าจะให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลจะต้องได้รับการจูงใจอย่างถูกวิธีในลักษณะที่กระตุ้นให้เขาพยายามใช้ความสามารถและทักษะที่มีอยู่อย่างเต็มที่ทั้งนี้โดยการที่ผู้บริหารจะต้องใช้เทคนิควิธีการในการศึกษาบุคลากรในองค์การของตนว่าบุคคลเหล่านั้นมีความต้องการหรือมีความพอใจในสิ่งใดจากการทำงาน คุณภาพชีวิตในการทำงานจึงเป็นปัจจัยสำคัญ ปัจจัยหนึ่งในการเสริมสร้างความพึงพอใจในการทำงาน ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) ที่มุ่งเน้นผลลัพธ์ให้คนทำงานในประเทศมีคุณภาพชีวิตที่ดีและมีความสุข ในขณะเดียวกันคุณภาพชีวิตในการทำงาน (Quality of Work Life) มีผลต่อการทำงานเป็นอย่างมาก กล่าวคือ ทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อตนเอง ทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่องาน และทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อองค์การ นอกจากนี้ยังช่วยเสริมสร้างในเรื่องสุขภาพจิตช่วยให้เจริญก้าวหน้า มีการพัฒนาตนเองให้เป็นบุคคลที่มีคุณภาพขององค์การ และยังช่วยลดปัญหาการขาดงาน การลาออก ลดอุบัติเหตุ และส่งเสริมให้ได้ผลผลิตและการบริหารที่ดี องค์การ/หน่วยงานควรต้องหันมาให้ความสนใจว่าจะมีแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพชีวิตการทำงานและความมั่นคงใน

การทำงานได้อย่างไรบ้าง ซึ่งจะต้องพัฒนาปรับปรุงให้สอดคล้องกับ สภาพการทำงาน ความเสี่ยง และความต้องการของบุคลากรในหน่วยงาน/องค์กรนั้น (นรินทร์ อบแพทย์, 2563)

กองบังคับการตำรวจนครบาล 2 เป็นหน่วยงานในสังกัดกองบัญชาการตำรวจนครบาล มีพันธกิจในการถวายความปลอดภัยสำหรับองค์พระมหากษัตริย์ พระราชินี พระรัชทายาท ผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์ พระบรมวงศานุวงศ์ ผู้แทนพระองค์และพระราชอาคันตุกะ ให้บังเกิดประสิทธิภาพสูงสุด บังคับใช้กฎหมาย อำนวยความยุติธรรม ให้บริการประชาชนด้วยความเสมอภาคเป็นธรรม ตามหลักธรรมาภิบาล รักษาความสงบเรียบร้อย ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ของประชาชนและชุมชน และรักษาความมั่นคงของราชอาณาจักรให้เป็นที่ยึดมั่นและศรัทธา ร่วมกันสร้างเครือข่ายชุมชนและองค์การทุกภาคส่วนในการแก้ไขปัญหาของสังคม โดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง พัฒนาบุคลากรให้มีความเป็นมืออาชีพ เพื่อสร้างความเข้มแข็งขององค์กร และ ปฏิบัติภารกิจและช่วยเหลือการพัฒนาประเทศตามนโยบายรัฐบาลให้เกิดผลสัมฤทธิ์ (กองบังคับการตำรวจนครบาล 2, 2563) โดยขอบเขตของพันธกิจในการทำงานของข้าราชการในสังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 2 โดยเฉพาะอย่างยิ่งเจ้าหน้าที่ตำรวจระดับชั้นประทวน ซึ่งต้องปฏิบัติงานการควบคุมดูแลของผู้บังคับบัญชาตามสายงานต่าง ๆ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งต้องมีการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตเพื่อให้เจ้าหน้าที่ตำรวจชั้นประทวนเกิดความพึงพอใจสูงสุด อันจะเป็นผลต่อการบรรลุเป้าหมายขององค์กรให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

จากความสำคัญของคุณภาพชีวิตในการทำงานอันจะส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจระดับชั้นประทวน ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้น จึงมีความสนใจที่จะศึกษา “คุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจระดับชั้นประทวนสังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 2” เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปเป็นแนวทางในการเสนอแนะนโยบายในการจัดสวัสดิการ หรือสิทธิประโยชน์ หรือการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตในการทำงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจระดับชั้นประทวนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพชีวิตและระดับความพึงพอใจในการทำงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจระดับชั้นประทวน สังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 2
2. เพื่อเปรียบเทียบระหว่างความพึงพอใจในการทำงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจระดับชั้นประทวน สังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 2 ตามคุณลักษณะของเจ้าหน้าที่ตำรวจ
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพชีวิตในการทำงานต่อความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่ตำรวจระดับชั้นประทวน สังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 2

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการทำงาน

ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานนั้น เกี่ยวข้องกับความรู้สึกรู้สึก ความคิดเห็นและอารมณ์ ที่พึงพอใจ สบายใจต่องานและนายจ้าง อันมีผลมาจากได้รับการตอบสนองความต้องการ และได้มีนักวิชาการได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้หลากหลาย ดังนี้

กิติมา บริดีติล (2559, น. 321) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน หมายถึงความรู้สึกชอบหรือ พอใจที่มีต่อองค์ประกอบและสิ่งจูงใจในด้านต่าง ๆ ของงาน และผู้ปฏิบัติงานนั้นได้รับ การตอบสนองความต้องการ และเกรียงไกร เจริญพานิช (2551, น. 10) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจในการ

ปฏิบัติงาน หมายถึง ความรู้สึกหรือเจตคติที่ดีของบุคคลที่มีต่องานที่กำลังปฏิบัติอันเนื่องมาจากปัจจัยหรือองค์ประกอบต่าง ๆ ในการทำงาน เช่น ลักษณะงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน และผลประโยชน์ตอบแทนอื่น ๆ ถ้าองค์ประกอบ เหล่านี้สามารถตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลได้อย่างเหมาะสม ก็มีผลทำให้เกิดความพึงพอใจใน การทำงาน

ในขณะที่ ธงชัย สันติวงษ์ (2556, น. 359) กล่าวว่า ถ้าบุคคลใดบุคคลหนึ่งได้เห็นช่องทาง หรือโอกาสที่ตนจะ สามารถตอบสนองแรงจูงใจที่ตนมีอยู่แล้ว ก็จะทำให้ความพึงพอใจของตนดีขึ้น หรืออยู่ในระดับสูง หากฝ่ายบริหารจัดการให้คนงานได้มีโอกาสตอบสนองแรงจูงใจของตนแล้ว ความพึงพอใจของคนงานจะสูงและ ผลงานก็จะดีตามไปด้วย และประภาส เกตุแก้ว (2556, น. 11) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาวะจิตที่ปราศจากความเครียด ทั้งนี้เพราะธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการ ถ้าความต้องการนั้นได้รับการตอบสนองทั้งหมดหรือบางส่วน ความเครียดก็จะน้อยลงความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น และในทางกลับกัน ถ้าความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนองความเครียดและความไม่พอใจก็จะเกิดขึ้น

ดังนั้นผู้บริหารควรตรวจสอบและทราบถึงความพึงพอใจของพนักงาน ซึ่งลักษณะของความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานในองค์การมีหลายลักษณะดังนี้ (เทพพนม เมืองแมนและสวิง สุวรรณ, 2559)

1. ความพึงพอใจต่อผู้บังคับบัญชา หมายถึง ความพึงพอใจต่อผู้บังคับบัญชา หรือหัวหน้างาน ที่สามารถบริหารจัดการงานและคนได้ดีไปพร้อมกัน ย่อมทำให้ทุกคนเกิดความพึงพอใจในการทำงาน และพึงพอใจในการบริหารงานของผู้บังคับบัญชา ซึ่งนั่นทำให้องค์การมีโอกาสประสบความสำเร็จได้สูง ในขณะเดียวกันหากผู้บังคับบัญชาไร้ประสิทธิภาพ บุคลากรก็อาจเกิดความไม่พึงพอใจ ทำงานได้ไม่สนุก งานมีปัญหา กระทั่งไปหลาย ๆ อย่าง ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจในงานได้ในที่สุด

2. ความพึงพอใจต่อผู้ใต้บังคับบัญชา หมายถึง ความพึงพอใจต่อผู้ใต้บังคับบัญชาที่สามารถปฏิบัติงานขยันขันแข็ง เชื่อฟัง ปฏิบัติตาม ร่วมแรงร่วมใจ ช่วยเหลือเกื้อกูล ก็ย่อมทำให้การทำงานออกมาดีมีประสิทธิภาพได้ ก็เกิดความพึงพอใจในงาน เกิดความพึงพอใจซึ่งกันและกัน และถ้าหากหัวหน้าได้ลูกน้องที่แย่ ทำงานไม่เป็นชิ้นเป็นอัน ไม่สนใจพัฒนาตนเอง หัวหน้าก็ควบคุมงานได้ยาก ทำให้บกพร่องในหน้าที่ โดนตำหนิ เปื้อน่ายในการทำงาน

3. ความพึงพอใจต่อผู้บริหาร หมายถึง ความพึงพอใจต่อการบริหารองค์การของผู้บริหาร ที่ผู้บริหารองค์การต้องลงมาคลุกคลีทำงานอย่างใกล้ชิดกับบุคลากรเช่นกัน ซึ่งนั่นทำให้บุคลากรต่างมีความพึงพอใจองค์การได้สูงมาก และส่งผลให้ต่อสู้กับการทำงาน และสร้างความพึงพอใจในงานได้ในที่สุด ในขณะที่ผู้บริหารที่ไม่มีวิสัยทัศน์ ทำงานไม่เป็น ไม่มีนโยบายองค์การที่ดี ก็อาจทำให้บุคลากรไม่ทำทนาย เปื้อน่าย มองไม่เห็นอนาคต ก็อาจเกิดความไม่พึงพอใจกับงาน กับผู้บริหาร กับองค์การ และส่งผลให้ลาออกหรือย้ายองค์การได้เช่นกัน

4. ความพึงพอใจต่อองค์การ หมายถึง ความพึงพอใจต่อการมองภาพรวมของทั้งหมดที่ชัดเจน ความประทับใจต่อองค์การนั้นทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานได้ง่าย เต็มที่กับการทำงาน และส่งผลต่อความสำเร็จได้ง่าย ในทางตรงกันข้าม หากเราไม่มีความภูมิใจในองค์การเลย ไม่ชอบองค์การทั้งที่งานที่ทำก็เป็นงานที่ชอบและทำได้ดี

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงาน

คุณภาพชีวิตในการทำงานไว้ว่าเป็นการสร้างสรรคบรรยากาศ ที่จะทำให้ผู้ใช้แรงงานได้รับความพึงพอใจในการทำงานสูงขึ้น โดยผ่านการเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจและแก้ไขปัญหาสำคัญขององค์กร ซึ่งจะมีผลกระทบตอชีวิตการทำงานของพวกเขา นั่นคือได้หมายรวมถึงการปรับปรุงการบริหารเกี่ยวกับทรัพยากรมนุษย์โดยทำให้มีประชาธิปไตย ในสถานที่ทำงานเพิ่มมากขึ้น เพื่อก่อให้เกิดความปรับปรุง

ประสิทธิผลขององค์กรทั้งนี้ เพราะเป็นการเปิดโอกาสใหม่ ๆ ให้สมาชิกขององค์กรในทุกระดับได้นำเอาสติปัญญา ความเชี่ยวชาญ ทักษะและความสามารถอื่น ๆ มาใช้ในการทำงานในองค์กร ย่อมทำให้สมาชิกหรือกำลังแรงงานได้รับความพึงพอใจสูงขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติและพฤติกรรมภายในกลุ่มและองค์กรขึ้น เช่น การขาดงานลดลง คุณภาพของผลิตภัณฑ์ดีขึ้น การกวัดจ้นเกี่ยวกับวินัยผ่อนคลายลง ความคับข้องใจลดลง เป็นต้น (Bluestone, 1977, p. 44)

องค์ประกอบของคุณภาพชีวิตการทำงาน โดย Walton (1975, p. 12-16) เป็นบุคคลหนึ่งที่ศึกษาคุณภาพชีวิตในแนวทางความเป็นบุคคล (humanistic) และสภาพแวดล้อมของตัวบุคคล หรือสังคมเรื่องสังคมขององค์กรที่ทำให้งานประสบผลสำเร็จ ผลผลิตของงานและการเติบโตของภาวะเศรษฐกิจที่ตอบสนองความต้องการและความปรารถนาของบุคคลในการทำงานก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน และกำหนดว่าบุคคลที่มีคุณภาพชีวิตการทำงานต้องมีข้อบ่งชี้ต่าง ๆ ใน 8 ด้านเป็นเกณฑ์ตัดสิน ดังนี้

1. การได้รับค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม ค่าตอบแทนเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงคุณภาพชีวิตการทำงานได้ เนื่องจากบุคคลทุกคนมีความต้องการทางเศรษฐกิจ และจะมุ่งทำงานเพื่อให้ได้รับการตอบสนองทางเศรษฐกิจ ซึ่งความต้องการนี้เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการมีชีวิตอยู่รอด บุคคลนอกจากจะสร้างความคาดหวังในค่าตอบแทนสำหรับตนแล้ว บุคคลยังมองในเชิงเปรียบเทียบกับผู้อื่นในประเภทของงานแบบเดียวกัน ดังนั้นเกณฑ์ในการตัดสินใจเกี่ยวกับค่าตอบแทนที่จะบ่งชี้ว่า

2. สภาพการทำงานที่มีความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ คือ ผู้ปฏิบัติงานควรจะอยู่ในสภาพแวดล้อมทางด้านร่างกาย และสิ่งแวดล้อมของการทำงานที่ป้องกันอุบัติเหตุและไม่เกิดผลเสียต่อสุขภาพ และควรจะได้กำหนดมาตรฐานที่แน่นอนเกี่ยวกับการคงไว้ซึ่งสภาพแวดล้อมที่จะส่งเสริมสุขภาพและความปลอดภัย ซึ่งเป็นการควบคุมสภาพทางกายภาพ

3. ความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน คือ งานที่ผู้ปฏิบัติได้รับมอบหมายจะมีผลต่อการคงไว้ และการขยายความสามารถของตนเอง ให้ได้รับความรู้และทักษะใหม่ ๆ มีแนวทางหรือโอกาสในการเลื่อนตำแหน่งหน้าที่ที่สูงขึ้น ในลักษณะของคุณภาพชีวิตการทำงาน ตัวบ่งชี้เรื่องความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน

4. โอกาสในการพัฒนาสมรรถภาพของตนเอง การพัฒนาสมรรถภาพของบุคคลในการทำงานนี้ เป็นการให้ความสำคัญที่เกี่ยวกับการศึกษาอบรม การพัฒนาการทำงานและอาชีพของบุคคล เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงคุณภาพชีวิตการทำงานประการหนึ่ง ซึ่งจะทำให้บุคคลสามารถทำหน้าที่ได้โดยใช้ศักยภาพที่มีอยู่อย่างเต็มที่ มีความเชื่อมั่นในตนเอง และเมื่อมีปัญหาที่จะใช้การแก้ไขตอบสนองในรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมาะสม พึงกระทำเป็นผลให้บุคคลประสบความสำเร็จในชีวิตการพัฒนาสมรรถภาพของบุคคลในด้านทักษะความรู้ที่ทำให้งานมีคุณภาพ

5. การทำงานร่วมกันและความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น การทำงานร่วมกันเป็นการที่ผู้ปฏิบัติงานเห็นว่าตนเองมีคุณค่า สามารถปฏิบัติงานให้ประสบความสำเร็จได้ มีการยอมรับและร่วมมือกันทำงานด้วยดี ซึ่งเป็นการเกี่ยวข้องกับสังคมขององค์กรธรรมชาติ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กรที่มีผลต่อบรรยากาศในการทำงาน

6. สิทธิส่วนบุคคล ซึ่งหมายถึง การบริหารจัดการที่ให้เจ้าหน้าที่ พนักงานได้มีสิทธิในการปฏิบัติงานตามขอบเขตที่ได้รับมอบหมาย และแสดงออกในสิทธิซึ่งกันและกัน หรือการกำหนดแนวทางในการทำงานร่วมกัน บุคคลต้องได้รับการเคารพในสิทธิส่วนตัว เป็นองค์ประกอบหนึ่งของการบ่งชี้คุณภาพชีวิตการทำงาน

7. จังหวะชีวิตหรือความสมดุลระหว่างชีวิตงานกับชีวิตด้านอื่น คือการที่บุคคลจัดเวลาในการทำงานของตนเองให้เหมาะสม และมีความสมดุลกับบทบาทชีวิตของตนเองครอบครัวและกิจกรรมอื่น ๆ

8. ความเป็นประโยชน์ต่อสังคมหรือความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับสังคม คือ กิจกรรมการทำงานที่ดำเนินไปในลักษณะที่รับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งจะก่อให้เกิดการเพิ่มคุณค่าความสำคัญของการงานและอาชีพของผู้ปฏิบัติ เช่น ความรู้สึกรักของกลุ่มผู้ปฏิบัติงานที่รับรู้ว่าการของตนได้มีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมเกี่ยวกับผลผลิต การกำจัดของเสีย เทคนิคทางการตลาด การมีส่วนร่วมในการรณรงค์ด้านการเมืองและอื่น ๆ

วิธีดำเนินการวิจัย

ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ตำรวจระดับชั้นประทวน สังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 2 จำนวน 500 คน (กองบัญชาการตำรวจนครบาล 2, 2562)

กลุ่มตัวอย่างใช้ในการศึกษาค้างนี้ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ตำรวจระดับชั้นประทวน สังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 2 จำนวน 222 ตัวอย่าง ได้มาโดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ ยามาเน่ (Yamane, 1970) ที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และทำการสุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มแบบอาศัยความน่าจะเป็น วิธีการสุ่มแบบเป็นระบบ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 1 คุณลักษณะของเจ้าหน้าที่ตำรวจระดับชั้นประทวน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อัตราเงินเดือน และ อายุราชการ เป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 คุณภาพชีวิตในการทำงาน ได้แก่ ด้านค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ ด้านสิ่งแวดล้อมที่ถูกสุขลักษณะและปลอดภัย ด้านการพัฒนาความรู้ความสามารถได้เป็นอย่างดี ด้านส่งเสริมความเจริญเติบโตและความมั่นคง ด้านส่งเสริมการบูรณาการทางสังคมของผู้ปฏิบัติงาน ด้านกฎหมายหรือกระบวนการยุติธรรม ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงานโดยรวม และ ด้านความสัมพันธ์กับสังคมโดยตรง ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในการทำงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจระดับชั้นประทวน สังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 2 ได้แก่ ด้านความพึงพอใจต่อเพื่อนร่วมงาน ด้านความพึงพอใจต่อผู้บังคับบัญชา ด้านความพึงพอใจต่อผู้ใต้บังคับบัญชา ด้านความพึงพอใจต่อผู้บริหาร ความพึงพอใจต่อองค์กร ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ความเชื่อถือได้ของมาตรวัด พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha) เท่ากับ 0.930

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการเก็บข้อมูลในภาคสนาม (Field Data Collection) โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 222 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

เจ้าหน้าที่ตำรวจระดับชั้นประทวนส่วนใหญ่เป็นชาย จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 85.14 ลำดับถัดมาเป็นหญิง จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 14.86 ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 31 -40 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 44.14 ลำดับถัดมามีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 23.87 อายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 17.12 และอายุไม่เกิน 30 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 14.86 ตามลำดับ ส่วนใหญ่จบการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 50.45 ลำดับถัดมาจบการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 33.78 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 15.77 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอัตราเงินเดือนระหว่าง 20,001 – 25,000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 32.43 ลำดับถัดมามีอัตราเงินเดือนระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 30.63 อัตราเงินเดือน 25,001 บาทขึ้นไป จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 18.91 และ ไม่เกิน 15,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 18.01 ตามลำดับ และมีอายุราชการมากกว่า 10 ปี จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 38.74 ตั้งแต่ 5 – 10 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 32.43 และไม่เกิน 5 ปี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 28.83 ตามลำดับ

ตารางที่ 1 คุณภาพชีวิตในการทำงาน โดยรวม

คุณภาพชีวิตในการทำงาน โดยรวม	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1. ด้านค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ	3.65	0.51	มาก
2. ด้านสิ่งแวดล้อมที่ถูกต้องสุขลักษณะและความปลอดภัย	3.95	0.60	มาก
3. ด้านการพัฒนาความรู้ความสามารถได้เป็นอย่างดี	3.93	0.55	มาก
4. ด้านส่งเสริมความเจริญเติบโตและความมั่นคง	3.92	0.53	มาก
5. ด้านส่งเสริมการบูรณาการทางสังคมของผู้ปฏิบัติงาน	3.94	0.56	มาก
6. ด้านกฎหมายและกระบวนการยุติธรรม	3.80	0.56	มาก
7. ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงานโดยรวม	3.55	0.57	มาก
8. ด้านความสัมพันธ์กับสังคมโดยตรง	3.85	0.60	มาก
รวม	3.82	0.41	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อมที่ถูกต้องสุขลักษณะและความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95) ด้านส่งเสริมการ บูรณาการทางสังคมของผู้ปฏิบัติงาน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94) ด้านการพัฒนาความรู้ความสามารถได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93) ด้านส่งเสริมความเจริญเติบโตและความมั่นคง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ด้านความสัมพันธ์กับสังคมโดยตรง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85) ด้านกฎหมายและกระบวนการยุติธรรม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80) ด้านค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65) และด้านความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงานโดยรวม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจในการทำงาน ในภาพรวม

ความพึงพอใจในการทำงานโดยรวม	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1. ด้านความพึงพอใจต่อเพื่อนร่วมงาน	3.73	0.57	มาก
2. ด้านความพึงพอใจต่อผู้บังคับบัญชา	3.99	0.55	มาก
3. ด้านความพึงพอใจต่อผู้ใต้บังคับบัญชา	3.61	0.54	มาก
4. ด้านความพึงพอใจต่อผู้บริหาร	4.01	0.51	มาก
5. ด้านความพึงพอใจต่อองค์กร	4.03	0.56	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.88	0.40	มาก

จากตารางที่ 2 ความพึงพอใจในการทำงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจระดับชั้นประทวน สังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 2 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88) เมื่อพิจารณาเป็นด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านความพึงพอใจต่อองค์กร (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03) ด้านความพึงพอใจต่อผู้บริหาร (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01) ด้านความพึงพอใจต่อผู้บังคับบัญชา (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99) ด้านความพึงพอใจต่อเพื่อนร่วมงาน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73) และด้านความพึงพอใจต่อผู้ใต้บังคับบัญชา (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61) ตามลำดับ

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการทำงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจระดับชั้นประทวนกับปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 3 ความพึงพอใจในการทำงาน จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจ	ชาย = 189		หญิง = 33		t	Sig
	$\bar{X}$	SD.	$\bar{X}$	SD.		
1. ด้านความพึงพอใจต่อเพื่อนร่วมงาน	3.78	0.58	3.43	0.43	3.315	0.001*
2. ด้านความพึงพอใจต่อผู้บังคับบัญชา	4.03	0.53	3.73	0.62	2.613	0.010*
3. ด้านความพึงพอใจต่อผู้ใต้บังคับบัญชา	3.66	0.53	3.35	0.51	3.095	0.002*
4. ด้านความพึงพอใจต่อผู้บริหาร	4.07	0.50	3.71	0.47	3.803	0.000*
5. ด้านความพึงพอใจต่อองค์กร	4.08	0.51	3.75	0.51	3.217	0.001*
ค่าเฉลี่ยรวม	3.92	0.38	3.60	0.39	4.499	0.000*

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า เจ้าหน้าที่ตำรวจระดับชั้นประทวนที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจในการทำงาน ที่แตกต่างกัน โดยเพศชายมีความพึงพอใจในการทำงานมากกว่าเพศหญิงทุกด้าน

ตารางที่ 4 ความพึงพอใจในการทำงาน จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจ	ค่าความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านความพึงพอใจต่อเพื่อนร่วมงาน	Between Group	2.192	3	0.731	2.291	0.079
	Within Group	69.545	218	0.319		
	Total	71.738	221			
ด้านความพึงพอใจต่อผู้บังคับบัญชา	Between Group	1.355	3	0.452	1.510	0.213
	Within Group	65.187	218	0.299		
	Total	66.542	221			
ด้านความพึงพอใจต่อผู้ได้บังคับบัญชา	Between Group	1.131	3	0.377	1.312	0.271
	Within Group	62.629	218	0.287		
	Total	63.759	221			
ด้านความพึงพอใจต่อผู้บริหาร	Between Group	0.430	3	0.143	0.544	0.652
	Within Group	57.454	218	0.264		
	Total	57.885	221			
ด้านความพึงพอใจต่อองค์กร	Between Group	1.163	3	0.388	1.263	0.288
	Within Group	66.923	218	0.307		
	Total	68.086	221			
ภาพรวม	Between Group	0.384	3	0.128	0.817	0.485
	Within Group	34.183	218	0.157		
	Total	34.568	221			

จากตารางที่ 4 เจ้าหน้าที่ตำรวจระดับชั้นประทวนที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจในการทำงาน ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5 ความพึงพอใจในการทำงาน จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจ	ค่าความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านความพึงพอใจต่อเพื่อนร่วมงาน	Between Group	0.200	2	0.100	0.306	0.737
	Within Group	71.538	219	0.327		
	Total	71.738	221			
ด้านความพึงพอใจต่อผู้บังคับบัญชา	Between Group	1.346	2	0.673	2.261	0.107
	Within Group	65.196	219	0.298		
	Total	66.542	221			
ด้านความพึงพอใจต่อผู้ได้บังคับบัญชา	Between Group	1.360	2	0.680	2.387	0.094
	Within Group	62.399	219	0.285		
	Total	63.759	221			
ด้านความพึงพอใจต่อผู้บริหาร	Between Group	0.122	2	0.061	0.232	0.793
	Within Group	57.763	219	0.264		
	Total	57.885	221			
ด้านความพึงพอใจต่อองค์กร	Between Group	1.212	2	0.606	1.985	0.140
	Within Group	66.874	219	0.305		
	Total	68.086	221			
ภาพรวม	Between Group	0.035	2	0.018	0.111	0.895
	Within Group	34.533	219	0.158		
	Total	34.568	221			

ตารางที่ 5 พบว่า เจ้าหน้าที่ตำรวจระดับชั้นประทวนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจในการทำงาน สังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 2 ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 6 ความพึงพอใจในการทำงาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความพึงพอใจ	ค่าความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านความพึงพอใจต่อเพื่อนร่วมงาน	Between Group	0.405	3	0.135	0.413	0.744
	Within Group	71.332	218	0.327		
	Total	71.738	221			
ด้านความพึงพอใจต่อผู้บังคับบัญชา	Between Group	1.086	3	0.362	1.205	0.309
	Within Group	65.456	218	0.300		
	Total	66.542	221			
ด้านความพึงพอใจต่อผู้ใต้บังคับบัญชา	Between Group	0.906	3	0.302	1.047	0.373
	Within Group	62.854	218	0.288		
	Total	63.789	221			
ด้านความพึงพอใจต่อผู้บริหาร	Between Group	1.221	3	0.407	1.566	0.198
	Within Group	56.663	218	0.260		
	Total	57.885	221			
ด้านความพึงพอใจต่อองค์กร	Between Group	2.182	3	0.727	2.406	0.068
	Within Group	65.905	218	0.302		
	Total	68.086	221			
ภาพรวม	Between Group	0.190	3	0.063	0.403	0.751
	Within Group	34.377	218	0.158		
	Total	34.568	221			

จากตารางที่ 6 เจ้าหน้าที่ตำรวจระดับชั้นประทวนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจในการทำงาน สังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 2 ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 7 ความพึงพอใจในการทำงาน จำแนกตามอายุราชการ

ความพึงพอใจ	ค่าความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านความพึงพอใจต่อเพื่อนร่วมงาน	Between Group	4.647	2	2.323	7.584	0.001*
	Within Group	67.091	219	0.306		
	Total	71.738	221			
ด้านความพึงพอใจต่อผู้บังคับบัญชา	Between Group	1.243	2	0.621	2.084	0.127
	Within Group	65.299	219	0.298		
	Total	66.542	221			
ด้านความพึงพอใจต่อผู้ใต้บังคับบัญชา	Between Group	2.968	2	1.484	5.346	0.005*
	Within Group	60.791	219	0.278		
	Total	63.759	221			
ด้านความพึงพอใจต่อผู้บริหาร	Between Group	3.674	2	1.837	7.421	0.001*
	Within Group	54.211	219	0.248		
	Total	57.855	221			
ด้านความพึงพอใจต่อองค์กร	Between Group	3.021	2	1.510	5.083	0.007*
	Within Group	65.066	219	0.297		
	Total	68.086	221			

ภาพรวม	Between Group	2.619	2	1.309	8.975	0.000*
	Within Group	31.949	219	0.146		
	Total	34.568	221			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 7 พบว่า ข้าราชการตำรวจระดับชั้นประทวนที่มีอายุราชการต่างกัน มีความพึงพอใจในการทำงาน สังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 2 แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความพึงพอใจต่อเพื่อนร่วมงาน ด้านความพึงพอใจต่อผู้ใต้บังคับบัญชา ด้านความพึงพอใจต่อผู้บริหาร และความพึงพอใจต่อองค์กรแตกต่างกัน ส่วนด้านความพึงพอใจต่อผู้บังคับบัญชาไม่แตกต่างกัน

การทดสอบคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของข้าราชการตำรวจระดับชั้นประทวน

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงาน

คุณภาพชีวิตในการทำงาน	Unstandardized (b)	SE	Standardized (β)	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	0.505	0.108		4.685	0.000
ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ	0.103	0.027	0.134	3.787*	0.000
สิ่งแวดล้อมที่สุขลักษณะและความปลอดภัย	0.187	0.030	0.283	6.214*	0.000
การพัฒนาความรู้ความสามารถได้เป็นอย่างดี	0.312	0.039	0.434	8.036*	0.000
การส่งเสริมความเจริญเติบโตและความมั่นคง	0.153	0.025	0.206	6.148*	0.000
การส่งเสริมการบูรณาการทางสังคมของผู้ปฏิบัติงาน	0.065	0.045	0.092	1.464	0.145
กฎหมายและกระบวนการยุติธรรม	0.024	0.031	0.034	0.781	0.435
ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานโดยรวม	0.026	0.025	0.038	1.036	0.301
ความสัมพันธ์กับสังคมโดยตรง	0.046	0.027	0.068	1.663	0.100
R = 0.927		Adjusted R ² = 0.854			
R ² = 0.859		SE = 0.151			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 8 พบว่าคุณภาพชีวิตในการทำงาน ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอสิ่งแวดล้อมที่สุขลักษณะและความปลอดภัย การพัฒนาความรู้ความสามารถได้เป็นอย่างดีการส่งเสริมความเจริญเติบโตและความมั่นคง ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจระดับชั้นประทวน สังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 2 และสามารถทำนายความพึงพอใจในการทำงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจระดับชั้นประทวน สังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 2 ได้ร้อยละ 85.40

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจระดับชั้นประทวนสังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 2 ผู้วิจัยได้นำประเด็นสำคัญในการอภิปรายผลได้ดังนี้

1. คุณภาพชีวิตในการทำงาน

คุณภาพชีวิตในการทำงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อมที่ถูกสุขลักษณะและความปลอดภัย ด้านส่งเสริมการบูรณาการทางสังคมของผู้ปฏิบัติงาน ด้านการพัฒนาความรู้ความสามารถได้เป็นอย่างดี ด้านส่งเสริมความเจริญเติบโตและความมั่นคง ด้านความสัมพันธ์กับสังคมโดยตรง ด้านกฎหมายและกระบวนการยุติธรรม ด้านค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ และด้านความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงานโดยรวม ที่เป็นเช่นนี้อาจจะเนื่องจาก กองบังคับการตำรวจนครบาล 2 ซึ่งเป็นองค์กรของตำรวจ จะเน้นให้ความสำคัญของความปลอดภัยเป็นหลัก จึงให้ความสำคัญกับด้านสิ่งแวดล้อมที่ถูกสุขลักษณะและความปลอดภัย อีกทั้งบทบาทหน้าที่ของตำรวจเป็นงานที่ต้องมีการบูรณาการอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นจึงให้ความสำคัญปัจจัยคุณภาพชีวิตที่มีความสำคัญในทุกด้าน ซึ่งผลการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของพรพิตร ธรรมชาติ (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการทำงาน และความตั้งใจในการลาออกของผู้แทนขายระดับบังคับบัญชาของกลุ่มบริษัทผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ ผลการวิจัยพบว่า ระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานอยู่ในระดับมากในด้านค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ ด้านสิ่งแวดล้อมที่ถูกสุขลักษณะและความปลอดภัย ด้านการพัฒนาความรู้ความสามารถได้เป็นอย่างดี ด้านส่งเสริมความเจริญเติบโตและความมั่นคง ด้านส่งเสริมการบูรณาการทางสังคมของผู้ปฏิบัติงาน ด้านกฎหมายหรือกระบวนการยุติธรรม ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงานโดยรวม และ ด้านความสัมพันธ์กับสังคมโดยตรง

2. ความพึงพอใจของการทำงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจระดับชั้นประทวนสังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 2

ความพึงพอใจของการทำงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจระดับชั้นประทวนสังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 2 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านความพึงพอใจต่อองค์กร ด้านความพึงพอใจต่อผู้บริหาร มี ด้านความพึงพอใจต่อผู้บังคับบัญชา ด้านความพึงพอใจต่อเพื่อนร่วมงาน และด้านความพึงพอใจต่อผู้ใต้บังคับบัญชา ที่เป็นเช่นนี้ อาจจะเกิดจากองค์กรสนับสนุนปัจจัยคุณภาพชีวิตแก่ข้าราชการตำรวจจึงส่งผลทำให้ข้าราชการตำรวจมีคุณภาพชีวิตในการทำงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งก่อให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจ ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของชนัญญ์ ม่วงเงิน (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานไปรษณีย์ สำนักงานไปรษณีย์เขต 6 ผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานไปรษณีย์ สำนักงานไปรษณีย์เขต 6 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และผลงานวิจัยของพรภัทร์ รุ่งมงคลทรัพย์ (2556) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เอปี้ จำกัด ผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก

3. การทดสอบสมมติฐาน

เจ้าหน้าที่ตำรวจระดับชั้นประทวนที่มีเพศ และอายุราชการต่างกันมีความพึงพอใจในการทำงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจระดับชั้นประทวน สังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 2 ที่แตกต่างกัน ส่วนอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่าง ที่เป็นเช่นนี้อาจจะเนื่องจากข้าราชการตำรวจที่เป็นเพศชายได้ปฏิบัติหน้าที่ในเชิงรุกมากกว่าข้าราชการตำรวจที่เป็นเพศหญิง ซึ่งส่วนใหญ่จะสังกัดในส่วนของอำนวยการ ดังนั้นบทบาทหน้าที่ของข้าราชการตำรวจที่เป็นเพศชาย จึงมีความหลากหลายมากกว่าข้าราชการตำรวจที่เป็นเพศ

หญิงจึงก่อให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานต่างกัน อีกทั้ง อายุราชการมีความแตกต่าง เนื่องจากข้าราชการตำรวจที่มีอายุราชการมาเป็นระยะเวลายาวนาน ย่อมเกิดความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติหน้าที่ราชการ จึงมีความพึงพอใจในการทำงานสูงกว่าข้าราชการตำรวจที่มีอายุราชการน้อยกว่า ซึ่งผลการศึกษามีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของเสารส คูหาปัญญา (2552) ได้ทำการวิจัยเรื่องคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีอิทธิพลในการทำงานและแนวโน้มพฤติกรรมในการทำงานของพนักงานบริษัทต่างประเทศแห่งหนึ่ง ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ และอายุงานที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการทำงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คุณภาพชีวิตในการทำงาน ด้านค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ ด้านสิ่งแวดล้อมที่ถูกสุขลักษณะและความปลอดภัย ด้านการพัฒนาความรู้ความสามารถได้เป็นอย่างดี ด้านการส่งเสริมความเจริญเติบโตและความมั่นคง ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจระดับชั้นประทวน สังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 2 และสามารถทำนายความพึงพอใจในการทำงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจระดับชั้นประทวน สังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 2 ได้ร้อยละ 85.40 ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากปัจจัยคุณภาพชีวิตเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในการทำงานของข้าราชการตำรวจ แต่ในกรณีในการศึกษาครั้งนี้อาจจะเนื่องจากองค์กรได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงาน มีนโยบายในการกำกับดูแลคุณภาพชีวิตในการทำงานของข้าราชการตำรวจ ซึ่งผลการศึกษามีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของธัญญานันท์ วนิชยาราวพงศ์ (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพชีวิตการทำงานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงานของแรงงานต่างด้าว บริษัท อินโนเวตส์ พรซิชั่น (ประเทศไทย จำกัด ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพชีวิตการทำงานด้านร่วมกันและความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม และด้านสภาพทำงานที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ ส่งผลต่อความพึงพอใจงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้บริหารควรมีการพิจารณาค่าตอบแทนจากการทำงานให้เพียงพอต่อการดำรงชีวิตแก่ข้าราชการตำรวจให้มากยิ่งขึ้น โดยมีการพิจารณาขึ้นเงินเดือนแก่ข้าราชการตำรวจเป็นประจำทุกปีอย่างต่อเนื่อง
2. ผู้บังคับบัญชาควรส่งเสริมแก่ข้าราชการตำรวจในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับงานได้อย่างอิสระ และการยอมรับฟังเสียงส่วนใหญ่ในการตัดสินใจเกี่ยวกับงานที่ปฏิบัติ
3. ผู้บังคับบัญชาควรมีการจัดตารางการทำงานแก่ข้าราชการตำรวจ ให้มีความเหมาะสม ให้มีเวลาพักผ่อนที่เพียงพอมากยิ่งขึ้น
4. องค์กรควรมีการจัดกิจกรรมสานความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชาเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มความสัมพันธ์อันดีในการทำงานร่วมกันเป็นทีม
5. ผู้บังคับบัญชาควรส่งเสริมให้ผู้ใต้บังคับบัญชา รู้จักการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับงานด้วยตนเอง เพื่อให้สามารถแก้ไขสถานการณ์ที่คาดไม่ถึงได้อย่างรวดเร็ว แต่ตรงปัญหามากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- กิตติมา ปรีดีดิกล. (2559). *ทฤษฎีการบริหารองค์การ*. กรุงเทพฯ: ชนะการพิมพ์.
- กองบังคับการตำรวจนครบาล 2 .(2562). *ภารกิจของกองบังคับการตำรวจนครบาล 2*. สืบค้นจาก <http://div2.metro.police.go.th>
- เจริญ วัชรรังสี. (2551). ความหมายและประวัติความเป็นมาของพฤกษศาสตร์พื้นบ้าน. ใน *การสัมมนาทางวิชาการและนิทรรศการเรื่อง “สมุนไพรไทย”*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- ชนัญญกานต์ ม่วงเงิน (2559) *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานไปรษณีย์ สำนักงานไปรษณีย์เขต 6*. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์).
- ทิพวรรณ ศิริคุณ. (2552). *คุณภาพชีวิตในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร: ศึกษากรณีบริษัทบริหารสินทรัพย์สถาบันการเงิน*. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).
- เทพพนม เมืองแมนและสรวง สุวรรณ. (2559). *พฤติกรรมองค์การ*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธัญญานันท์ วณิชยาราวพงศ์. (2560). *คุณภาพชีวิตการทำงานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงานของแรงงานต่างด้าว บริษัท อินโนแวลส์ พรินซ์ชั่น (ประเทศไทย จำกัด)*. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ พระนครศรีอยุธยา).
- ธงชัย สันติวงษ์. (2556). *การบริหารองค์การ*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- นรินทร์ อบแพทย์. (2563). *คุณภาพชีวิตในการทำงาน : กรณีศึกษา บุคลากรในองค์การบริหารส่วนจังหวัดระนอง*. (สารนิพนธ์มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- พรพิตร ธรรมชาติ. (2560). *คุณภาพในการทำงานที่อิทธิพลต่อความพึงพอใจในการทำงาน และความตั้งใจในการลาออกของผู้แทนขายระดับบังคับบัญชาของกลุ่มบริษัทผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์*. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- พรภัทร์ รุ่งมงคลทรัพย์. (2556). *ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เอบีบี จำกัด*. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม).
- เสาวลักษณ์ สระศรีสม. (2564). *ภาระงานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงานของบุคลากรกองคลัง องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดกาญจนบุรี*. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- Richard. (2001). *Antecedents and outcomes of Organizational Commitment*. Administr
- Walton. (1975). Criteria for Quality of Working Life. In Loues E.Davis and Albert B.Cherns (eds.). *The Quality of Working Life*. New York: Free Press.

แนวทางการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรในการบริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี

มนูญ โต๊ะอาจ

สถาบันศิลปะและปรัชญา มหาวิทยาลัยชินวัตร

e-mail: manoon231968@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received) 2 เมษายน 2567

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 18 ตุลาคม 2567

ตอบรับบทความ (Accepted) 3 พฤศจิกายน 2567

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรในการบริหารของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี 2) ศึกษาแนวทางการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรในการบริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 106 คน และครูจำนวน 247 คน รวม 353 คน จำแนกตามวุฒิการศึกษา ประสบการณ์ในการบริหารสถานศึกษา ขนาดของสถานศึกษา สุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ และสุ่มอย่างง่าย ด้วยวิธีการจับฉลาก เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.80 – 1.00 ความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ 0.937 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน หาแนวทางในการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรในการบริหารสถานศึกษา นำผลการวิจัย จากขั้นตอนที่ 1 มาเป็นแนวทางในการสร้างข้อคำถามในการสนทนากลุ่ม โดยผู้ทรงคุณวุฒิ แล้ววิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า

ความต้องการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรในการบริหารของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ การเสริมพลังอำนาจ (4.47) เป้าประสงค์ของสถานศึกษา (4.33) และความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสถานศึกษา (3.59) ตามลำดับ

จากการสนทนากลุ่มของผู้เชี่ยวชาญ 9 คน พบว่า ผู้บริหารสถานศึกษา ควรมีการประชุมครูและบุคลากรในสถานศึกษาเพื่อชี้แจงแนวทางการดำเนินงาน อย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ และสร้างความเข้าใจให้ทุกคนมีแนวทางในการปฏิบัติงานที่เป็นไปในทิศทางเปิดใจยอมรับฟังความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะที่แตกต่างไปจากความคิดของตน และควรมอบหมายงานให้กับผู้ที่มีความเหมาะสมในการทำงาน โดยคำนึงถึงความสามารถและความถนัดเป็นหลัก

คำสำคัญ: แนวทางการพัฒนา วัฒนธรรมองค์กร การบริหารสถานศึกษา

GUIDELINES FOR DEVELOPING ORGANIZATIONAL CULTURE IN MANAGEMENT EDUCATIONAL INSTITUTIONS UNDER THE SARABURI PRIMARY EDUCATIONAL SERVICE AREA OFFICE

Manoon Tho-ard

Academy of Arts and Philosophy, Shinawatra University, Thailand.

Abstract

This article aims to 1) study the need for developing organizational culture in the administration of educational institutions under the jurisdiction of the Saraburi Primary Educational Service Area Office, and 2) study guidelines for developing organizational culture in educational institution administration under the jurisdiction of the Saraburi Primary Educational Service Area Office. The samples in this research consisted of 353 participants from 106 educational institution administrators and 247 teachers classified by educational qualifications, and experience in managing educational institutions of the size of educational institutions. Stratified sampling and simple sampling were created using the drawing method. The research tool was a questionnaire with a consistency index between 0.60 - 1.00. The confidence coefficient alpha was 0.907. Data were analysed using frequency distribution, percentage, mean and standard deviation.

The research results found that the need to develop an organizational culture in the administration of educational institutions under the district office of Saraburi Primary Education Area is in a high level. Considering each aspect was found that the top three averages were: Empowerment (4.47), Objectives of the educational institution (4.33) and feeling part of the educational institution (3.59), respectively. From a group discussion of 9 experts, it was found that school administrators should have a meeting of teachers and personnel in educational institutions to clarify operational guidelines, regularly to build trustworthiness, confidence, and understanding for everyone to have a way of working that is open-minded and accepting to listen to opinions. Suggestions that differ from their ideas should be assigned to people who are suitable to do the work, mainly taking into account abilities and aptitudes.

Keywords: Development Guidelines, Organizational Culture, Educational Institution Administration

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ การศึกษา สังคมและการเมือง ทำให้ทุกองค์กรหันมาวิเคราะห์บริบทของตนเองเพื่อปรับมุมมองในการเปลี่ยนกลยุทธ์และความคิดในการบริหารองค์กรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงตามที่แผนยุทธศาสตร์ชาติ (2561-2580) ด้านที่ 6 ซึ่งระบุว่า การปรับสมดุลและพัฒนา ระบบ

การบริหารจัดการภาครัฐมีเป้าหมาย เพื่อ การพัฒนาที่สำคัญในการปรับเปลี่ยนภาครัฐที่ยึดหลัก “ให้เป็น ภาครัฐของประชาชนเพื่อประชาชนและประโยชน์ส่วนรวม” โดยภาครัฐต้องมีขนาดที่เหมาะสมกับ บทบาท ภารกิจ แยกแยะบทบาทหน่วยงานของรัฐที่ทำหน้าที่ในการกำ กับหรือในการให้บริการในระบบเศรษฐกิจที่มี การแข่งขันมีสมรรถนะสูง ยึดหลักธรรมาภิบาล มีการปรับวัฒนธรรมการทำงานให้มุ่งผลสัมฤทธิ์และ ผลประโยชน์ส่วนรวม มีความทันสมัย และพร้อมที่จะปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกอยู่ตลอดเวลา (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและ สังคมแห่งชาติ 2561, น.9) ตามแผนปฏิบัติราชการประจำปี งบประมาณพ.ศ.2562 สำนักงานข้าราชการพลเรือนได้กำหนดยุทธศาสตร์ของการเสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรม และการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรภาครัฐ การพัฒนาขีดสมรรถนะและวัฒนธรรมในการทำงานที่มี ความหลากหลายอย่างเป็นระบบ เพื่อรองรับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งเสริมให้มีการเพิ่มผลผลิตอย่าง ต่อเนื่อง ตลอดจนกำหนดให้ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของรัฐทุกระดับมีหน้าที่พัฒนาตนเองตามขีดสมรรถนะที่ กำหนดไว้ สร้างจิตสำนึก ค่านิยม คุณธรรม จริยธรรมและวัฒนธรรมในหน่วยงานให้ปฏิบัติงานด้วยความ ประพฤติชอบ ซื่อสัตย์ สุจริตเป็นกลาง ไม่เลือกปฏิบัติ ยึดถือคุณธรรม และจริยธรรมเป็นหลักในการทำงาน (สำนักงานข้าราชการพลเรือน, 2562, น.18)

วัฒนธรรมองค์กรเสมือน“บุคลิกภาพ” หรือจิตวิญญาณขององค์กร ซึ่งจะมีลักษณะเป็นการรับรู้ ร่วมกันขององค์กรจากการได้ยินได้เห็น ได้รู้สิ่งต่าง ๆ ร่วมกัน หมายถึงคนในองค์กรแม้จะตำแหน่งหรือ สถานภาพต่างกันก็จะเข้าใจและอธิบายถึงวัฒนธรรมได้เหมือนกันซึ่งเป็นการอธิบายถึงลักษณะหรือมิติที่องค์กร ยึดถือต่อเนื่องมาเป็นเวลานาน (วิรัช สงวนวงศ์วาน, 2559, น.40) วัฒนธรรมองค์กร (Organization Culture) มีความหมายที่กว้างและลึกซึ้งกว่าวัฒนธรรมของคนในองค์กร วัฒนธรรมของกลุ่มหรือองค์กร คือแบบแผนของ สมมติฐานร่วมกันของกลุ่มหรือองค์กรเรียนรู้ขณะที่แก้ปัญหาด้วยการปรับตัวจากภายนอกและสร้างความเป็น อันหนึ่งอันเดียวกันให้เกิดขึ้นภายในซึ่งได้ผลดีและมีความถูกต้อง สมมติฐานร่วมกันจะถูกสอนไปยังสมาชิกใหม่ ในฐานะที่เป็นวิธีการที่ถูกต้องเพื่อให้เกิดความเข้าใจ ความคิด และความรู้สึกร่วมกันต่อปัญหานั้น เช่น (Schein, 2004, p.19) ลักษณะของวัฒนธรรมองค์กรตามที่ สมคิด บางโม (2562, น. 52) ได้กล่าวว่า วัฒนธรรมองค์กรเป็นความคิด ความเชื่อและแบบแผนการปฏิบัติงาน ตลอดจนพฤติกรรมของบุคลากรใน องค์กรหนึ่งๆซึ่งบุคคลส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดยึดถือปฏิบัติสมาชิกที่ต้องการความสุขและความเจริญก้าวหน้า จะต้องปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมองค์กรนั้น ๆ การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรทำได้ยากกว่าการ เปลี่ยนแปลงด้านอื่น และนิติพล ภูตะโชติ (2562, น.137) ได้กล่าวถึงลักษณะของวัฒนธรรมองค์กรว่ามี ลักษณะที่สำคัญคือ เป็นสิ่งที่สามารถเรียนรู้ได้ โดยผ่านการสังเกต การจดจำ และมีการเรียนรู้จาก ประสบการณ์ต่าง ๆ อีกทั้งมีลักษณะร่วมกันเป็นสิ่งที่คนในกลุ่มหรือในสังคมยอมรับร่วมกัน มีการปฏิบัติร่วมกัน สามารถถ่ายทอดได้และส่งผ่านจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนรุ่นหนึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของคน สามารถกำหนดและ สร้างรูปแบบพฤติกรรม กำหนดแนวคิด กำหนดมุมมอง สร้างการรับรู้ให้แก่คนในองค์กร ทำให้เกิดสำนึก ความ ผูกพัน ความจงรักภักดีต่อองค์กรที่ตนทำงานอยู่ และท้ายที่สุดต้องมีการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงได้ บุคคลที่ อยู่ในองค์กรมีการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงย่อมส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรซึ่งวัฒนธรรมองค์กร เป็นระบบค่านิยม ความเชื่อ อุดมการณ์ที่องค์กรสร้างขึ้นมาเพื่อการควบคุมประสิทธิภาพในการทำงานของ บุคลากรในองค์กร วัฒนธรรมองค์กรเป็นปัจจัยเชิงยุทธศาสตร์ที่มีพลังในการผลักดันและเชื่อมโยงองค์กรกับ ทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรไปสู่ความสำเร็จ วัฒนธรรมองค์กรจึงเป็นกลไกที่มีอำนาจสูงในการแก้ปัญหการบริหาร จัดการขององค์กรทุกประเภทเป็นเครื่องมือที่จะนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จ มีกำไร เป็นองค์กรคุณภาพมี ความเป็นเลิศในการบริหาร ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงไปสู่ความทันสมัย เป็นองค์กรเชิงนวัตกรรมที่สามารถ แข่งขันได้ในทุก ๆ สถานะแวดล้อม (บวร ประพฤติดี, 2558, น.12) การที่บุคลากรในองค์กรมีวัฒนธรรมองค์กร

ที่ชัดเจนและสามารถทำให้บุคลากรในองค์กรมีจิตสำนึกตรงกัน มีเป้าหมายร่วมกันและมีแนวทางการปฏิบัติงานที่มีทิศทางเดียวกัน ย่อมทำให้ปัญหาหรือกระบวนการตัดสินใจดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน ปัญหาความขัดแย้งย่อมมีน้อยหรือปัญหาบางอย่างสามารถได้รับการแก้ไขและจบลงด้วยดีในเวลาอันรวดเร็วและทันกับเหตุการณ์ และการสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืนนั้น องค์กรจำเป็นต้องกำหนดเป้าหมายการปฏิบัติงานร่วมกันเพื่อเป็นวิถีปฏิบัติที่บุคลากรเห็นคุณค่าร่วมกันตระหนักและเข้าใจตรงกัน นั่นคือค่านิยมขององค์กร นอกจากนั้นวัฒนธรรมองค์กรเป็นองค์ประกอบสำคัญในการที่จะปรับปรุงความสามารถในการทำงานและผลสัมฤทธิ์ของงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เนื่องจากวัฒนธรรมองค์กรเป็นสิ่งที่มียุทธพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคลากรในองค์กรที่สร้างเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากองค์กรอื่น ๆ ได้ วัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่งและเหมาะสมกับสถานการณ์จึงกลายเป็นที่มาของการได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืนได้ เนื่องจากการยากที่คู่แข่งจะลอกเลียนแบบ วัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่งนั้นต้องใช้เวลาและความพยายามสูงโดยเฉพาะโลกปัจจุบันผู้บริหารองค์กรเชื่อว่าความสำเร็จในศตวรรษที่ 21 ขึ้นอยู่กับความรู้ (Knowledge) ที่รวมถึงความสามารถในการหาซึ่งความรู้ใหม่ ๆ และจากการใช้ความรู้ต่าง ๆ ที่มีอยู่มากกว่าทรัพย์สินอื่น ๆ ดังนั้นการกำหนดปลูกฝังและรักษาวัฒนธรรมองค์กรที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไปเพื่อสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขัน จึงทำให้องค์กรประสบความสำเร็จในการดำเนินงานในโลกปัจจุบันได้จึงเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้นำองค์กร ภากร แสงเนียม (2564) บทคัดย่อ สถานศึกษาทุกแห่งมีวัฒนธรรมองค์กรเป็นของตนเอง แต่สถานศึกษาที่ประสบความสำเร็จมักจะมีวัฒนธรรมองค์กรในสถานศึกษาที่เข้มแข็งและมีหน้าที่ของวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของการจัดการของบุคคลและสถานศึกษา วัฒนธรรมองค์กรในสถานศึกษาทำหน้าที่เสมือนการตั้งเข็มทิศที่นำพาสมาชิกไปในทิศทางที่ควรไป เป็นบรรทัดฐานที่แสดงให้สมาชิกเห็นว่าจะประสบความสำเร็จในเรื่องต่างๆได้อย่างไร เป็นสิ่งที่มีความหมายและความสำคัญสำหรับครู นักเรียนผู้บริหารสถานศึกษา และบุคลากรอื่น ๆ ในสถานศึกษา วัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็งและหน้าที่ของวัฒนธรรมที่มีอยู่ในจิตใจทำให้สมาชิกแสดงเจตนาออกมาโดยที่มีภาวะผู้นำและสมาชิกภาพของสถานศึกษา เป็นสิ่งที่สร้างและธำรงรักษาวัฒนธรรมองค์กรในสถานศึกษานั้น ดังนั้นวัฒนธรรมองค์กรในสถานศึกษาซึ่งได้แก่ ทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม อารมณ์ และความรู้สึก ตลอดจนการปฏิบัติต่อกันของบุคลากรภายในสถานศึกษาจะเป็นตัวบ่งชี้ให้เห็นถึงลักษณะเฉพาะของสถานศึกษานั้นอันเป็นขบวนการที่นำไปสู่ความเป็นสถาบันในลักษณะของการก่อตั้งและเสริมสร้างการปฏิบัติงานของบุคลากรในสถานศึกษา ภรณ์ยุ บุญริ้ว, รัฐิมา ไชยะกุล (2564, น.200-212) ดังนั้นสถานศึกษาเป็นองค์กรหนึ่งในสังคม ซึ่งมีวัฒนธรรมเป็นของตัวเอง วัฒนธรรมองค์กรของสถานศึกษามีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของบุคลากรทุกระดับซึ่งสะท้อนออกมาได้หลายทาง แพทเทอร์สัน (Patterson, 1986, pp.50-51) ได้กำหนดไว้ดังนี้ 1) เป้าประสงค์ของสถานศึกษา (Principle of Organization Purpose) 2) การเสริมพลังอำนาจ (Principle of Empowerment) 3) การตัดสินใจ (Principle of Decision Making) 4) ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสถานศึกษา (Principle of Belonging) 5) ความไว้วางใจและเชื่อมั่น (Principle of Trust and Confidence) 6) ความเป็นเลิศ (Principle of Excellence) 7) การยอมรับนับถือและการให้รางวัล (Principle of Recognition and Reward) 8) ความเอื้ออาทร (Principle of Caring) 9) ความซื่อสัตย์สุจริต (Principle of Integrity) และ 10) ความหลากหลาย (Principle of Diversity) สถานศึกษาถือว่าเป็นองค์กรทางการศึกษาของสังคมที่มีบทบาทในการพัฒนาผู้เรียนให้เป็นพลเมืองที่มีความรู้ความสามารถในการพัฒนาประเทศ เป็นองค์กรที่มีบุคลากรแวดล้อมไปด้วย ผู้บริหาร คณะครู นักเรียน ผู้ปกครองและชุมชน อีกทั้งสภาพแวดล้อมในชุมชนนั้น ๆ ซึ่งส่งผลต่อวัฒนธรรมองค์กรของสถานศึกษาโดยตรง ซึ่งวัฒนธรรมองค์กรในสถานศึกษานั้นเป็นตัวกำหนด

บทบาทหน้าที่ที่สำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงไปสู่ทิศทางและเป้าหมายที่พึงประสงค์ของสถานศึกษาซึ่งวัฒนธรรมองค์กรนั้นส่งผลต่อการปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความรู้ความสามารถและมีแรงจูงใจในการทำงาน เกิดบรรยากาศในการทำงานที่ดีของบุคลากรในสถานศึกษา โดยผู้บริหารมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมวัฒนธรรมในการปฏิบัติงานในสถานศึกษา ดังที่ วิรุฬหจิต กลิ่นละออ (2560, น.96) ได้ศึกษาวัฒนธรรมองค์กรกับขวัญในการปฏิบัติงานของพนักงานครูสถานศึกษาเทศบาลในกลุ่มการศึกษาท้องถิ่นที่ 1 พบว่าความสัมพันธ์ของความสัมพันธระหว่างวัฒนธรรมองค์กรกับขวัญในการปฏิบัติงานของพนักงานครูสถานศึกษาเทศบาลในกลุ่มการศึกษาท้องถิ่นที่ 1 มีความสัมพันธ์กันเนื่องมาจากถ้าผู้บริหารมีความรู้ความเข้าใจ ตลอดจนมีความสามารถในการบริหารงานมีวัฒนธรรมที่ดีในการบริหารงานและการปฏิบัติงานร่วมกัน รวมถึงมีการสร้างขวัญในการทำงานเป็นอย่างดีในการบริหารงานภายในสถานศึกษาเทศบาลในกลุ่มการศึกษาท้องถิ่นที่ 1 และอารยา ศรีสุข (2564). ได้ศึกษาเรื่องวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อการบริหารเชิงกลยุทธ์ของโรงเรียนขนาดเล็กสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 1 และเขต 2 พบว่า วัฒนธรรมองค์กรของโรงเรียนขนาดเล็ก ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ วัฒนธรรมองค์กรแบบเครือข่าย รองลงมา คือ วัฒนธรรมองค์กรแบบราชการ และที่มีค่าเฉลี่ยต่ำ สุด คือ วัฒนธรรมองค์กรแบบ ปรับตัว โรงเรียนขนาดเล็กมีการบริหารเชิงกลยุทธ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือการกำหนดทิศทางของสถานศึกษา รองลงมา คือ การกำหนดกลยุทธ์ของสถานศึกษา และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การศึกษาสถานภาพสถานศึกษา และ วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ และวัฒนธรรมองค์กรแบบมุ่งผลสำเร็จ ส่งผลต่อการบริหารเชิงกลยุทธ์ของโรงเรียนขนาดเล็ก ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่าการวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรในการบริหารสถานศึกษา ซึ่งผู้บริหารเป็นบุคคลสำคัญ แต่เนื่องจาก สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาในจังหวัดสระบุรี มีโรงเรียนขนาดเล็ก จำนวนมาก ในการสร้างวัฒนธรรมสถานศึกษาจะเป็นแบบอย่างที่ดีทั้งในเรื่องพฤติกรรม ความเชื่อ ค่านิยม ซึ่งวัฒนธรรมองค์กรและจะเป็นประโยชน์ต่อ สถานศึกษา เพราะการบริหารจัดการของผู้บริหารสถานศึกษาสามารถสร้างบรรยากาศในที่ทำงานให้เกิดความสุข ความเสมอภาคบุคลากรมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการทำงาน มีน้ำใจช่วยเหลือเพื่อนร่วมงาน มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการพัฒนาคุณภาพสถานศึกษาร่วมกัน และสร้างความผูกพันของบุคคลต่อองค์กรและส่งผลให้บุคลากรในสถานศึกษามีการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมทางด้านการศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษาและเพิ่มศักยภาพในการบริหารจัดการเพื่อให้สถานศึกษามีความก้าวหน้าและเป็นที่ยอมรับของชุมชนและผู้ปกครอง ส่งผลทำให้มีจำนวนนักเรียนเพิ่มขึ้นและมีคุณภาพสามารถจัดการศึกษาได้อย่างยั่งยืนซึ่งผู้บริหารที่มีความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมองค์กรในหน่วยงานของตนอย่างดีแล้วจะสามารถนำพาองค์กรประสบความสำเร็จเกิดผลงานที่เป็นรูปธรรม มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสามารถเป็นแบบอย่างแก่สถานศึกษาอื่นได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาความต้องการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรในการบริหารของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี
2. ศึกษาแนวทางการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรในการบริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Research Method) โดยส่วนแรกเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาความต้องการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรในการบริหารของสถานศึกษา สังกัด

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี และส่วนที่สอง เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรในการบริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี เป็นการยืนยันผลการวิจัยเชิงสำรวจให้ทราบถึงประเด็นในรายละเอียดที่สำคัญ และมีความครอบคลุมในเนื้อหาสาระสำคัญที่ทำการศึกษาอย่างครบถ้วน พร้อมกันนั้นในการวิจัยเชิงคุณภาพจะทำให้ได้ทราบถึงข้อมูลเชิงลึก (In-depth) ที่มีรายละเอียดชัดเจนสามารถนำมาวิเคราะห์ในเชิงตรรกะได้ (Analytic Induction) มีขั้นตอนการดำเนินกร ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา และครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาในจังหวัดสระบุรี ปีการศึกษา 2567 จำนวน 1501 คนประกอบด้วยผู้บริหารสถานศึกษา 132 คน และครู 1,369 คน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี เขต 1, 2567) และ ผู้บริหารและครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี เขต 2 ปีการศึกษา 2567 จำนวน 1,454 คนประกอบด้วยผู้บริหารสถานศึกษา 135 คน และครู 1,319 คน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี เขต 2, 2567) รวมทั้งสิ้น 2955 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและครูที่ปฏิบัติหน้าที่ใน สถานศึกษา ปีการศึกษา 2567 สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี สุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ สูตรของ ยามาเน่ (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมให้มีความคลาดเคลื่อน .05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 353 คน แบ่งเป็นผู้บริหารสถานศึกษาจำนวน 106 คน ครู จำนวน 247 คน โดยใช้สัดส่วน ผู้บริหารร้อยละ 30 ครูร้อยละ 70

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ประเภทคำถามปลายปิด ซึ่งแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถาม สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้บริหารสถานศึกษา ซึ่งเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับ ความต้องการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรในการบริหารของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี แบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง ความต้องการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรในการบริหารอยู่ในระดับ มากที่สุด
- 4 หมายถึง ความต้องการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรในการบริหารอยู่ในระดับมาก
- 3 หมายถึง ความต้องการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรในการบริหารอยู่ในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง ความต้องการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรในการบริหารอยู่ในระดับน้อย
- 1 หมายถึง ความต้องการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรในการบริหารอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3. การสร้างเครื่องมือและการหาคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างเครื่องมือสำหรับการวิจัย ดังนี้ ศึกษาเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยจากหนังสือ เอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้เป็นประเด็นในการสร้างคำถาม และกำหนดกรอบ

แนวคิดในการวิจัย โดยกำหนดโครงสร้างของเครื่องมือในการวิจัย แบบสอบถามมี 2 แบบ คือ แบบตรวจสอบรายการและแบบมาตราส่วนประมาณค่า ผู้วิจัย นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขเบื้องต้นแล้ว เสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน พิจารณาทั้งในด้านเนื้อหาสาระคำถาม ภาษาของข้อรายการในแบบสอบถาม และตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหา (Item of Objective Congruence Index: IOC) ซึ่งข้อคำถามมีค่าดัชนีความสอดคล้องทั้งฉบับอยู่ระหว่าง 0.80 – 1.00 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไข นำไปทดลองใช้ (Try – out) กับผู้บริหารสถานศึกษา และครู สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้ การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาวิธีการ ของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งความเชื่อมั่นของเครื่องมือเท่ากับ 0.937 นำแบบแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ ไปใช้ในการวิจัย โดยการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยติดต่อประสานงานกับเจ้าหน้าที่ ผู้ประสานงานระหว่าง สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี กับสถานศึกษาเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามทางระบบ Google Form ภายใน 15 วัน แบบสอบถามที่ได้รับคืนนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลใน ตอนที่ 1 ตอนที่ 2 เกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงความถี่ และการหาค่าร้อยละ และ ตอนที่ 3 การวิเคราะห์แบบสอบถามความต้องการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรในการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ขั้นตอนที่ 2 เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรในการบริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี โดยนำผลการวิจัย จากขั้นตอนที่ 1 มาเป็นแนวทางในการสร้างข้อคำถามในการสนทนากลุ่ม โดยผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง มีเกณฑ์ในการคัดเลือก ดังนี้ 1) ต้องเป็นผู้ที่ได้รับรางวัลในการบริหารงานสถานศึกษาดีเด่น ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาในจังหวัด หรือของสำนักงานคณะกรรมการเขตพื้นที่การศึกษาขั้นพื้นฐาน จำนวน 6 คน 2) ศึกษาในเทศก์ที่เป็นผู้ประเมินการบริหารงานสถานศึกษาดีเด่น ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาระดับจังหวัด หรือของสำนักงานคณะกรรมการเขตพื้นที่การศึกษาขั้นพื้นฐาน จำนวน 3 คน รวม 9 คน

เครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ

1. ประเด็นคำถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากผลการวิจัยเชิงปริมาณจากขั้นตอนที่ 1

2. ประเด็นคำถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากแบบประเมินผู้บริหารแบบอย่างดีเด่นของสำนักงาน

คณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน

การสร้างและการหาคุณภาพของเครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพ

1. ศึกษา เอกสาร คู่มือการประเมินผู้บริหารแบบอย่างดีเด่นของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ตำรา ประกอบกับนำผลงานวิจัยเชิงปริมาณ ที่ได้จากการวิจัยในขั้นตอนที่ 1 และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาจัดทำเอกสารประกอบการจัดสัมมนา และ สร้างแบบคำถามเพื่อใช้ในการจัดสนทนากลุ่ม

2. นำประเด็นคำถาม ส่งให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้อง และครอบคลุม

3. ปรับปรุงตามที่ผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะ

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ

การสนทนากลุ่มผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการด้วยตัวเอง โดยมีผู้ช่วยผู้วิจัยเป็นผู้จดบันทึก และบันทึกเสียง ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ความต้องการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรในการบริหารของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี

วัฒนธรรมองค์กรในการบริหาร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความต้องการ
1 เป้าประสงค์ของสถานศึกษา	4.33	0.22	มาก
2 การเสริมพลังอำนาจ	4.47	0.24	มาก
3 การตัดสินใจ	3.49	0.22	ปานกลาง
4 ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสถานศึกษา	3.59	0.23	มาก
5 ความไว้วางใจและเชื่อมั่น	3.45	0.24	มาก
6 ความเป็นเลิศ	3.50	0.23	มาก
7 การยอมรับนับถือและการให้รางวัล	3.48	0.23	มาก
8 ความเอื้ออาทร	3.32	0.23	ปานกลาง
9 ความซื่อสัตย์	3.48	0.22	ปานกลาง
10 ความหลากหลาย	3.54	0.25	มาก
รวมเฉลี่ย	3.5	0.1	มาก
	6	8	

จากตารางที่ 1 พบว่า ความต้องการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรในการบริหารของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี ในภาพรวมมีความต้องการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.56$, $s.d.=0.18$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ การเสริมพลังอำนาจ ($\bar{x}=4.47$, $s.d.=0.24$) เป้าประสงค์ของสถานศึกษา ($\bar{x}=4.33$, $s.d.=0.22$) ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสถานศึกษา ($\bar{x}=3.59$, $s.d.=0.23$) ส่วนรายการที่มีความต้องการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ได้แก่ ความเอื้ออาทร ($\bar{x}=3.32$, $s.d.=0.23$)

สรุปผล

1. ผลการวิเคราะห์ความต้องการแนวทางการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรในการบริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี

1.1 ด้านเป้าประสงค์ของสถานศึกษาในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.33$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ผู้บริหารสถานศึกษาเปิดโอกาสให้ครูมีส่วนร่วมตัดสินใจในการกำหนดเป้าประสงค์ของสถานศึกษา ($\bar{x}=4.38$) 2) ผู้บริหารสถานศึกษามีการกำหนดเป้าประสงค์การดำเนินงานในรูปแบบของเวลาไว้อย่างชัดเจน ($\bar{x}=4.37$) และ 3) ผู้บริหารสถานศึกษามีการ

กำหนดเป้าประสงค์การดำเนินงานเชิงคุณภาพไว้ชัดเจน ($\bar{x}=4.34$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและครู มีการคำนึงถึงการตัดสินใจที่มีผลต่อเป้าประสงค์ขององค์กร ($\bar{x}=4.33$)

1.2 ด้านการเสริมพลังอำนาจในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 4.47$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ผู้บริหารสถานศึกษามอบภาระรับผิดชอบการปฏิบัติงานและการตัดสินใจอย่างอิสระให้กับครู ($\bar{x}=4.45$) 2) ผู้บริหารสถานศึกษาสร้างความตระหนักถึงคุณค่าของตนเองแก่ครูทำให้ครูมีความมั่นใจในศักยภาพและความสามารถที่เพิ่มขึ้น ($\bar{x}=4.44$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ได้แก่ และ 3) ผู้บริหารสถานศึกษาจัดสรรทรัพยากรต่าง ๆ ในการปฏิบัติงานให้กับครูอย่างเท่าเทียมกัน ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาสร้างแรงจูงใจให้ครูในการทำงานที่เกิดประโยชน์ให้กับองค์กรอย่างต่อเนื่อง และ ผู้บริหารสถานศึกษาส่งเสริมให้ครูได้รับการพัฒนาความสามารถในการทำงานของครูให้เพิ่มมากขึ้นอย่างริเริ่มสร้างสรรค์ ($\bar{x}=4.43$)

1.3 ด้านการตัดสินใจ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.49$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ผู้บริหารสถานศึกษาและครูมีการตัดสินใจที่คุ้มค่า คำนึงถึงผลกระทบกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ($\bar{x}=4.47$) 2) ผู้บริหารสถานศึกษามีการรวบรวมข้อมูลสารสนเทศ ความรู้และประสบการณ์วิเคราะห์เพื่อประกอบการตัดสินใจ ($\bar{x}=4.46$) และ 3) ผู้บริหารสถานศึกษาสนับสนุนให้บุคลากรทุกคนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{x}=4.44$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาเปิดโอกาสให้บุคลากรทุกคนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ($\bar{x}= 4.42$)

1.4 ด้านความรู้สึเป็นส่วนหนึ่งของสถานศึกษา ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 3.59$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ผู้บริหารสถานศึกษาส่งเสริมให้บุคลากรมีความรัก ความผูกพัน เต็มใจรับผิดชอบงาน ($\bar{x}=4.43$) 2) ผู้บริหารสถานศึกษา มีการปลูกจิตสำนึกและกระตุ้นให้บุคลากรเห็นความสำคัญของการเป็นเจ้าของสถานศึกษาอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{x}=4.42$) และ 3) ผู้บริหารสถานศึกษาจูงใจให้ครูมีความมุ่งมั่นในการพัฒนาตนเองเพื่อเอื้อให้ครูมีการสร้างค่านิยมร่วมกัน ($\bar{x}=4.41$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาส่งเสริมให้ครูร่วมกันกำหนดและสนับสนุนเป้าหมายขององค์กร ($\bar{x}=4.39$)

1.5 ด้านความไว้วางใจและเชื่อมั่น ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.45$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ผู้บริหารสถานศึกษาส่งเสริมการไว้วางใจเชื่อใจยอมรับในกันและกันของบุคลากร ($\bar{x}=3.48$) 2) ผู้บริหารสถานศึกษาให้ความเชื่อถือมั่นในการปฏิบัติงานของครู ($\bar{x}=3.48$) และ 3) ผู้บริหารสถานศึกษาให้ความเชื่อถือได้โดยไม่ต้องคำนึงถึงการควบคุมตรวจสอบ โดยมีความเชื่อว่าบุคคลนั้นเป็นบุคคลที่มีความสามารถ ($\bar{x}=3.46$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาให้โอกาสแก่ครูในการทำงานอย่างอิสระเกิดประโยชน์สูงสุดต่อนักเรียนและสถานศึกษา ($\bar{x}=3.42$)

1.6 ด้านความเป็นเลิศ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.50$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ผู้บริหารสถานศึกษาส่งเสริมมาตรฐานสูงสุดของงาน และคุณภาพในการปฏิบัติงานของครูและนักเรียน ($\bar{x}=3.45$) 2) ผู้บริหารและครูร่วมกันสนับสนุนให้สถานศึกษาเป็นแบบอย่างและมีการแลกเปลี่ยนวิธีการปฏิบัติที่เป็นเลิศให้กับองค์กรอื่น ๆ ($\bar{x}=3.43$) และ 3) ผู้บริหารสถานศึกษาเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์กรอย่างต่อเนื่องและผู้บริหารสถานศึกษาสร้างทัศนคติเรื่องความมุ่งมั่นในการทำงานแก่ครู ($\bar{x}=3.42$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา

กระตุ้นให้ครูสนใจและใฝ่หาที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอเพื่อเพิ่มศักยภาพของตนมุ่งสู่จุดหมาย และความสำเร็จที่ได้กำหนดไว้ ($\bar{x}=3.38$)

1.7 ด้านการยอมรับนับถือและการให้รางวัล ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.48$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ผู้บริหารสถานศึกษายอมรับและยกย่องบุคลากรที่ประสบความสำเร็จของบุคลากรเป็นประจำ ($\bar{x}=3.42$) 2) ผู้บริหารสถานศึกษาส่งเสริมให้บุคลากรในสถานศึกษาคิดสร้างสรรค์ในการปฏิบัติงาน ($\bar{x}=3.41$) และ 3) ผู้บริหารสถานศึกษาเชื่อมั่นในศักยภาพของบุคลากร($\bar{x}=3.39$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาสนับสนุนให้บุคลากรมีความยินดีในผลงานและความสามารถของตนเอง ($\bar{x}=3.38$)

1.8 ด้านความเอื้ออาทร ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.32$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ผู้บริหารสถานศึกษาให้การดูแลเอาใจใส่ความเป็นอยู่ของบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{x}=3.38$) 2) ผู้บริหารให้ความช่วยเหลือโดยให้คำปรึกษาในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ ($\bar{x}=3.36$) และ 3) ผู้บริหารส่งเสริมบรรยากาศให้บุคลากรมีความเอื้ออาทรซึ่งกันและกัน พร้อมทั้งให้ความช่วยเหลือเมื่อผู้อื่นประสบปัญหาทั้งเรื่องส่วนตัวและเรื่องการทำงานในหน้าที่ ($\bar{x}=3.34$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษามีการสร้างขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของบุคลากร ($\bar{x}=3.31$)

1.9 ด้านความซื่อสัตย์ ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.48$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ผู้บริหารสถานศึกษาเห็นคุณค่าของความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติงานของครู ($\bar{x}=3.47$) 2) ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรมีความซื่อสัตย์เป็นแบบอย่างที่ดีแก่นักเรียน ($\bar{x}=3.45$) และ 3) ผู้บริหารสถานศึกษากำหนดแนวทางให้ทุกคนปฏิบัติโดยยึดมั่นในเรื่องความซื่อสัตย์ให้เป็นจริยธรรมสูงสุดขององค์กร($\bar{x}=3.43$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาส่งเสริมการสร้างควาไว้วางใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคล ($\bar{x}=3.40$)

1.10 ด้านความหลากหลาย ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.54$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ผู้บริหารสถานศึกษาเห็นคุณค่าของความแตกต่างระหว่างบุคคล ในด้านบุคลิกภาพ แนวความคิด ตลอดจนทักษะ การปฏิบัติงานของบุคลากรในสถานศึกษา ($\bar{x}=3.48$) 2) ผู้บริหารสถานศึกษารู้จักการใช้คนให้เหมาะสมกับความรู้ ความสามารถ ($\bar{x}=3.46$) และ 3) ผู้บริหารสถานศึกษามีการผสมผสานเชื่อมโยงความแตกต่างในรูปแบบและวิธีการปฏิบัติที่หลากหลายของบุคลากรในสถานศึกษา ($\bar{x}=3.44$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษามีความยืดหยุ่นในแนวทางการปฏิบัติงานและผู้บริหารสถานศึกษาเสริมสร้างองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งความยุติธรรมให้คนในองค์กรโดยคำนึงถึงความหลากหลายของบุคลากรและผู้บริหารสถานศึกษาส่งเสริมการยอมรับความแตกต่างระหว่างบุคคลของบุคลากร ($\bar{x}=3.39$)

จากการสนทนากลุ่มของผู้ทรงคุณวุฒิ ทั้ง 9 ท่าน ผู้วิจัยนำมาสรุปเป็นแนวทางการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรในการบริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี ดังนี้

แนวโน้มนวัตกรรมองค์กรของสถานศึกษา ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 9 คน มีความคิดเห็นสอดคล้องกันทุกคนโดยมีความเห็นว่า วัฒนธรรมองค์กรแบบตั้งรับ-เฉื่อยชา การพึ่งพา และการหลีกเลี่ยง มีแนวโน้มมากขึ้นสิ่งที่มีความคิดเห็นน้อยได้แก่ การคล้อยตามส่วนวัฒนธรรมองค์กรแบบตั้งรับก้าวร้าว เห็นตรงข้ามมีแนวโน้มอยู่ในระดับมาก แนวทางการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กร จากการสนทนากลุ่มของผู้ทรงคุณวุฒิ ทั้ง 9 ท่าน ผู้วิจัย

นำมาสรุปเป็นแนวทางการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรในการบริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี สรุปได้ ดังนี้

ผู้บริหารสถานศึกษา ควรมีการประชุมครูและบุคลากรในสถานศึกษาอย่างสม่ำเสมอ ทั้งในรูปแบบของการประชุมกลุ่มใหญ่และการประชุมกลุ่มย่อย เพื่อชี้แจงแนวทางการดำเนินงาน และเป้าหมายในช่วงตลอดปีการศึกษา ให้บุคลากรได้ทราบเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ และสร้างความเข้าใจให้ทุกคนมีแนวทางในการปฏิบัติงานที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ควรให้ออกาสบุคลากรทุกคนหรือผู้ที่มีความสามารถมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็น แนะนำแนวทางในการพัฒนาหรือการแก้ไขปัญหาอย่างอิสระ พร้อมทั้งมีอำนาจในการตัดสินใจอย่างเต็มที่

ผู้บริหารสถานศึกษาควรส่งเสริมให้บุคลากรในสถานศึกษาเปิดใจยอมรับฟังความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะที่แตกต่างไปจากความคิดของตนจากผู้อื่น มีการเรียนรู้ที่จะปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย และพร้อมที่จะรับฟังข้อคิดเห็นที่แตกต่างเมื่อมีแนวทางในการพัฒนาที่เกิดขึ้นในรูปแบบใหม่ ควรให้การสนับสนุนในด้านต่าง ๆ แก่บุคลากรทุกคนที่มีความประสงค์ในการพัฒนาตนเองตามความถนัดและความสามารถเพื่อพัฒนาแนวทางการเรียนการสอนให้เป็นประโยชน์แก่นักเรียนและต่อตนเอง จนเกิดความชำนาญและเป็นการเพิ่มพูนความรู้ในการพัฒนาตนเองอย่างมีความสุข และ สถานศึกษา ควรมีการยกย่องกล่าวแสดงความยินดีและให้รางวัลชื่นชมกับบุคลากรและนักเรียนทุกคน เมื่อได้ทำคุณประโยชน์ให้กับสังคมและสถานศึกษา

ผู้บริหารสถานศึกษา ควรมอบหมายงานให้กับผู้ที่มีความเหมาะสมในการทำงาน โดยคำนึงถึงความสามารถและความถนัดเป็นหลัก มีการจัดสรรให้บุคลากรได้ทำงานตรงกับทักษะความรู้ความสามารถของตนเอง โดยผ่านความเห็นชอบและการตัดสินใจโดยตรงจากบุคคลที่เป็นผู้รับมอบหมายงาน เพื่อเป็นแบบอย่างให้กับบุคลากร ในเรื่องการเสียสละตนเอง การยอมรับซึ่งกันและกัน การมีน้ำใจช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การเป็นผู้นำที่ดีให้กับลูกน้อง และเป็นตัวอย่างได้ปฏิบัติตาม

อภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์ความต้องการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรในการบริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี ได้รับการอบรมและพัฒนาทางด้านการบริหารจัดการคุณภาพการศึกษาที่ขาดการต่อเนื่อง ถ้ามีการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มีความเหมาะสมจะเป็นวิธีการที่ทำให้สถานศึกษาบรรลุวัตถุประสงค์ และการส่งเสริมให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบร่วมกัน มุ่งผลสำเร็จมีความเป็นมืออาชีพ อีกทั้งสร้างความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรในสถานศึกษา ส่งผลให้สามารถบริหารจัดการสถานศึกษาได้อย่างมีคุณภาพเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของวัลลภ บุตรเกตุ (2562) ได้ศึกษาวัฒนธรรมองค์กร สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 9 พบว่า 1) โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การยอมรับ ความเอื้ออาทร ความซื่อสัตย์สุจริต ความหลากหลายของบุคลากร เป้าประสงค์ขององค์กร การมอบอำนาจ ความเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ความไว้วางใจ ความมีคุณภาพ การตัดสินใจ 2) ความสุขในการทำงานของครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 9 โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับ เรียงลำดับค่ามัธยเลขคณิตจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ทางสงบ ครอบครัวยุติ มีความรู้เข้าใจงาน ใช้เงินเป็น สังคมดีสุขภาพดีการผ่อนคลาย 3) วัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์กับความสุขในการทำงานของครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 9 ระดับค่อนข้างสูงในลักษณะที่คล้ายตามไป

ในทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของภัทรธีรา วงษาดี (2563) ได้ศึกษา ทักษะการบริหารของผู้บริหารที่ส่งผลต่อวัฒนธรรมองค์การของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 8 พบว่า วัฒนธรรมองค์การของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 8 โดย ภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เรียงค่ามัธยเลขคณิตจากมากไปหาน้อยดังนี้คือ ความซื่อสัตย์เป่าประสงค์ของสถานศึกษา ความเป็นเลิศ ความไว้วางใจ และความเชื่อมั่น การสร้างเสริมพลังอำนาจ ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสถานศึกษา ความหลากหลาย การตัดสินใจ การยอมรับ และการเอื้ออาทรตามลำดับ ซึ่งทักษะการบริหารของผู้บริหารด้านทักษะการบริหารเวลา และด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลส่งผลต่อวัฒนธรรมองค์การของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 8 และสอดคล้องกับโอลิเวียร์ และสอดคล้องกับป๊อปเพ็นส์ (Poppens, 2001) ได้ศึกษาการรับรู้วัฒนธรรมองค์การและความผูกพันที่มีต่อวิทยาลัยในเขต Midwestern พบว่า อาจารย์และผู้บริหารที่รับรู้วัฒนธรรมในวิทยาลัยที่ปฏิบัติงานอยู่สอดคล้องกับตนเองหรือเห็นด้วยกับลักษณะวัฒนธรรม มีระดับของความผูกพันต่อองค์การสูงกว่าผู้ที่เห็นว่าวัฒนธรรมในวิทยาลัยที่ปฏิบัติงานอยู่ไม่สอดคล้องกับตนเองหรือไม่เห็นด้วยกับลักษณะวัฒนธรรม การเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับประเภทของวัฒนธรรมเป็นตัวแปรทำนายความผูกพันต่อองค์การได้สูงกว่าตัวแปรด้านบทบาท เพศ อายุ และจำนวนปีของการปฏิบัติงาน อีกทั้งยังสอดคล้องกับ โอลิเวียร์ (Olivier, 2016) ได้ศึกษาลักษณะวัฒนธรรมของครูและสถานศึกษาประถมศึกษาในสหรัฐพบว่า วัฒนธรรมการเอาใจใส่ดูแลอย่างเห็นอกเห็นใจกันเป็นตัวแปรที่มีอำนาจการทำนายสูงสุดต่อความผูกพันที่ครูจะตั้งใจอยู่ปฏิบัติงานในสถานศึกษาต่อไป ความเชื่อในการมีประสิทธิภาพรวมกันของครู คือ ตัวแปรที่มีอำนาจทำนายสูงสุดของประสิทธิผลสถานศึกษา และประสิทธิผลสถานศึกษา คือตัวแปรที่มีอำนาจทำนายสูงสุดในผลลัพธ์ของนักเรียน (Outcomes) ซึ่งเป็นคุณภาพของผู้จบการศึกษาในระยะยาวที่นอกเหนือจากสภาพทางเศรษฐกิจและสังคม (Socioeconomic Status) ของผู้เรียน จึงสรุปได้ว่าการอบรมและพัฒนาทางด้านการบริหารจัดการคุณภาพการศึกษาที่ต่อเนื่อง จะเป็นการสร้างวัฒนธรรมองค์การที่มีความเหมาะสมจะเป็นวิธีการที่ทำให้สถานศึกษาบรรลุวัตถุประสงค์ และการส่งเสริมให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบร่วมกัน มุ่งผลสำเร็จมีความเป็นมืออาชีพ

1.1 ด้านเป้าประสงค์ของสถานศึกษา ในภาพรวมมีความต้องการพัฒนาวัฒนธรรมองค์การในการบริหารสถานศึกษา อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะการกำหนดเป้าประสงค์ของสถานศึกษาเป็นเครื่องวัดและควบคุมความสำเร็จขององค์กรที่ผ่านการมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าประสงค์ของสถานศึกษา สอดคล้องกับผลการวิจัยของพรณี แอ้อ้อย (2557) ได้ศึกษาวัฒนธรรมองค์การของสถานศึกษามัธยมศึกษาจังหวัดกระบี่ ผลการวิจัยพบว่า ด้านเป้าประสงค์ของสถานศึกษา ภาพรวมอยู่ในระดับมาก จึงสรุปได้ว่าการกำหนดเป้าประสงค์ของสถานศึกษาเป็นเครื่องวัด และควบคุมความสำเร็จขององค์กร

1.2 ด้านการเสริมพลังอำนาจ มีความต้องการพัฒนาวัฒนธรรมองค์การในการบริหารสถานศึกษา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะการเสริมพลังอำนาจของผู้บริหารสถานศึกษาเป็นการสร้างแรงจูงใจโดยการจัดสรรทรัพยากรอย่างเหมาะสม อีกทั้งมีการมอบหมายงานที่น่าสนใจเป็นการส่งเสริมให้บุคลากรได้รับการพัฒนาความสามารถในการทำงาน มีความมั่นใจในศักยภาพและความสามารถของตนเอง สอดคล้องกับผลการวิจัยของจุฑามาศ สิทธิบุศย์ (2558) ได้ศึกษาการศึกษาวัฒนธรรมองค์การของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครราชสีมา เขต 2 ผลการวิจัยพบว่า ด้านการเสริมพลังอำนาจภาพรวมอยู่ในระดับมาก จึงสรุปได้ว่า การเสริมพลังอำนาจของผู้บริหารสถานศึกษาเป็นการสร้างแรงจูงใจโดยการจัดสรรทรัพยากรอย่างเหมาะสม

1.3 ด้านการตัดสินใจ มีความต้องการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรในการบริหารสถานศึกษา ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เป็นเพราะว่าส่วนใหญ่ผู้บริหารสถานศึกษาไม่สนับสนุนให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เพราะครูส่วนใหญ่ทำหน้าที่การจัดการเรียนการสอน ไม่ค่อยได้แสดงความคิดเห็น สอดคล้องกับผลการวิจัยของชุตีมา รอดประทับ (2558) ได้ศึกษาวัฒนธรรมองค์กรของสถานศึกษาขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชลบุรี เขต 3 ผลการวิจัยพบว่า ด้านการตัดสินใจ ภาพรวมอยู่ในระดับน้อย จึงสรุปได้ว่า ผู้บริหารสถานศึกษาไม่สนับสนุนให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

1.4 ด้านความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสถานศึกษามีความต้องการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรในการบริหารสถานศึกษา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะว่าผู้บริหารสถานศึกษาส่งเสริมให้บุคลากรร่วมกันกำหนดและสนับสนุนเป้าหมายของสถานศึกษา เพื่อสร้างเป้าหมายในการทำงานร่วมกัน ส่งผลให้บุคลากรมีความรัก ความผูกพันเต็มใจในการรับผิดชอบในงานให้บรรลุความสำเร็จตามเป้าหมาย สอดคล้องกับผลการวิจัยของกาญจนา เกสร (2555) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรกับประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา ปทุมธานี เขต 1 ผลการวิจัยพบว่า ด้านความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสถานศึกษา ภาพรวมอยู่ในระดับมาก

1.5 ด้านความไว้วางใจและความเชื่อมั่น มีความต้องการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรในการบริหารสถานศึกษา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะว่าผู้บริหารสถานศึกษามีความเชื่อมั่นและยอมรับในการปฏิบัติงานของครูตามความรู้ ความสามารถ มีความเชี่ยวชาญโดยการมอบหมายให้ทำอย่างมีอิสระ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อนักเรียน และสถานศึกษา เป้าหมาย สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ปฐมาภรณ์ ฤทธิ์กันโต (2559) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมสถานศึกษากับประสิทธิผลของสถานศึกษา วิทยาลัยอาชีวศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 18 ผลการวิจัยพบว่า ด้านความไว้วางใจและความเชื่อมั่น ภาพรวมอยู่ในระดับมาก จึงสรุปได้ว่า ผู้บริหารสถานศึกษามีความเชื่อมั่นและยอมรับในการปฏิบัติงานของครูตามความรู้ ความสามารถ มีความเชี่ยวชาญ

1.6 ด้านความเป็นเลิศ มีความต้องการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรในการบริหารสถานศึกษา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะว่าผู้บริหารสถานศึกษาสร้างบรรยากาศให้กับบุคลากรในการพัฒนาตนเองในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอเพื่อให้มีคุณภาพ และมุ่งสู่มาตรฐานสูงสุด เพื่อสร้างทัศนคติความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานมุ่งสู่จุดหมาย และความสำเร็จตามที่ตั้งไว้ เป็นการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อเป็นแบบอย่าง และมีการแลกเปลี่ยนวิธีการปฏิบัติที่เป็นเลิศให้กับองค์กรอื่นๆ เป้าหมาย สอดคล้องกับผลการวิจัยของเนตรนภา พูลเพิ่ม (2560) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมสถานศึกษากับการพัฒนาตนเองของข้าราชการครู สถานศึกษาในกลุ่มสหวิทยาเขตระยอง 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 18 ผลการวิจัยพบว่า ด้านความเป็นเลิศ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก จึงสรุปได้ว่า การสร้างบรรยากาศให้กับบุคลากรในการพัฒนาตนเองในการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอเพื่อให้มีคุณภาพ และมุ่งสู่มาตรฐานสูงสุด

1.7 ด้านการยอมรับนับถือและการให้รางวัล มีความต้องการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรในการบริหารสถานศึกษา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะว่าผู้บริหารสถานศึกษายอมรับและเชื่อมั่นในศักยภาพของบุคลากร มีการสร้างพลังเชิงบวกโดยการยกย่องเชิดชูเกียรติความสำเร็จให้กับบุคลากร ส่งผลให้มีความคิดสร้างสรรค์ในการปฏิบัติงาน โดยผู้บริหารสถานศึกษายอมรับในความผิดพลาดจากการปฏิบัติงานของบุคลากร เปิดโอกาสให้ปรับปรุงและแก้ไขให้ดียิ่งขึ้น มีความยินดีในผลงานละความสามารถของตนเอง สอดคล้องกับผลการวิจัยของ อารยา ศรีสุข (2564) ได้ศึกษาวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อการบริหารเชิงกลยุทธ์ของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 1 และเขต

2 ผลการวิจัยพบว่า ด้านการยอมรับนับถือและการให้รางวัล ภาพรวมอยู่ในระดับมาก จึงสรุปได้ว่า ผู้บริหารสถานศึกษายอมรับและเชื่อมั่นในศักยภาพของบุคลากร

1.8 ด้านความเอื้ออาทร มีความต้องการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรในการบริหารสถานศึกษา ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เป็นเพราะว่า โดยปกติแล้ว ผู้บริหารสถานศึกษามีการดูแลเอาใจใส่ดูแลและให้ความช่วยเหลือบุคลากรทุกคนอย่างสม่ำเสมอ มีการให้คำปรึกษาในการแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานอย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ นอกเหนือไปกว่านั้นผู้บริหารสถานศึกษามีการสร้างขวัญกำลังใจแก่บุคลากร อีกทั้งบรรยากาศให้บุคลากรมีความเอื้ออาทรซึ่งกันและกัน และส่งเสริมความก้าวหน้าให้แก่บุคลากรในการพัฒนาตนเอง สอดคล้องกับผลการวิจัยของภักธีรา วงษาดี (2563) ได้ศึกษา ทักษะการบริหารของผู้บริหารที่ส่งผลต่อวัฒนธรรมองค์กรของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 8 ผลการวิจัยพบว่า ด้านความเอื้ออาทร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก จึงสรุปได้ว่า ผู้บริหารสถานศึกษามีการดูแลเอาใจใส่และให้ความช่วยเหลือบุคลากรทุกคนอย่างสม่ำเสมอ มีการให้คำปรึกษา มีการสร้างขวัญกำลังใจ มีความเอื้ออาทรซึ่งกันและกัน และส่งเสริมความก้าวหน้าให้แก่บุคลากรในการพัฒนาตนเอง

1.9 ด้านความซื่อสัตย์ มีความต้องการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรในการบริหารสถานศึกษา ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เป็นเพราะว่าผู้บริหารสถานศึกษากำหนดแนวทางปฏิบัติโดยยึดมั่นในเรื่องความซื่อสัตย์ต่อต้านทุจริตให้เป็นจริยธรรมสูงสุดขององค์กร มีการส่งเสริมให้บุคลากรให้คุณค่าของความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติงานของครู และยกย่องชมเชยสำหรับบุคลากรที่มีความซื่อสัตย์อย่างสม่ำเสมอ นอกจากนั้นยังส่งเสริมการสร้างควมไว้วางใจและสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคล และผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรมีความซื่อสัตย์เป็นแบบอย่างที่ดีแก่นักเรียนได้ตนเอง สอดคล้องกับผลการวิจัยของศรีรัตน์ บัวใหญ่ (2553) ได้ศึกษาวัฒนธรรมองค์กรของสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ตามทฤษฎีของผู้บริหารและครูผู้สอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาสิงห์บุรี ผลการวิจัยพบว่า ด้านความซื่อสัตย์ ภาพรวมอยู่ระดับมาก จึงสรุปได้ว่า ผู้บริหารสถานศึกษากำหนดแนวทางปฏิบัติโดยยึดมั่นในเรื่องความซื่อสัตย์ ต่อต้านทุจริตให้เป็นจริยธรรมสูงสุด ให้คุณค่าของความซื่อสัตย์สุจริต และยกย่องชมเชย ส่งเสริมการสร้างควมไว้วางใจและสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคล และผู้บริหารสถานศึกษา

1.10 ด้านความหลากหลาย มีความต้องการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรในการบริหารสถานศึกษา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะว่า ผู้บริหารสถานศึกษาเห็นความสำคัญของความแตกต่างระหว่างบุคคลของบุคลากร ทั้งทางด้านบุคลิกภาพ แนวความคิด ตลอดจนทักษะการปฏิบัติงาน มีความยืดหยุ่นในแนวทางปฏิบัติงานมีการเชื่อมโยงความแตกต่างในรูปแบบและวิธีการปฏิบัติที่หลากหลาย นอกจากนั้นมีการเสริมสร้างองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งความยุติธรรมให้คนในองค์กรโดยคำนึงถึงความหลากหลายของบุคลากร และมอบหมายงานให้เหมาะสมกับความรู้ความสามารถ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ พิชรินทร์ ราชโส (2561) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรกับประสิทธิภาพของการบริหารงาน สถานศึกษาขนาดใหญ่ สำนักงานเขตหนองจอก สังกัดกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ด้านความหลากหลาย ภาพรวมอยู่ระดับมาก จึงสรุปได้ว่า ผู้บริหารสถานศึกษาเห็นความสำคัญของความแตกต่างระหว่างบุคคลของบุคลากร ทั้งทางด้านบุคลิกภาพ แนวความคิด การปฏิบัติงาน มีความยืดหยุ่นในแนวทางปฏิบัติงานมีการเชื่อมโยงความแตกต่างในรูปแบบและวิธีการปฏิบัติที่หลากหลาย

ข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรในการบริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการวิจัย ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

1.1 ด้านการเสริมพลังอำนาจนั้นผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาสระบุรี ควรสร้างแรงจูงใจให้ครูในการทำงานที่เกิดประโยชน์ให้กับองค์กรอย่างต่อเนื่อง และผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี ควรส่งเสริมให้ครูได้รับการพัฒนาความสามารถในการทำงานของครูให้เพิ่มมากขึ้นอย่างริเริ่มสร้างสรรค์

1.2 ด้านการตัดสินใจนั้นผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา สระบุรี ควรเปิดโอกาสให้บุคลากรทุกคนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น

1.3 ด้านความรู้สึกลเป็นส่วนหนึ่งของสถานศึกษานั้นผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี ควรส่งเสริมให้ครูร่วมกันกำหนดและสนับสนุนเป้าหมายขององค์กร

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาวัฒนธรรมองค์กรในการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพของครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี

2.2 ควรมีการศึกษายาทาในการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา เกษร. (2555). ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรกับประสิทธิภาพของสถานศึกษาสังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา ปทุมธานี เขต 1. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร การศึกษา, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี)
- จิราภรณ์ พงษ์ศรีทัศน์. (2553). ปัจจัยด้านการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรและการจัดการความรู้ ที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารของรัฐแห่งหนึ่ง. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร การศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยรามคำแหง)
- จุฑามาศ สิทธิบุศย์. (2558). การศึกษาวัฒนธรรมองค์กรของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครราชสีมาเขต 2. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร การศึกษา, มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครราชสีมา)
- ชุติมา รอดประทับ. (2558). ศึกษาวัฒนธรรมองค์กรของสถานศึกษาขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชลบุรี เขต 3. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร การศึกษา, มหาวิทยาลัยบูรพา)
- นิติพล ภูตะโชติ. (2562). พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เนตรนภา พูลเพิ่ม. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมสถานศึกษากับการพัฒนาตนเองของข้าราชการครู สถานศึกษาในกลุ่มสหวิทยาเขตระยอง 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 18. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร การศึกษา, มหาวิทยาลัยบูรพา)
- บวร ประพฤติดี. (2558). วัฒนธรรมองค์กรกับความสำเร็จในการบริหาร: เปรียบเทียบสองวัฒนธรรมองค์กร. วารสารมหาวิทยาลัยรามคำแหง, 5(2), 1.

- ปฐมาภรณ์ ฤทธิ์กันโต. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมสถานศึกษากับประสิทธิผลของสถานศึกษา
ราชภัฏรำไพพรรณี สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 18. (วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา)
- พรรณี แอ้อ้อย. (2557). วัฒนธรรมองค์กรของสถานศึกษามัธยมศึกษาจังหวัดกระบี่. (วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์).
- พัชรินทร์ ราชโส. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรกับประสิทธิผลของการบริหารงาน
สถานศึกษาขนาดใหญ่ สำนักงานเขตหนองจอก สังกัดกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา)
- ภรณ์ยุ บัญริ้วและฐิติมา ไชยะกุล. (2564). อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กร การจัดการความรู้ ที่ส่งผลต่อผล
การปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปในนิคมอุตสาหกรรม
แหลมฉบัง. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, 15(1), 200-212
- ภัคพร เจริญลักษณ์. (2561). วัฒนธรรมองค์กรกับการปฏิบัติงานตามมาตรฐานวิชาชีพครูของสถานศึกษา
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 9. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยศิลปากร)
- ภัทรธีรา วงชาวดี. (2563). ทักษะการบริหารของผู้บริหารที่ส่งผลต่อวัฒนธรรมองค์กรของสถานศึกษา สังกัด
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 8. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย
ศิลปากร)
- ภากร แสงเนียม. (2564). อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กร สภาพแวดล้อมในการทำงาน และ
ความเครียดส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานโรงงานแห่งหนึ่งในจังหวัด
ปทุมธานี. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ)
- ศรีรัตน์ บัวใหญ่. (2553). วัฒนธรรมองค์กรของสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ตามทรรศนะของผู้บริหารและ
ครูผู้สอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี)
- สมคิด บางโม. (2562). องค์การและการจัดการ Organization and Management. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ด
ยูเคชั่น.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2555). แนวทางเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กร สพฐ. OBEC.
กรุงเทพฯ : ผู้แต่ง.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). ยุทธศาสตร์ชาติ 2561-2580. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- สำนักงานข้าราชการพลเรือน. (2562). แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562. กรุงเทพฯ : ผู้แต่ง.
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี เขต 1. (2567). ข้อมูลสารสนเทศ. สระบุรี : ผู้แต่ง.
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี เขต 2. (2567). ข้อมูลสารสนเทศ. สระบุรี : ผู้แต่ง.
- วิรัช สงวนวงค์วาน. (2559). การจัดการและพฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ : ท็อป.
- วิรุฬจิต กลิ่นละออ. (2560). วัฒนธรรมองค์กรกับขวัญในการปฏิบัติงานของพนักงานครูสถานศึกษาเทศบาล
ในกลุ่มการศึกษาท้องถิ่นที่ 1. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร)
- วัลลภ บุตรเกตุ. (2562). วัฒนธรรมองค์กรกับความสุขในการทำงานของครูในสถานศึกษาสังกัด สำนักงาน
เขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 9. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร)

- อารยา ศรีสุข. (2564). วัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อการบริหารเชิงกลยุทธ์ของโรงเรียนขนาดเล็กสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 1 และเขต 2. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา)
- Cronbach, L.J. (1990). *Essentials of psychological testing*. (5th ed.). New York: Harper & Row.
- Olivier, Dianne F. (2016). *Teacher personal and school culture characteristics in effective school: Toward a model of professional learning communicate*. Retrieved from <http://www.lib.umi.com>.
- Poppens, B.B. (2001). *Perceived and preferred organizational culture types and organizational commitment at Midwestern private, Nonprofit colleges*. Retrieved from [http://www.lib.umi.com /dissertations/fullcit/9991659](http://www.lib.umi.com/dissertations/fullcit/9991659).
- Peterson, D.K. (2002). Enhancing school culture: Reculturing schools. *Journal of Staff Development*, 23(3), 10.
- Schein, E.H. (1996). Culture: The missing concept in organization studies. *Administrative Science Quarterly*, 41(2), 229-240.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis*. (3rd ed.). New York: Harper & Row.

THE IMPACTING FACTORS OF STUDENT PERFORMANCE IN APPLYING EXPERIENTIAL TEACHING METHODS TO PROMOTE LABOR EDUCATION AT VOCATIONAL COLLEGES IN CHENGDU, CHINA

Jiasheng Jiang

Ph.D. Candidate in Technology, Education and Management, Graduate School of Business and Advanced
Technology Management, Assumption University, Thailand.

E-mail: 962963720@qq.com

Received 15 August 2023

Revised 30 October 2023

Accepted 6 November 2023

Abstract

The study aims to delve into the influential factors of student performance in applying experiential teaching methods in vocational colleges in Chengdu, China. The research framework contains perceived ease of use, perceived usefulness, use attitude, social influence, use intention, convenience, use behavior, and student performance. Questionnaires and quantitative analysis were relied on to acquire sample data. Before it was dispersed, the questionnaire's validity and reliability were determined. Confirmatory factor analysis (CFA) and structural equation modelling (SEM) were used to verify the model's goodness of fit, confirm causality and influence degree among variables, and test hypotheses. By the study's results, the behavioral intention had the largest influence on use behavior, and use behavior substantially impacted students' performance.

Keywords: Vocational Colleges, Experience Teaching, Behavioral Intention, Use Behavior, Student Performance

Introduction

The labor education in this study refers to the educational activities that educators carry out, labor ideology education, labor skill cultivation, and labor practice training to educate them with purpose and plan. Labor is the most basic practical activity of human beings, which promotes the development of society from low to high levels. It also allows college students to realize their dreams, pursue a happy life and create wealth (Wang, 2019). The purpose is to help students establish scientific labor values, form a pride in labor and respect for labor attitude, and encourage students to master production skills and improve their practical ability. Labor education is not only the education of labor itself but also the education of educators to students' labor ideology, labor knowledge and skills, and labor practice, embodying labor education's educational nature. Moreover, it is a kind of educational labor, the education of students' labor thought, knowledge, and skill; labor practice is obtained through labor, reflecting the labor of work education (Yang, 2020).

The experiential teaching method is a teaching mode in which teachers create a purposeful teaching situation according to the teaching content, stimulate students' feelings and guide them to perceive and comprehend knowledge, and promote learning with emotion in the experience and practice, for the sake of promoting the integration of knowledge innovation and comprehensive use (Hu & Zhang, 2016). In recent years, all types of schools started various labor education courses. Higher vocational colleges generally use experiential teaching methods such as service learning, professional practice, and community service, proving unity with community and specialty, offline and online integration, labor education, and modern education technology (Liu, 2020).

This study aims to clarify further the relationship between students' pleasure and the application of their behavior intention in their labor education experience. This paper attempts to explain the causes and effects of students' behavior intention and use behavior by combining eight factors and nine dimensions: perceived ease of use, perceived usefulness, use attitude, social influence, use intention, convenience, use behavior, and students' performance. For such, the students' fulfillment, social influence, perceived value, and chances for promotion are measured. Interviews helped this study method with experts and other ways of judging the relationship.

Literature Review

1. Perceived Ease of Use

Following prior studies, perceived ease of use refers to the degree to which people believe they can get things done with a specific system with little effort. In contrast, perceived value refers to the degree to which people believe using a specific system will improve their results and performance. The research found that perceived ease of use is a major factor in people's behavioral intentions to use specific information technologies (Chen et al., 2008;

Davis, 1989). According to Teo (2013), an easy-to-use system increases participation and a stronger sense of belonging. Therefore, apply TAM to the u-learning context. Ease of use means there is no complexity in people's expectations for new technologies (Teo et al., 2006). Students' perception of ease-of-use on LMSS is directly affected by perceived usefulness and attitude (Lee, 2008; Sanchez & Hueros, 2010). At the same time, multiple studies show that perceived ease of use has the effect on perceived usefulness and attitude (Joo et al., 2016). Thus, below assumptions are made:

H1: Perceived ease of use has a significant impact on perceived usefulness.

H3: Perceived ease of use has a significant impact on attitude.

2. Perceived Usefulness

The perceived utility is an individual's view of the extent to which a user feels that the performance of a specific system can be improved in use (Teo et al., 2006). Perceived value is a crucial predictor of the desire to employ technology in various application cases (Avci & Askar, 2012). A positive customer experience can improve the willingness to use the service (Moraes & Falcade, 2015). Previous research shows that applying perceived usefulness and attitude to gauge the uptake and use of various technologies suits the TAM model's conclusions (Lee, 2009). Many researchers have found that perceived usefulness is essential in people's attitudes and behavioral intentions on Facebook (Schaubroeck et al., 2017). Perceived usefulness has an important implication for whether Facebook is intentionally used in education and for academic purposes (Chen & Tseng, 2012). Therefore, this study proposes the following assumptions:

H2: Perceived usefulness has a significant impact on attitude.

H5. Perceived usefulness has a significant impact on behavioral intention

3. Attitude

Attitude is thought to be a state of readiness dominated by understanding and influencing one's behavioral interactions with something (Teo et al., 2006). According to Ajzen (1991), attitude comprises beliefs that affect a person's primary behavioral intentions. Attitudes are composed of beliefs that affect a person's overall behavioral intentions. Attitude can test one positive or negative evaluation of a particular action, and the expected result can be predicted according to the formation of the view (Lee, 2009). Attitude is the psychological tendency of individuals to evaluate certain behavioral advantages (Tang & Seng, 2016). According to Teo and Yeong (2003), an intuitive system may improve participation and foster greater unity. Attitude is the user's subjective review of an information system's access. Therefore, students' behavioral intention to adapt to an online education system will be based on their positive attitude towards the use of a system. Consequently, this research put forward a hypothesis:

H4: Attitude has a significant impact on behavioral intention.

4. Social Influence

Alam et al. (2019) stated that social impact refers to people who consider it vital to those who should engage in social volunteering and service learning in a setting of virtual simulation education. Social influence refers to the degree to which the opinions of others influence an individual's intention to use a particular technology (Isaac et al., 2018). Maldonado et al. (2009), indicated the relationship between social influence and behavioral intentions. Therefore, a hypothesis is suggested:

H6: Social influence has a significant impact on behavioral intention.

5. Behavioral Intention

Behavioral intention is an important measure of whether technology can be used (Venkatesh et al., 2003). Behavioral intention refers to the willingness of individuals to use e-learning systems in the future from the existing learning methods. It indicates that the user is willing to carry on one specific task. (Samsudeen & Mohamed, 2019). The theory of planned behavior holds that a person's intention to enforce a particular behavior is primarily determined by his or her attitudes (Ajzen, 1991). An individual's intent to engage in a certain activity is directly tied to his attitude, which is a key factor in forecasting a person's future actions (Lau & Woods, 2008). Therefore, the following assumption is proposed:

H7: Behavioral intention has a significant impact on use behavior.

6. Facilitating Conditions

Facilitation conditions refer to supporting and assisting users in implementing the technology. Facilitation conditions refer to the presence of factors in the surrounding environment that influence a person's performance of an act. The researchers have also found several barriers to teachers integrating modern information technology into their teaching. Some of these included a lack of adequate infrastructure (Mehlinger & Powers, 2002), a lack of personal technology expertise (Schrum, 1999), and inadequate technical support (Teo, 2013). According to Cohen and Wills (1985), convenience defines how people think as individuals and whether they feel valued and cared for as a part of a solid social circle. That way, they can get support from their social networks when needed (Farooq, 2018). Therefore, this study makes a hypothesis:

H8: Facilitating conditions have a significant impact on use behavior.

7. Use Behavior

Usage behavior is a prominent technology acceptance and usage model that supports the relationship between behavioral intent and usage to capture acceptance (Davis, 1989). Use behavior is defined as the intensity with which the user uses the technology (Venkatesh et al., 2003). The behavior of ICT use is related to why and when people use it, and it manifests the performance as the outcome (Idorenyin et al. et al., 2018). The use behavior has a significant, positive impact on how students perform in their academic

activities (Deng et al., 2011). This shows that use behavior can enhance student performance (Agudo-Peregrina et al., 2014). Hence, the below hypothesis is developed:

H9: Use behavior has a significant impact on student performance.

8. Students' Performance

Students' Performance refers to the improvement of teaching quality after teaching. Generally, it includes enhancing and improving students' comprehensive quality and professional accomplishment (Idorenyin et al., 2018). As far as online learning is concerned, students are more likely to participate in online learning if they believe that the online learning system will help improve their learning efficiency and academic Performance, which positively impacts user performance (Judge et al., 2010). Performance is the planned gain from using this technology (Idorenyin et al., 2018).

Research Framework

The researchers develop a framework for ideas based on prior studies. The conceptual framework of this study consists of eight variables and nine hypotheses, as shown in Figure 1 below

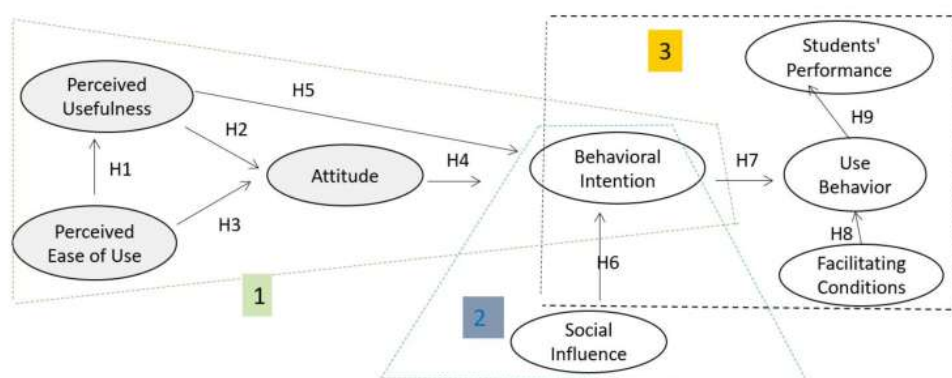


Figure 1 Conceptual Framework

Research Methodology

This study was used mainly in statistics and empirical analysis. A questionnaire was put to use in this study to get samples from the target group. The questionnaire has thirty-nine measurements, three demographic, and four screening questions. The questionnaire asked about screening, lifestyle, and measurement goals. Before the questionnaire was used to collect data and test the assumptions between each conceptual framework variable, an IOC test and a Cronbach coefficient (reliability test) were performed to ensure their effectiveness and reliability. Anderson and Gerbing (1988) proposed a two-step Structural Equation Model (SEM) technique used in this study to analyze the sample data. The first step is to utilize SPSS and Amos for confirmation factor analysis, or CFA, in order to assess the

validity of the sample data convergence. The second step is to utilize SEM to look into the causal between all of the mental model structures to test the rationale and value of the variable relations' assumptions.

1. Population and Sample Size

Sampling technique involves judgmental sampling, the subjects for the study were students from two higher vocational institutions, Chengdu Vocational & Technical College of Industry and Chengdu Polytechnic. They have all engaged in experiential labor education, which promotes that recruiters are skilled in experiential teaching methods and have attended labor education courses. After the researcher has entered all the necessary information into the calculator, the minimum sample size calculated by the calculator is 444. The researchers determined the size of 500 samples for the study, as stratified random sampling in Table 1. Convenience sampling is to reach the target group via online survey distribution.

Table 1: Population and Sample Size

University	Population	University
Chengdu Vocational & Technical College of Industry	14031	266
Chengdu Polytechnic	12272	234
Total	26303	500

Results and Discussion

1. Demographic Information

Table 2 shows the demographic data of 500 respondents. We mainly face to Chengdu Vocational & Technical College of Industry and Chengdu Polytechnic. was distributed to students from the respondents included 251 males and 249 females, accounting for 50.02% and 49.98%, respectively. There were 262 first-year students, 221 sophomores, and 17 juniors, accounting for 52.4%, 44.2%, and 3.4%, respectively.

Table 2 Demographic Profile

Demographic and General Data (N=500)		Frequency	Percentage
Gender	Male	251	50.02%
	Female	249	49.98%
Year of Study	Freshman	262	52.4 %
	Sophomore	221	44.2 %
	Junior	17	3.4 %

2. Confirmatory Factor Analysis (CFA)

A statistical test called Cronbach's alpha (CA) evaluates the internal consistency of items inside a framework structure (Killingsworth et al., 2016). The higher Cronbach's alpha, the higher the item's reliability. Alpha values range from 0 to 1, acceptable if the alpha value is between 0.7 and 0.8. A value between 0.8 to 0.9 is considered very good, and 0.9 or higher is considered excellent (Hair et al., 2010). In addition, the factor loadings are all greater than 0.5. Moreover, the CFA can be assessed through composite reliability (CR) and average variance extracted (AVE) (Peterson & Kim, 2013). Fornell and Larcker (1981), the best CR and AVE values are 0.7 or above and 0.4 or higher. Table 3 shows that all figures are significant.

Table 3 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 (PE)	Davis (1989)	8	0.908	0.718-0.776	0.908	0.553
Perceived Usefulness (PU)	Teo et al. (2006)	6	0.898	0.745-0.798	0.898	0.595
Attitude (ATT)	Teo et al. (2006)	3	0.868	0.822-0.833	0.868	0.687
Social Influence (SI)	Alam et al. (2019)	4	0.798	0.678-0.719	0.799	0.498
Facilitating Conditions (FC)	Schrum (1999)	5	0.838	0.690-0.738	0.839	0.510
Behavioral Intention (BI)	Venkatesh et al. (2003)	4	0.815	0.665-0.766	0.816	0.527
Use Behavior (UB)	Ajzen (1991)	3	0.766	0.693-0.779	0.767	0.524
Students' Performance (SP)	Timothy et al. (2010)	6	0.844	0.625-0.720	0.844	0.475

Source: Created by the author.

According to the modified structural model, the goodness-of-fit index is calculated again; The results are shown in Table 4. The goodness-of-fit indices were recalculated in Table 3. based on the modified structural model. The values were CMIN/DF = 1.089, GFI = 0.939, AGFI = 0.922, NFI = 0.921, CFI = 0.993, TLI = 0.992 and RMSEA = 0.013.

Table 4 Goodness of Fit for Measurement Model

Index	Acceptable Values	Statistical Values
CMIN/DF	≤ 5.0 (Wheaton et al., 1977)	1.089
GFI	≥ 0.90 (Bagozzi & Yi, 1988)	0.939
AGFI	≥ 0.85 (Schermmelleh-Engel et al., 2003)	0.922
NFI	≥ 0.90 (Arbuckle, 1995)	0.921
TLI	≥ 0.90 (Hopwood & Donnellan, 2010)	0.992
CFI	≥ 0.90 (Hopwood & Donnellan, 2010)	0.993
RMSEA	≤ 0.10 (Hopwood & Donnellan, 2010)	0.013
Model summary		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, TLI = Tucker-Lewis index, CFI = Comparative fit index and RMSEA = Root mean square error of approximation.

In this research, the square root of AVE, as shown in Table 5, is more than the factor's correlation coefficient, the discrimination validity is great, and all the variables confirms convergent and discriminant validity.

Table 5 Discriminant Validity

	PE	PU	ATT	SI	FC	BI	UB	SP
PE	0.744							
PU	0.326	0.771						
ATT	0.297	0.400	0.829					
SI	0.243	0.218	0.230	0.706				
FC	0.229	0.296	0.327	0.319	0.714			
BI	0.314	0.288	0.271	0.279	0.335	0.726		
UB	0.460	0.464	0.500	0.508	0.479	0.534	0.724	
SP	0.270	0.196	0.260	0.331	0.268	0.334	0.435	0.689

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

3. Structural Equation Model (SEM)

The structural model was evaluated using structural equation modeling to confirm model fitness. As shown in Table 6., CMIN/DF = 1.346, GFI = 0.918, AGFI = 0.907, NFI=0.900, CFI

= 0.972, TLI= 0.970, and RMSEA = 0.026. The fitness of the structural model is confirmed

Table 6: Goodness of Fit for Measurement and Structural Model

Index	Acceptable Values	Statistical Values Before Adjustment	Statistical Values After Adjustment
CMIN/DF	≤5.0 (Wheaton et al., 1977)	1.460	1.346
GFI	≥0.90 (Bagozzi & Yi, 1988)	0.910	0.918
AGFI	≥0.85 (Schermerle-Engel et al., 2003)	0.899	0.907
NFI	≥0.90 (Arbuckle, 1995)	0.891	0.900
TLI	≥0.90 (Hopwood & Donnellan, 2010)	0.960	0.970
CFI	≥0.90 (Hopwood & Donnellan, 2010)	0.963	0.972
RMSEA	≤0.10 (Hopwood & Donnellan, 2010)	0.030	0.026
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, TLI = Tucker-Lewis index, CFI = Comparative fit index and RMSEA = Root mean square error of approximation.

4. Hypothesis Testing Result

The relationship between the dependent variables in model assumptions can be weighed with regression or average path coefficients. All hypotheses are supported in Table 7

Table 7 Hypothesis Results of the Structural Equation Model

Hypothesis	(β)	t-value	Result
H1: PEOU $\rightarrow$ PU	0.337	6.587*	Supported
H2: PU $\rightarrow$ ATT	0.333	6.331*	Supported
H3: PEOU $\rightarrow$ ATT	0.197	3.882*	Supported
H4: ATT $\rightarrow$ BI	0.183	3.249*	Supported
H5: PU $\rightarrow$ BI	0.202	3.625*	Supported
H6: SI $\rightarrow$ BI	0.255	4.656*	Supported
H7: BI $\rightarrow$ UB	0.488	8.409*	Supported
H8: FC $\rightarrow$ UB	0.377	7.129*	Supported
H9: UB $\rightarrow$ SP	0.451	7.668*	Supported

Note: * = $p < 0.05$.

Source: Created by the author.

The behavioral intention has the greatest influence on the use behavior. The standardized path coefficient of behavioral intention and use behavior in H7 was 0.488, and the T value was 8.409. This supports the previous studies of Hubert et al. (2017) and Chauhan and Jaiswal (2016). This clearly shows the value of behavioral intention in using experiential teaching in the labor education curriculum.

Use behavior significantly impacts Students' performance with standardized path coefficient of 0.451 and a t-value of 7.668 in H9. This supports the previous studies of Davis (1989) and Boateng et al. (2016). This amply shows the effect of labor training on students' professional quality and ability success.

Perceived ease of use significantly impacted perceived usefulness with a standardized path coefficient of 0.337 and a t-value of 6.587 in H1. This supports the previous studies of Hua and Haughton (2009) and Ajzen (1991). This shows that whether the experiential teaching strategy is easily popularized in the employment education curriculum has an important effect on whether the experienced teaching method is effective.

Perceived usefulness significantly impacted attitude with a standardized path coefficient of 0.333 and a t-value of 6.331 in H2. This supports the previous studies of Çelik and Yilmaz (2011), Davis (1989), Ajzen (1991), Chan and Lu (2006) and Lee (2009). This shows that perceived simplicity of use significantly affects attitudes toward job use of experiential lessons in the labor education curriculum.

Perceived ease of use significantly impacted attitude with a standardized path coefficient of 0.197 and a t-value of 3.882 in H3. This supports the previous studies of Davis (1989), Chen et al. (2008), and Venkatesh and Davis (2000). This indicates that perceived ease

of use significantly impacts attitudes toward using experiential lessons in labor education.

The attitude significantly impacted the behavioral intention with a standardized path coefficient of 0.183 and a t-value of 3.249 in H4. This supports the previous studies of Park and Kim (2014), and Chennamaneni et al. (2012). This proves that attitude significantly affects the intention to use experiential lessons in the labor education curriculum.

Perceived usefulness significantly impacted the behavioral intention with a standardized path coefficient of 0.202 and a t-value of 3.625 in H5. This supports the previous studies of Davis (1989), Lee (2009), Lin (2013), and Çelik (2008) This shows how perceived value has a major effect on using experiential teaching methods in the labor education curriculum.

Social influence significantly impacted behavioral intention with a standardized path coefficient of 0.255 and a t-value of 4.656 in H6. This supports the previous studies of Venkatesh et al. (2003) and Tarhini et al. (2015), This shows that social impact has higher effects on using experiential teaching approaches in the labor education curriculum.

Facilitating conditions significantly impacted use behavior with a standardized path coefficient of 0.377 and a t-value of 7.129 in H8. This supports the previous studies of Raman et al. (2014), Ali et al. (2016) and Abo-Qudais and Alhiary (2007). This shows that convenience significantly affects using experiential teaching methods in the labor education curriculum.

Conclusions, Recommendations, Limitations and Future Research

1. Conclusions

This study aims to study the influencing factors of experience teaching in the labor education program and its promoting influence on students' comprehensive vocational ability development. All nine hypotheses stated in the framework are supported and shown to be able to achieve the research objectives. The study can be summarized as follows:

Firstly, the effect of labor education on improving student performance is considerable. By Venkatesh et al. (2003), user behavior has a major effect on students' performance. In our survey, we discovered that learners who believe that taking part in practical labor education has a major effect on their education. Also, the behavior intention and implementation condition significantly impact whether teachers and students use the experiential teaching technique during labor education. Therefore, we must emphasize implementing labor education experience as convenient and practical.

Secondly, Perceived ease of use, behavioral intention, and attitude are the three important variables in experiential teaching methods. The study found that perceived ease of use has a significant effect on perceived usefulness, and perceived usefulness has a significant effect on attitude. Work experience in life is more prevalent in labor education, and creating and simulating teaching expertise is not developed enough. Also, students hope for the labor education classes that might be given virtual simulation technology. Therefore, training is needed to boost the literacy and management skills of colleges and universities' curriculum

developers, administrators, and staff.

2. Recommendations

For recommendations, firstly, we should focus on the direct or indirect elements that impact the experiential teaching approach used in the labor education curriculum. The curriculum of practical labor education may be affected directly or indirectly by factors such as perceived utility, perceived ease of use, attitude, social impact, convenience, and behavioral intention. Schools should focus on these key elements to use the experiential learning method during labor education.

Secondly, we should emphasize the convenience, ease of use, and usefulness of implementing experiential labor education. The results of this study proved that convenience and behavioral intent were the most useful factors of behavioral implementation. Therefore, to increase the desire of pupils to participate in practical education in jobs, high-quality technical help, adequate training for teachers and service managers, and access to new educational technology tools should be strengthened.

Finally, vocational colleges ought to develop elite courses in labor education. The use of the experiential teaching approach in school needs to receive more focus in colleges. Then, we should enhance convenience, improve the utility of practical instruction in the context of labor education, reinforce teachers' and students' intent to use the method, and raise the standard of the course.

3. Limitations and Future Research

Some limitations of this study can be guided for the future research. Firstly, we created a tiny study with a small sample size, analyzing only 500 students from two professional colleges. In order to further improve the study's validity and reliability, we could expand the survey's scope and raise the sample size in future research. Secondly, the research is aimed at the students. The use and effect of active learning in the labor education curriculum may be viewed differently by teachers and students. Therefore, educators could be added to the survey to enhance the output and quality of future research. Finally, qualitative studies could be added to future studies. Although empirical research and quantitative analysis are the main methods and important means of this kind of research, we can help multi-dimensional analysis get to the heart of the matter more precisely by introducing certain normative research and qualitative analysis.

References

- Abo-Qudais, S. A., & Alhiary, A. (2007). Statistical models for traffic noise at signalized intersections. *Building and Environment*. 42(8), 2939-2948.
<https://doi.org/10.1016/j.buildenv.2005.05.040>

- Agudo-Peregrina, A. F., Iglesias-Pradas, S., Conde-González, M., & Hernández-García, A. (2014). Can we predict success from log data in VLEs? Classification of interactions for learning analytics and their relation with performance in VLE-supported F2F and online learning. *Computers in Human Behavior, 31*, 542-550.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.05.031>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational and Human Decision Processes, 50*(2), 179-211. [http://dx.doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](http://dx.doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alam, M. M., Sanchez-Azqueta, A., & Janha, O. (2019). Validation of the protein kinase PfCLK3 as a multistage cross-species malarial drug target. *Science, 365*(6456), 1-78.
<https://doi.org/10.1101/404459>
- Ali, F., Zhou, Y., Hussain, K., Nair, P. K., & Ragavan, N. A. (2016). Does Higher Education Service Quality Effect Student Satisfaction, Image, and Loyalty? A Study of International Students in Malaysian Public Universities. *Quality Assurance in Education, 24*, 70-94.
<https://doi.org/10.1108/QAE-02-2014-0008>
- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin, 103*(3), 411-423. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.103.3.411>
- Arbuckle, J. L. (1995). *AMOS for Windows Analysis of Moment Structures* (1st ed.). Version 3.5. Chicago: Small Waters Corp.
- Avci, U., & Askar, P. (2012). The Comparison of the Opinions of the University Students on the Usage of Blog and Wiki for Their Courses. *Journal of Educational Technology & Society, 15*(2), 1176-3647.
- Bagozzi, R., & Yi, Y. (1988). On the Evaluation of Structural Equation Models. *Journal of the Academy of Marketing Sciences, 16*, 74-94. <http://dx.doi.org/10.1007/BF02723327>
- Çelik, S. (2008). Opening the door: An investigation of mother tongue use in foreign language classrooms. *Hacettepe University Journal of Education, 34*(1), 75-85.
- Chan, S.-C., & Lu, M. T. (2006). Understanding Internet Banking Adoption and Use Behavior: A Hong Kong Perspective. *Journal of Global Information Management, 12*(3), 21-43.
<https://doi.org/10.4018/jgim.2004070102>
- Chauhan, S., & Jaiswal, M. (2016). Determinants of acceptance of ERP software training in business schools: empirical investigation using UTAUT model. *The International Journal of Management Education, 14*(3), 248-262.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.ijme.2016.05.005>
- Chen, H., & Tseng, H. (2012). Factors That Influence Acceptance of Web-Based e-Learning Systems for the In-Service Education of Junior High School Teachers in Taiwan. *Evaluation and Program Planning, 35*, 398-406.
<https://doi.org/10.1016/j.evalprogplan.2011.11.007>

- Chen, J., Del Genio, A. D., Carlson, B. E., & Bosilovich, M. G. (2008). The spatiotemporal structure of twentieth-century climate variations in observations and reanalyzes. Part I: Long-term trend. *J. Climate*, 21(11), 2611-2633. <https://doi.org/10.1175/2007jcli2011.1>
- Chennamaneni, A., Teng, J., & Raja, M. (2012). A unified model of knowledge sharing behaviors: Theoretical development and empirical test. *Behavior & Information Technology*, 31(11), 1097-1115. <https://doi.org/10.1080/0144929x.2011.624637>
- Cohen, S., & Wills, T. A. (1985). Stress, social support, and the buffering hypothesis. *Psychological Bulletin*, 98(2), 310-357. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.98.2.310>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Deng, Y., Lei, M., Zhang, W., Li, W., Zhou, E., Liu, Z., & Qi, C. (2011). Monoclonal antibodies directed against Fpr3 protein as molecular chaperones. *Hybridoma (Larchmt)*, 30(5), 491-493. <https://doi.org/10.1089/hyb.2011.0053>
- Farooq, R. (2018). A conceptual model of knowledge sharing. *International Journal of Innovation Science*, 10(2), 238-260. <https://doi.org/10.1108/ijis-09-2017-008>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error: Algebra and Statistics. *Journal of Marketing Research*, 18, 382-388. <http://dx.doi.org/10.2307/3150980>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis*. (7th ed.). NY: Prentice-Hall.
- Hopwood, C. J., & Donnellan, M. B. (2010). How should the internal structure of personality inventories be evaluated? *Personality and Social Psychology Review*, 14(3), 332-346. <https://doi.org/10.1177/1088868310361240>
- 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. <https://doi.org/10.1108/lht-06-2016-0061>
- Hua, G., & Haughton, D. (2009). Virtual worlds adoption: A research framework and empirical study. *Online Information Review*, 33(5), 889-900. <https://doi.org/10.1108/14684520911001891>
- Hubert, M., Blut, M., Brock, C., Backhaus, C., & Eberhardt, T. (2017). Acceptance of smartphone-based mobile shopping: mobile benefits, customer characteristics, perceived risks, and the impact of application context. *Psychology & Marketing*, 34(2), 175-194. <http://dx.doi.org/10.1002/mar.20982>
- Idorenyin, I., Ukut, T., & Krairit, D. (2018). Justifying students' performance, A comparative study of both ICT students' and instructors' perspective. *Interactive Technology and Smart Education*, 16(1), 18-35. <https://doi.org/10.1108/ITSE-05-2018-0028>

- Isaac, W., Felix, N. K., Tettey, T., Ferdinand, A. K., & Abdulai, J.-D. (2018). Factors that affect acceptance and use of information systems within the Maritime industry in developing countries The case of Ghana. *Journal of Systems and Information Technology*, 22(1), 21-45. <https://doi.org/10.1108/jsit-06-2018-0091>
- Joo, Y. J., Lim, K. Y., & Kim, N. H. (2016). The effects of secondary teachers' technostress on the intention to use technology in South Korea. *Computers & Education*, 95, 114–122. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2015.12.004>
- Judge, T. A., Piccolo, R. F., Podsakoff, N. P., & Rich, B. L. (2010). The relationship between pay and job satisfaction: A meta-analysis of the literature. *Journal of Vocational Behavior*, 77(2), 157-167.
- Lau, S. H., & Woods, P. C. (2008). An empirical study of learning object acceptance in multimedia learning environment. *Communications of the IBIMA*, 5(1), 1-6.
- Lee, M. (2009). Factors influencing the adoption of internet banking: an integration of TAM and TPB with perceived risk and perceived benefit. *Electronic Commerce Research and Applications*, 8(3), 130-141. <http://dx.doi.org/10.1016/j.elerap.2008.11.006>
- Lee, M. D. P. (2008). A Review of the Theories of Corporate Social Responsibility: Its Evolutionary Path and the Road Ahead. *International Journal of Management Reviews*, 10, 53-73. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2007.00226.x>
- Liu, H. (2020). *Practical course of labor education in vocational colleges* (1st ed.). Liaoning People's Publishing House in Shenyang.
- Maldonado, J. L., Zamiri, S., & Bauer, S. (2009). High Diffraction Efficiency at Low Electric Field in Photorefractive Polymers Doped with Arylimine Chromophores. *Journal of Physics D: Applied Physics*, 42, 1-10. <http://dx.doi.org/10.1088/0022-3727/42/7/075102>
- Mehlinger, H. D., & Powers, S. M. (2002). *Technology and teacher education: A guide for educators and policy makers* (1st ed.). NY: Houghton Mifflin Company.
- Moraes, P., & Falcade, A. (2015). The Lauraceous Collections of Carl Friedrich Philipp Von Martius in the Flora brasiliensis. *Harvard Papers in Botany*, 20(2), 167-197. <https://doi.org/10.3100/hpib.v20iss2.2015.n7>
- Park, H., & Kim, Y.-K. (2014). The role of social network websites in the consumer–brand relationship. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(4), 460-467. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2014.03.011>
- Peterson, R. A., & Kim, Y. (2013). On the relationship between coefficient alpha and composite reliability. *Journal of Applied Psychology*, 98(1), 194-198. <https://doi.org/10.1037/a0030767>
- Raman, A. P., Anoma, M. A., Zhu, L., Eden, R., & Fan, S. (2014). Passive radiative cooling below ambient air temperature under direct sunlight. *Nature*, 515(7528), 540–544. <https://doi.org/10.1038/nature13883>

- 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. <http://dx.doi.org/10.1108/ITSE-11-2018-0092>
- Sanchez, R. A., & Hueros, A. D. (2010). Motivational Factors that Influence the Acceptance of Moodle Using TAM. *Computers in Human Behavior*, 26, 1632-1640. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2010.06.011>
- Schaubroeck, J. M., Shen, Y., & Chong, S. (2017). A dual-stage moderated mediation model linking authoritarian leadership to follower outcomes. *Journal of Applied Psychology*, 102(2), 203-214. <https://doi.org/10.1037/apl0000165>
- Schrum, L. (1999). Technology professional development for teachers. *Educational Technology Research and Development*, 47(4), 83-90. <https://doi.org/10.1007/bf02299599>
- Tang, L. C., & Seng, C. (2016). Factors influence students' choice of accounting major in Cambodian universities. *Asian Review of Accounting*, 24(2), 1-10. <https://doi.org/10.1108/ARA-04-2014-0049>
- Tarhini, A., Hassouna, M., Abbasi, M. S., & Orozco, J. (2015). Towards the Acceptance of RSS to Support Learning: An empirical study to validate the Technology Acceptance Model in Lebanon. *Electronic Journal of e-Learning*, 13(1), 1-12.
- Teo, T. (2013). Initial Development and Validation of a Digital Natives Assessment Scale (DNAS). *Computers & Education*, 67, 51-57. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2013.02.012>
- Teo, T. S., & Yeong, Y. D. (2003). Assessing the Consumer Decision Process in the Digital Marketplace. *Omega*, 31, 349-363. [https://doi.org/10.1016/S0305-0483\(03\)00055-0](https://doi.org/10.1016/S0305-0483(03)00055-0)
- Teo, T. S. H., Ranganathan, C., & Dhaliwal, J. (2006). Key dimensions of inhibitors for the deployment of web-based business-to-business electronic commerce. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 53(3), 395-411. <https://doi.org/10.1109/tem.2006.878106>
- Venkatesh, V., & Davis, F. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186-204. <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. <http://dx.doi.org/10.2307/30036540>
- Wang, X. (2019). A Study on College Students' View of Labor and Its Education. *North University of China in Shanxi*, 1(2), 8-12.
- Wheaton, B., Muthen, B., Alwin, D. F., & Summers, G. (1977). Assessing Reliability and Stability in Panel Models. *Sociological Methodology*, 8, 84-136. <http://dx.doi.org/10.2307/270754>

Yang, Y. (2020). The Application of Experiential Teaching Method in Nursing Specialty Teaching, *Advances in Social Science. Education and Humanities Research*, 416, 1045-1047.

A CASE STUDY OF GENERATION X'S REPURCHASE INTENTION ON ONLINE SHOPPING PLATFORM IN THAILAND

Chayapon Chantaphakul

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

E-mail: wutsun506@gmail.com

Received 23 October 2023

Revised 9 November 2023

Accepted 21 November 2023

Abstract

This research demonstrated the factors that influence trust and repurchase intention on online shopping platforms among Generation X consumers in Thailand, by measuring responsiveness, perceived usefulness, enjoyment, customer satisfaction, and perceived value. A quantitative method was grounded and sampling techniques of purposive/judgmental sampling, quota sampling, and convenience sampling were used to reach target respondents. The author has collected a total number of 500 responses from Generation X users who lived in Thailand and prefer shopping through online shopping platforms for analysis. Data collected was analyzed using confirmatory factor analysis (CFA), and structural equation model (SEM) to test the overall model and research hypotheses proposed. The analysis has posited that responsiveness significant influences trust, while enjoyment is the key contributor to repurchase intention on online shopping platform, followed by trust, perceived value, perceived usefulness, and customer satisfaction. Therefore, to strengthen trust and intention to repurchase on online shopping platform among Generation X, all perspective of service qualities, platform's design and functionality, and values of products and services offered are vital for implementation.

Keywords: Trust, Repurchase Intention, Online Shopping Platform, Generation X

Introduction

The Internet has become an essential aspect of people's everyday life. People's daily routines have evolved away from analog activities and toward those that take place online. In Thailand, internet users raised from 26 million to 50 million over this five-year period (Office of The National Broadcasting and Telecommunications Commission [NBTC], 2021). COVID-19 has only helped to intensify this tendency of internet usage. 83.6% of Thai internet users have made an online purchase, which is higher than the worldwide average and at the world's third-highest rate (Kemp, 2021). Online shopping has rapidly expanded (Daniela, 2021). Over one billion individuals made purchases via the internet in 2020, and the total revenue generated has passed four trillion dollars U.S. and projected to reach \$4.89 trillion in the years to come.

Generation X is the generation born between 1966 and 1980. They're a bridge between the traditional elders and the tech-savvy young. Gen X should be recognized as a marketing target for all businesses since they are in their prime spending and earning years (Leonsky, 2014). According to Wallace (2015), Generation X has more spending power than previous generations. These ages purchase more from their higher discretionary income and more leisure time. They prefer using technology to assist their routines, such as using Internet for research and check e-mails (Berkup, 2014). This research is focused on investigating the repurchase intention of Generation X's consumers as they highly uses internet for online shopping. According to Electronic Transactions Development Agency [ETDA] (2021) and World Population Review (2021), Gen X in Thailand contained 16.84 million people from total population of 70.01 million in 2021 and more than 70% prefers to shop online. Moreover, this study concentrated on the three most popular e-commerce platforms in Thailand, using an estimated number of monthly visits across all major platforms during the third period of 2021 (Iprice, 2021). Shopee, Lazada, and JD Central have been in top ranked, in which this study will refer to as Orange, Blue, and Red platforms.

Kim and Kim (2004) believed that the success of online retailers depends on the inherent quality of products, service delivery and customer retention approaches. Online customers put a premium on trust as a means of mitigating the inherent risks and uncertainties in making online purchases (Bao et al., 2016). In addition, because of the significant cost associated with acquiring new consumers, many retailers that operate online are concentrating their efforts on retaining clients and urge them for repurchases. Therefore, building confidence in online transaction and understand consumers repurchase behavior has become crucial for academics and marketers to cultivate and sustain long-term customer relationships (Kumar & Anjaly, 2017).

Objectives of the Study

1. To investigate the influence of responsiveness on trust of generation X consumers in utilizing the top three online shopping platforms in Thailand.
2. To investigate the influence of trust on perceived usefulness of generation X consumers in utilizing the top three online shopping platforms in Thailand.
3. To investigate the influence of perceived usefulness, trust, enjoyment, customer satisfaction and perceived value on repurchase intention of generation X consumers in utilizing the top three online shopping platforms in Thailand.

Research Framework

The study framework is derived from studies of Chiu et al. (2009), Lin and Lekhawipat (2014) and Mou et al. (2019) that relates to online shopping and their respective conceptual underpinnings. Seven variables were selected in attempting to study Gen X's trust and repurchase intention on an online shopping platform, which are responsiveness, perceived usefulness, enjoyment, customer satisfaction, and perceived value as shown in Figure 1.

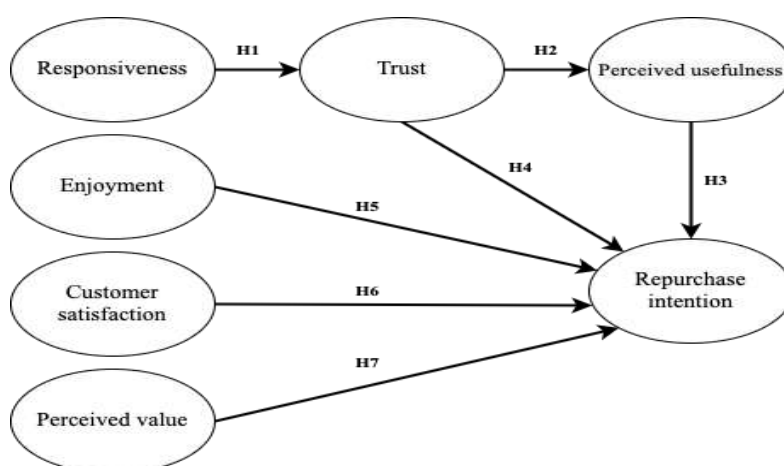


Figure 1 Conceptual Framework

Significance of the Study

To seize the opportunity in the rapid growth of online shoppers, efforts in attracting and retaining customers should be actioned. The repurchase behavior of generation X's consumers as well as trust and perceived usefulness in online shopping platforms are crucial for marketers and management to understand significant factors that can determine attraction and retention. With these insights gained, strategies can be developed to sustain customer relationships and utilization of online shopping platforms. This study is beneficial to marketers and online shopping platform operators to understand the significant influencers on trust, perceived usefulness and repurchase intention specifically on generation X consumers.

Literature Review

1. Responsiveness (RES)

Responsiveness refers to the willingness of retailers to provide prompt and efficient service assistance as demanded by customers (Sharma et al., 2022). According to Gummerus et al. (2004) and Sarkar et al. (2020), trust is correlated with responsiveness. This is because responsiveness reflects the client's view of the firm's competence and ability to respond to their demands. Since there is no face-to-face interaction on an e-commerce platform, web business service quality is an important mediator between service quality (responsiveness) and customer loyalty (trust), and high service quality results in a higher level of trust (Choi & Mai, 2018). The hypothesis, which developed out of earlier research, is as follow:

H1: Responsiveness has significant influence on trust.

2. Trust (TR)

The accumulation of unwavering views about another party's empathy, competence, and honesty is referred to trust (Omotayo & Adeyemi, 2018). Internet commerce demands greater levels of trust from difficulty in evaluating the level of online purchasing security (Gefen et al., 2003). Customer perception of e-commerce trust influence perceived usefulness (Mostafavi & Moghadam, 2016). Furthermore, consumer confidence determines the likelihood of an acquisition or repurchase (Das, 2016). Building customers trust reduce the risk and vulnerability associated with repeated purchase (Bao et al., 2016). The hypotheses are developed as follow:

H2: Trust has significant influence on perceived usefulness.

H4: Trust has significant influence on repurchase intention.

3. Perceived Usefulness (PU)

Users' expectation on the information technology's potential to help them accomplish a goal is called perceived usefulness (Kahar et al., 2019). When people find it simple to interact with the website, view product information, and transact online payment, they will view internet purchasing as more useful, and thereby increase their likelihood of repeat purchases (Leung et al., 2022). When consumers find its useful, they will continue to shop online regardless of whether they were previously unsatisfied (Ali, 2016). The hypothesis is developed as follow:

H3: Perceived usefulness has significant influence on repurchase intention.

4. Enjoyment (ENJ)

Enjoyment is the degree that system's activity was designed to be enjoyable, regardless of its performance implications (Bulsara & Vaghela, 2020). Enjoyment enhances customer loyalty and aim for retaining web-based shopping (Kazancoglu & Demir, 2021). Enjoyment of previous purchases influences the likelihood that a customer will make another online purchase from the same vendor (Kitjaroenchai, 2018; Murhadi et al., 2021). The more enjoyable an online shopping experience is at a particular website, the more likely

that customers will continue purchase on that site (Punuindoong & Syah, 2020). Therefore, hypothesis is developed as follow:

H5: Enjoyment has significant influence on Repurchase intention.

5. Customer Satisfaction (CSAT)

Customer satisfaction refers to a general attitude that customers have toward a product or service provider in which it acts as a significant contributor to customer retention and attraction (Tandon et al., 2017). According to Tata et al. (2020), a customer's desire to purchase from the same e-retailer is directly proportional to their level of satisfaction. Customer satisfaction has a major role in determining whether customers will return to a particular service provider (Chiu & Cho, 2021; Elbeltagi & Agag, 2016). The hypothesis is developed as follow:

H6: Customer satisfaction has significant influence on repurchase intention.

6. Perceived Value (PV)

The amount of pleasure gained by striking a balance between the two elements of an object is referred to as the perceived value (Sweeney et al., 1999). Pham et al. (2018) suggested that customers view value as a crucial factor when selecting online retailer to purchase. Ali and Bhasin (2019) concluded that customers are more likely to buy on online where they can get a better deal. There is a strong association between how much value a customer places and their likelihood to buy it again online (Musa, 2018). Therefore, hypothesis is proposed as follow:

H7: Perceived value has significant influence on repurchase intention.

7. Repurchase Intention (RPI)

In online businesses, repurchase intention describes a customer's desire to make subsequent purchases from an online store they have already visited and purchased. Repurchase intention is a customer's inclination to explore an online marketplace, contemplate buying from it, and be loyal to it (Wijaya & Farida, 2018). Similarly, Setyorini and Nugraha (2017) noted that when online customers had great experience with a product or service, they are more likely to repurchase it in the future. In this study, the author established repurchase intention to the desire to buy products or services again through the same electronic platform.

Research Methodology

Quantitative data was gathered via online questionnaires. The questionnaires consist of three sections: screening questions, scale items using a five-point Likert scale, and demographic questions. The content validity was checked using the index of Item Objective Congruence (IOC) rated by three experts and 30 pilot tests. The reliability coefficient (Cronbach's Alpha) was adequate. Then, a total of 500 valid questionnaires were collected

and analyzed using SPSS and AMOS to test confirmatory factor analysis (CFA) and structural equation modeling (SEM).

1. Target Population and Sample Size

This research is targeted on Gen X in Thailand and shopped on the three selected online shopping platforms. Generation X is those between the age of 42 and 56. Calculation from A-priori sample size calculator with probability level set at 0.05 has recommended a minimum sample size of 425 respondents (Soper, 2022) and 500 valid data sets were collected, surpassing the requirement.

2. Sampling Procedures

Samples were selected using three sampling methods. Purposive/judgment sampling is first applied to select Thais between the ages of 42 and 56 and must have shopped on one of the top three ranked online shopping platforms in Thailand (Orange, Blue, or Red). Secondly, quota sampling technique is used to allocate 500 responses to each platform as shown in table 1 to ensure that the samples selected possess the same characteristics as the population. Then, questionnaires were distributed to respondents using convenience sampling.

Table 1 Sample Size of Each Online Shopping Platform

Platform	Estimated Monthly Visit (Million)	Percentage Allocation (%)	Proportional Sample Size
Orange	20.42	50.72	255
Blue	12.64	31.40	160
Red	7.20	17.88	85
Total	40.26	100	500

Source: lprice (2021)

Results and Discussion

1. Demographic Information

From a total of 500 respondents, 50.2% were male, and 49.8% were female. The age range between 42 to 46 was slightly more than other age ranges at 59.4%. For education, 53.8% of the respondents possessed a bachelor's degree and 32.4% of the respondents have income at 15,001-20,000 and 20,001-25,000 baht. The majority group prefer shopping less than 3 times per day using Orange platform at 71.6 %, followed by Blue platform at 24.2%, and Red platform at 4.2%.

2. Confirmatory Factor Analysis (CFA)

CFA is used to verify convergent validity (composite reliability, factor loading, and average variance extracted) and discriminant validity (Brown, 2015). Table 2 has indicated

that the internal consistency is satisfied with Cronbach's Alpha values greater than 0.70 (Tavakol & Dennick, 2011). Furthermore, factor loading is greater than 0.5, and the composite reliability is greater than 0.7. (Hatcher & O'Rourke, 2014). Each variable has satisfied the criterion. Referred to Hair et al. (2017), the discriminant validity was acceptable in table 3 as the square root of each AVE diagonally with the correlation coefficients had a higher value than correlations with other constructs.

Table 2 Confirmatory Factor Analysis Results

Variable	Source of Questionnaire (Measurement Indicator)	No. of Item	Cronbach's Alpha	Factor Loading	CR	AVE
RES	Chiu et al. (2009)	3	0.833	0.764-0.827	0.834	0.627
TR	Trivedi and Yadav (2020)	4	0.955	0.866-0.962	0.954	0.839
PU	Larasetiati and Ali (2019)	5	0.953	0.875-0.920	0.953	0.802
ENJ	Ali (2016)	4	0.903	0.778-0.907	0.904	0.702
CSAT	Lin and Lekhawipat (2014)	4	0.890	0.788-0.846	0.891	0.673
PV	Mou et al. (2019)	4	0.861	0.689-0.825	0.865	0.617
RPI	Sullivan and Kim (2018)	4	0.882	0.707-0.862	0.883	0.655

Note: Composite Reliability (CR) and Average Variance Extracted (AVE) are acceptable at value greater than 0.7 and 0.5, respectively.

Table 3 Discriminant Validity Output

Variable	RES	TR	PU	ENJ	CSAT	PV	RPI
RES	0.792						
TR	0.191	0.916					
PU	0.099	0.098	0.896				
ENJ	0.058	0.375	0.114	0.838			
CSAT	0.010	0.282	0.097	0.447	0.820		
PV	0.068	0.322	0.096	0.534	0.346	0.785	
RPI	-0.003	0.507	0.201	0.542	0.392	0.478	0.809

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

3. Structural Equation Model (SEM)

Different indices, such as the goodness-of-fit index and the Chi-Square, can be used to assess the SEM. Table 4 displays the fit indices of CMIN/df, GFI, AGFI, TLI, NFI, CFI, RMSEA and recommended cutoffs for model fitness. After model adjustments, the goodness of fit calculated was within the acceptable range, indicating that the structural model was adequately represented.

Table 4 Goodness of Fit for Structural Equation Model (SEM)

Fit Index	Recommended Value and Source	Statistical Value
CMIN/df	<5.00 (Awang, 2012; Al-Mamary & Shamsuddin, 2015)	3.186
GFI	≥ 0.85 (Sica & Ghisi, 2007)	0.866
AGFI	≥ 0.80 (Sica & Ghisi, 2007)	0.833
TLI	≥ 0.80 (Sharma et al., 2005)	0.926
NFI	≥ 0.80 (Wu & Wang, 2006)	0.910
CFI	≥ 0.80 (Bentler, 1990)	0.936
RMSEA	< 0.08 (Pedroso et al., 2016)	0.066

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, TLI = Tucker Lewis index, NFI = normalized fit index, CFI = comparative fit index, RMSEA = root mean square error of approximation

4. Research Hypothesis Testing Result

All hypotheses tested with SEM were supported, which were derived from the regression weights and the standardization of the regression weights. Table 5 shows the outcomes of the hypothesis testing. Enjoyment was the key contributor of repurchase intention on online shopping platform, followed by trust, perceived value, perceived usefulness, and customer satisfaction. Responsiveness significantly determined trust on online shopping platform and also indirectly determined repurchase intention through mediating influence of trust and perceived usefulness. Trust consequently impacted repurchase intention directly and indirectly through perceived usefulness.

Table 5 Hypothesis Testing Result

Hypothesis	Standardized Estimate (β)	t-Value	Result
H1: RES $\rightarrow$ TR	0.195	3.943	Supported
H2: TR $\rightarrow$ PU	0.092	1.987	Supported
H3: PU $\rightarrow$ RPI	0.168	3.942	Supported
H4: TR $\rightarrow$ RPI	0.376	8.530	Supported
H5: ENJ $\rightarrow$ RPI	0.422	9.179	Supported
H6: CSAT $\rightarrow$ RPI	0.154	3.494	Supported
H7: PV $\rightarrow$ RPI	0.215	4.772	Supported

Note: ***= $p < 0.01$

In H1, RE significantly and positively influence TR from standardized path coefficients at 0.195 and t-value at 3.943. From this findings, customers' trustworthiness on online shopping platform can be earned from the quality service, efficient assistance, and prompt response to their demand. The results of prior research by Choi and Mai (2018), Sarkar et al. (2020), and Zhang et al. (2021) were congruent with the findings.

In H2, TR significantly and positively influence PU from standardized path coefficient at 0.092 and t-value at 1.987. This indicates that when customers have confidence in online shopping platform, it would ease their concerns on security and more willing to optimize the usage of online shopping platform. The finding was consistent with the studies of Liebana-Cabanillas et al. (2017), Pipitwanichakarn and Wongtada, (2020), and Setyorini and Nugraha (2017).

In H3, PU positively influence RPI with standardized path coefficient at 0.168 and t-value at 3.942. A useful platform may enable customers to purchase products that matches their expectation, therefore, consumers who felt the usefulness of shopping at their specify platform would be more inclined to make a repeat purchase. The results of prior research were congruent with the findings (Chanthasaksathian & Nuangiamnong, 2021; Leung et al., 2022; Mendoza, 2021).

In H4, TR significantly and positively influence RPI with standardized path coefficient at 0.376 and t-value at 8.530. It was found that the customers' preferred the platform, which removes barriers between merchants and customers by explicitly confirming basic integrity, secure, and makes them more likely to buy again. The results of prior research conducted by Bao et al. (2016), Miao et al. (2022), and Prahiawan et al. (2021) were aligned with the findings.

In H5, ENJ significantly and positively influence RPI with standardized path coefficient at 0.422 and t-value at 9.179. This has proven the research of Chiu et al. (2009), Kitjaroenchai (2018), and Murhadi et al. (2021). The enjoyable experience from using online shopping platform would influence their decision to repurchase with the same operator. Customers perceived enjoyment as the most crucial factor, among other indicator studied, towards their repurchase intention.

In H6, CSAT significantly and positively influence RPI with standardized path coefficient at 0.154 and t-value at 3.494. The positive purchase experience that satisfies customers would induce their tendency to repurchase with the same online shopping platform. The results were congruent with Chiu and Cho (2021), Johan et al. (2020), and Park and Thangam (2019).

Lastly in H7, PV significantly and positively influence RPI with standardized path coefficient at 0.215 and t-value at 4.772. This emphasizes the research conducted by Ali and Bhasin (2019), Huang and Chang (2019), and Rahmayanti and Wandebori (2018) that the

favorable gap between what customers paid and what they received would attract their future repurchase intention.

Conclusions, Recommendations, Limitations and Future Research

1. Conclusions

This study examined the factors that may influence the trust and repurchase intent of Generation X consumers on online shopping platforms in Thailand. Customers in Thailand between the ages of 42 and 56 belonging to Generation X were the focus of this study. The research has utilized previous studies, the theory of planned behavior (TPB), the technological acceptance model (TAM), the electronic service quality (E-SQ), the valence framework, and the expectation confirmation theory (ECT) to develop conceptual framework. Seven variables were tested for hypotheses proposed, which include responsiveness, trust, perceived usefulness, enjoyment, customer satisfaction, perceived value, and repurchase intention. From a quantitative methodology, the author has collected 500 complete sets of questionnaires, which were analyzed using CFA and SEM. The findings had demonstrated that all hypotheses were supported with empirical data. Gen X's likelihood to repurchase on an online shopping platform was shown to be most affected by their level of enjoyment, while their trust was mostly affected by the responsiveness to their needs. Trust played a role in how Generation X saw the value of various online purchasing sites. Trust also had the second-strongest effect on Gen X's repurchase intention on online shopping platforms, followed by perceived value, perceived usefulness, and customer satisfaction, which had the least effect. From the research findings, the author has derived with the following recommendation.

2. Recommendations

Firstly, marketers and operators of online shopping platform should deliberately focus on developing the platform in such manner that provide ease of use for consumers, through its flow experience, functionalities, site navigations, and aesthetics. The premium design and functionality of platform could consequently lead to consumers' enjoyment, perceived usefulness, and satisfaction while browsing, seeking information, and making purchase of their desired products and services.

Secondly, apart from the design, products and services offered by online shopping platform should be diverse, legit, and qualified for the fairness and value of consumers purchased. These product qualities could be controlled through constructive policies and requirements for e-sellers to comply and regular monitoring of products and services offered by e-sellers within the platform.

Lastly, customer service should be well offered to consumers promptly according to their needs, and properly track service level and feedback for continuous improvement.

Such fine service quality would earn customers' trust on the online shopping platform and their decision to repurchase.

3. Limitations and Future Research

The academics could utilize this research to further extend the study for different perspectives that could assist e-commerce firms and marketers. This study has primarily focused on respondents of Generation X living in Thailand, therefore by applying different target group, geographical region, and control variables such as gender and frequency of use could provide different findings. Also, the academics may apply different research theories for conceptual framework which could result to different factors for study and insights that determine trust and repurchase intention of consumers.

Reference

- Al-Mamary, Y.H., & Shamsuddin, A. (2015) Testing of the technology acceptance model in context of Yemen. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(4).
- Ali, A., & Bhasin, J. (2019). Understanding customer repurchase intention in e-commerce: Role of perceived price, delivery quality, and perceived value. *Jindal Journal of Business Research*, 8(2), 142-157.
- Ali, T. (2016). Factors deriving consumers' repurchase intention in online shopping: A Pakistani consumer's perspective. *International Journal of Management Sciences and Business Research*, 5(12), 261-270.
- Awang, Z. (2012). Structural equation modeling using AMOS graphic. Penerbit Universiti Teknologi MARA.
- Bao, H., Li, B., Shen, J., & Hou, F. (2016). Repurchase intention in the Chinese e-marketplace: Roles of interactivity, trust and perceived effectiveness of e-commerce institutional mechanisms. *Industrial Management & Data Systems*, 116(8), 1759-1778.
- Bentler, P. M. (1990). Comparative fit indexes in structural models. *Psychological Bulletin*, 107(2), 238-246.
- Berkup, S. B. (2014). Working with Generation X and Y in Generation Z period: Management of different generations in business life. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(19), 218-229.
- Brown, T. A. (2015). *Confirmatory factor analysis for applied research*. Guilford Publications.
- Bulsara, H. P., & Vaghela, P. S. (2020). Online shopping intention for consumer electronics products: A literature review and conceptual model. *E-Commerce for Future & Trends*, 7(1), 24-32.
- Chanthasaksathian, S., & Nuangjamnong, C. (2021). Factors influencing repurchase intention on e-Commerce platforms: A case of GET application. *International Research E-Journal on Business and Economics*, 6(1), 28-45.

- Chiu, C.-M., Chang, C.-C., Cheng, H.-L., & Fang, Y.-H. (2009). Determinants of customer repurchase intention in online shopping. *Online Information Review*, 33(4), 761–784.
- Chiu, W., & Cho, H. (2021). E-commerce brand: The effect of perceived brand leadership on consumers' satisfaction and repurchase intention on e-commerce websites. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 33(6), 1339-1362.
- Choi, Y., & Mai, D. Q. (2018). The sustainable role of the e-trust in the B2C e-commerce of Vietnam. *Sustainability*, 10(1), 291.
- Daniela, C. (2021). *E-commerce worldwide - statistics & facts*. Statista. Retrieved from <https://www.statista.com/topics/871/online-shopping/#dossierKeyfigures>
- Das, G. (2016). Antecedents and consequences of trust: An e-tail branding perspective. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 44(7), 713-730.
- Elbeltagi, I., & Agag, G. (2016). E-retailing ethics and its impact on customer satisfaction and repurchase intention: A cultural and commitment-trust theory perspective. *Internet Research*, 26(1), 288-310.
- Electronic Transactions Development Agency. (2021). *Thailand Internet User Behavior 2020*. Retrieved from https://www.eta.or.th/th/Useful-Resource/publications/Thailand-Internet-User-Behavior-2020_Slides.aspx
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS quarterly*, 27(1), 51-90.
- Gummerus, J., Liljander, V., Pura, M., & van Riel, A. (2004). Customer loyalty to content-based Web sites: The case of an online health-care service. *Journal of services Marketing*, 18(3), 175-186.
- Hair, J., Hollingsworth, C. L., Randolph, A. B., & Chong, A. Y. L. (2017). An updated and expanded assessment of PLS-SEM in information systems research. *Industrial Management & Data Systems*, 117(3), 442-458.
- Hatcher, L., & O'Rourke, N. (2014). *A step-by-step approach to using SAS for factor analysis and structural equation modeling* (2nd ed.). SAS Institute.
- Huang, S. L., & Chang, Y. C. (2019). Cross-border e-commerce: consumers' intention to shop on foreign websites. *Internet Research*, 29(6), 1256-1279.
- Iprice. (2021). *E-commerce war in Thailand*. iPrice Thailand. Retrieved from <https://ipricethailand.com/insights/mapofecommerce>
- Johan, I. S., Indriyani, R., & Vinceviča-Gaile, Z. (2020). Measuring repurchase intention on fashion online shopping. *EDP Sciences*, 76(1), 01015.
- Kahar, A., Wardi, Y., & Patrisia, D. (2019). The influence of perceived of usefulness, perceived ease of use, and perceived security on repurchase intention at tokopedia.com. In Appolloni et al. (Eds.), *Proceedings of the 2nd Padang International Conference on Education, Economics, Business and Accounting (PICEEBA-2 2018)*. Atlantis Press.

- Kazancoglu, I., & Demir, B. (2021). Analysing flow experience on repurchase intention in e-retailing during COVID-19. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 49(11), 1571-1593.
- Kemp, S. (2021). *Digital 2021: Global digital overview*. Datareportal. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>
- Kim, Y.E., & Kim, Y.K. (2004). Predicting online purchase intentions for clothing products. *European Journal of Marketing*, 38(7), 883-897.
- Kitjaroenchai, M. (2018). *A comparative study of online repurchase intention towards travel package between generation X and generation Y*. (Master's thesis, Assumption University). AU Archives.
- Kumar, A., & Anjaly, B. (2017). How to measure post-purchase customer experience in online retailing? A scale development study. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 45(12), 1277-1297.
- Larasetiati, M., & Ali, H. (2019). Model of consumer trust: Analysis of perceived usefulness and security toward repurchase intention in online travel agent. *Saudi Journal of Economics and Finance*, 3(8), 350-357.
- Leonsky, R. (2014). *Why Gen X still matters and how to market to them*. Web. Retrieved from <https://forum.web.com/why-gen-x-stillmatters-and-how-to-market-to-them/>
- Leung, W.K.S., Chang, M.K., Cheung, M.L., & Shi, S. (2022). Understanding consumers' post-consumption behaviors in C2C social commerce: The role of functional and relational customer orientation. *Internet Research*, 32(4), 1131-1167.
- Liebana-Cabanillas, F., Marinkovic, V., & Kalinic, Z. (2017). A SEM-neural network approach for predicting antecedents of m-commerce acceptance. *International Journal of Information Management*, 37(2), 14-24.
- Lin, C., & Lekhawipat, W. (2014). Factors affecting online repurchase intention. *Industrial Management & Data Systems*, 114(4), 597-611.
- Mendoza, E. C. (2021). A study of online customers repurchase intention using the 4Rs of marketing framework. *International Review of Management and Marketing*, 11(2), 1.
- Miao, M., Jalees, T., Zaman, S.I., Khan, S., Hanif, N.-u., & Javed, M.K. (2022). The influence of e-customer satisfaction, e-trust and perceived value on consumer's repurchase intention in B2C e-commerce segment. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 34(10), 2184-2206.
- Mostafavi, E., & Moghadam, F. M. (2016). The cognitive factors affecting the customer's intention for online repurchase. *Internet Research*.
- Mou, J., Cohen, J., Dou, Y., & Zhang, B. (2019). International buyers' repurchase intentions in a Chinese cross-border e-commerce platform: A valence framework perspective. *Internet Research*, 30(2), 403-437.

- Murhadi, T., Aziz, N., Utami, S., & Majid, M. (2021). Investigating repurchase Intention on Sharia shares: An empirical evidence of the Sharia stock market in Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(5), 761-768.
- Musa, N. B. C. (2018). Siti Nor Bayaah Ahmad a repurchase intention in Malaysia. *International Journal of Current Research*, 10(12), 76714.
- Office of The National Broadcasting and Telecommunications Commission. (2021). *Internet users in Thailand*. <http://webstats.nbt.go.th/netnbt/INTERNETUSERS.php>
- Omotayo, F. O., & Adeyemi, R. O. (2018). Determinants of continuance intention to use online shops in Nigeria. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 23(2), 1-44.
- Park, J. Y., & Thangam, D. (2019). What makes customers repurchase grocery products from online stores in Korea. *International Journal of E-Business Research*, 15(4), 24-39.
- 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.
- Pham, Q. T., Tran, X. P., Misra, S., Maskeliūnas, R., & Damaševičius, R. (2018). Relationship between convenience, perceived value, and repurchase intention in online shopping in Vietnam. *Sustainability*, 10(1), 156.
- Pipitwanichakarn, T., & Wongtada, N. (2020). The role online review on mobile commerce adoption: An inclusive growth context. *Journal of Asia Business Studies*, 14(5), 759-778.
- Prahiawan, W., Juliana, J., & Purba, J. T. (2021). The role of e-satisfaction, e-word of mouth and e-trust on repurchase intention of online shop. *International Journal of Data and Network Science*, 5(4), 1-8.
- Punuindoong, D. H. F., & Syah, T. Y. R. (2020). Affecting Factors over Repurchase Shop Intention at E-Commerce Industry. *Journal of Multidisciplinary Academic*, 4(2), 77-81.
- Rahmayanti, A., & Wandebori, H. (2018). The effects of e-service quality on customer online repurchase intention towards e-commerce marketplace C2C in Indonesia. *Proceeding Book The 7th Smart Collaboration for Business in Technology and Information Industries*. School of Economics & Business Telkom University.
- Sarkar, S., Chauhan, S., & Khare, A. (2020). A meta-analysis of antecedents and consequences of trust in mobile commerce. *International Journal of Information Management*, 50(1), 286-301.
- Setyorini, R., & Nugraha, R. P. (2017). The effect of trust towards online repurchase intention with perceived usefulness as an intervening variable: A study on KASKUS marketplace customers. *The Asian Journal of Technology Management*, 9(1), 1-7.

- Sharma, D., Paul, J., Dhir, S., & Taggar, R. (2022). Deciphering the impact of responsiveness on customer satisfaction, cross-buying behaviour, revisit intention and referral behaviour. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 34(10), 2052-2072.
- 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.
- 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). *A-priori sample size calculator for structural equation models* [Software]. Daniel Soper. <http://www.danielsoper.com/statcalc>
- Sullivan, Y. W., & Kim, D. J. (2018). Assessing the effects of consumers' product evaluations and trust on repurchase intention in e-commerce environments. *International Journal of Information Management*, 39, 199-219.
- Sweeney, J. C., Soutar, G. N., & Johnson, L. W. (1999). The role of perceived risk in the quality-value relationship: A study in a retail environment. *Journal of retailing*, 75(1), 77-105.
- Tandon, U., Kiran, R., & Sah, A. (2017). Analyzing customer satisfaction: Users perspective towards online shopping. *Nankai Business Review International*, 8(3), 266-288.
- Tata, S. V., Prashar, S., & Parsad, C. (2020). Examining the influence of satisfaction and regret on online shoppers' post-purchase behaviour. Benchmarking: *An International Journal*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1108/BIJ-06-2020-0332>
- Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International Journal of Medical Education*, 2, 53-55.
- Trivedi, S.K., & Yadav, M. (2020). Repurchase intentions in Y generation: Mediation of trust and e-satisfaction. *Marketing Intelligence & Planning*, 38(4), 401-415.
- Wallace, M. (2015). *Generation X: The small but mighty generation*. Centro. <http://blog.centro.net/generation-x-the-small-butmighty-generation/>
- Wijaya, R., & Farida, N. (2018). Determinants of repurchase intentions at online stores in Indonesia. *International Journal of E-Business Research*, 14(3), 95-111.
- World Population Review. (2021). *Thailand population Review*. Retrieved from <https://worldpopulationreview.com/countries/thailand-population>
- 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.
- Zhang, R., Jun, M., & Palacios, S. (2021). M-shopping service quality dimensions and their effects on customer trust and loyalty: An empirical study. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 40(1), 169-191.

CHALLENGES AND STRATEGIES IN IMPLEMENTING A CENTRAL CLEARING HOUSE FOR UNIFIED TICKETING IN BANGKOK METROPOLITAN REGION'S PUBLIC TRANSPORT

Atipon Satranarakun¹ Tanpat Kraiwanit^{2*} Nutchapon Prasertsoong³ and
Piyawat Techapatimanond⁴

^{1,2,3} Faculty of Economics, Rangsit University, Pathum Thani, Thailand

⁴ Faculty of Liberal Art, Krirk University, Bangkok, Thailand

*Corresponding author email: tanpat.k@rsu.ac.th

Received 19 January 2024

Revised 11 February 2024

Accepted 29 February 2024

ABSTRACT

The study examines the challenges in implementing a Central Clearing House (CCH) for a unified ticketing system in Bangkok's public transport network in Thailand. The qualitative approach was conducted. In-depth interviews were used with eight key informants, employing purposive sampling. Content analysis was used to analyze the data. The findings illuminate the multifaceted challenges inherent in the implementation of a CCH in Thailand. The research underscores the necessity of meticulous planning, robust legislative frameworks, and collaborative synergy between governmental bodies and private sectors as fundamental strategies to navigate these complexities. The study further highlights that the endeavor to institute a CCH is not merely a response to logistical and operational challenges but also a strategic alignment with the global evolution of public transportation systems. This alignment is indicative of an acute awareness of and responsiveness to the dynamic needs and anticipations of contemporary commuters. The research posits that the realization of a more interconnected and efficient transit network is pivotal in meeting these evolving consumer demands and contributing to the broader discourse on urban mobility solutions.

Keywords: Central Clearing House (CCH), Public Transport, Ticketing System, Challenges, Bangkok Metropolitan Region

Introduction

Traffic congestion in Bangkok has long been a significant issue affecting the lives of residents in the metropolitan area and its surrounding vicinities. This problem has resulted in various economic impacts, such as altering commuting behaviors and travel methods of Bangkok residents, increasing domestic fuel consumption, and necessitating new public infrastructure investments to address traffic issues. Traffic congestion in Bangkok is a complex and long standing issue, with the city being ranked among the world's most congested cities by several international organizations (Bhu-Anantanondh et al., 2021; Marks, 2020; Vichiensan et al., 2021; Phiboonbanakit & Horanont, 2021; Prakayaphun et al., 2023). One of the primary causes of traffic congestion in Bangkok is the high number of vehicles on the roads and the inadequate public transport services to meet the population's needs. This results in a low proportion of public transport use compared to personal vehicle usage. In 2019, a survey found that the total travel volume in Bangkok and its surrounding areas was 11,124.3 million trips per year, with only 19.24% of these trips made using public transport systems. Notably, 80% of public transport users utilized regular buses. It is evident that the proportion of public transport users is still low compared to private vehicle users, partly due to various factors such as limited reach of mass transit systems, high ticket prices, unreliable transport schedules, and poor conditions of public transport vehicles. One factor contributing to the low usage of mass transit systems is the high cost of tickets, especially for electrified train services, which are the most expensive among public transport services. The average fare for an electrified train trip is around 28.30 baht, making it less accessible to a large portion of the population. When comparing the daily electrified train fare to the minimum daily income in Bangkok and its surrounding areas, passengers spend 26-28% of their income on daily electric train tickets (Kasikorn Research Center, 2016; Marks, 2019; Ayaragarnchanakul, & Creutzig, 2022). Addressing Bangkok's traffic congestion requires a multifaceted approach. Upgrading the public transport system, particularly in terms of mobility, comfort, convenience, and capacity, is essential. Railways have been identified as a crucial solution for future mass transit in the city. Plans are in place to construct additional train routes across Bangkok, with a focus on enhancing traffic efficiency and reducing operational costs. Increasing train routes is also environmentally beneficial, as most trains use electricity, whereas public buses are just starting to transition to clean energy. Innovations in the railway system are critical for the city's development, and expanding the mass rail network is expected to alleviate congestion, although additional measures will be necessary (Basu, 2017; Iamtrakul et al., 2017; Kii et al., 2021; The Nation 2023).

The Central Clearing House (CCH) is an integral component in electronic payment systems, serving as an intermediary platform that facilitates and categorizes transactions according to their respective service providers. This system plays a critical role in the operational framework

of electronic payments. The CCH is indispensable to contemporary business operations. Its significance lies not only in its convenience but also in its capacity to handle substantial financial transactions securely and reliably. The implementation of a CCH system enhances the efficiency of financial exchanges, ensuring both safety and dependability in electronic payment processing. This system's ability to manage large volumes of transactions effectively makes it a fundamental element in the financial infrastructure of digital commerce (Bangkok Payment Solutions Company Limited, n.d.; Office of Transport and Traffic Policy and Planning, 2015).

The traffic congestion problem in Bangkok is a result of outdated city planning, an increasing number of vehicles, inadequate public transportation, and economic growth. The high number of vehicles, combined with limited road space, leads to severe congestion, and the existing public transport system, especially buses, fails to meet the needs of many Bangkok residents. Addressing this issue requires improvements in public transport, particularly in expanding and integrating the mass transit network, and making it more accessible and affordable for the general population. Given their importance, the traffic congestion issues in Bangkok and the challenges in establishing a CCH in Thailand warrant thorough examination. Therefore, The study examines the challenges of establishing a CCH for a unified ticketing system in Bangkok's public transportation network. The establishment of a unified ticketing system through a CCH could have significant economic benefits, such as increased efficiency and cost savings in the long run. It could also have social impacts, like improved accessibility and convenience for the public, potentially leading to increased use of public transport and reduced traffic congestion.

Objective

The study examines the challenges of establishing a CCH to upgrade ticketing systems and integrate public transport in Bangkok and nearby areas.

Methodology

The research adopted a qualitative strategy as its core framework, emphasizing in-depth interviews—a cornerstone of qualitative studies. This method aims to unearth the underlying motives behind specific phenomena by examining the circumstances under which people or groups make choices and exhibit behaviors (Siripipatthanakul et al., 2022). In-depth interviews excel at providing granular insights on focused issues, thereby yielding data that align closely with the objectives of the research. These discussions offer an opportunity to thoroughly explore topics, achieving a level of understanding that quantitative approaches might miss (Brounéus, 2011; Khan & Razzaque, 2023). Furthermore, this study employed the documentary method as an auxiliary tool to bolster the gathering of primary data. This involved an in-depth analysis of

existing literature, which was instrumental in developing pertinent survey questions. The combination of firsthand insights from interviews and the analysis of secondary data through the documentary method laid a robust groundwork for the generation of comprehensive and precise findings. For participant selection, the research utilized purposive sampling, a technique prevalent in qualitative research for its targeted selection of individuals who possess significant insight into the study's focus, as judged by the researchers' expertise. This method seeks to deeply understand a specific phenomenon or group. The study's participants included eight distinguished professionals such as scholars, educators, and experts in the domains of shared ticketing systems and public transport networks, all above 18 years of age and residing in the Bangkok metropolitan region of Thailand.

Content analysis, employed as a qualitative technique, enables the systematic and objective identification and measurement of various phenomena. This approach allows for the extraction of valid insights from textual, visual, or auditory data sources (Asanprakit & Limna, 2023; Limna, 2023; Phuangsuan et al., 2024). Within the scope of this research, content analysis served as the key instrument for examining the qualitative data collected through in-depth interviews. By applying this method, it was possible to interpret the subtle verbal feedback provided by participants, thereby facilitating a thorough comprehension of the study's topic.

Results

The challenges and obstacles in establishing a Central Clearing House (CCH) in Thailand primarily stem from organizational overlap and conflicting interests. Technical aspects are considered secondary. This issue arises from the overlapping responsibilities of several government and private entities invested in various electric train projects. Government agencies involved include the State Railway of Thailand, the Mass Rapid Transit Authority of Thailand (MRTA), and the Bangkok Metropolitan Administration. Major private investors include BTS Group Holdings and Bangkok Expressway and Metro, along with upcoming participant Eastern High-Speed Rail Linking Three Airports Co., Ltd., responsible for the Airport Rail Link and high-speed rail connecting three airports. A significant current barrier to establishing the CCH in Thailand is the absence of a specific Act to regulate, supervise, and manage the automated fare collection system in transportation. This leads to duplicated systems within both the public and private sectors and a lack of clear directives at both policy and operational levels for a unified plan for automated fare collection systems across all relevant agencies. Moreover, there is no existing agency that has the legal authority to act as a CCH, which requires legal backing to enforce data integration and fee determination among transport providers. For CCH operations to be viable, they must generate sufficient revenue to cover expenses. Therefore, in establishing a CCH, it is crucial to

assess potential revenues and expenses, considering the public transportation system has multiple concessionaires, each designing its fare collection system to maximize its initial investment return, unwilling to compromise this advantage. Regarding the management of Thailand's CCH, it is proposed that it should fall under a neutral, honest, and accountable government agency, such as the Office of Transport and Traffic Policy and Planning, Ministry of Transport. This would encompass fare systems for buses and boats as well. Alternatively, if bus and boat systems are not integrated, it could be managed by the Department of Rail Transport, with new concessionaires mandatorily participating in a unified ticketing system. The government might have to negotiate with or compensate existing concessionaires for integrating their fare collection systems to ensure data compatibility. A common ticketing system would increase passenger numbers depending on its clarity and convenience. If a central agency issues a card usable across all transport modes with some discounts, it will likely attract more users due to its ease and cost-effectiveness.

A CCH faces current challenges and obstacles due to the public transportation fare collection system involving multiple concessionaires. Each concessionaire has designed their own fare collection system to maximize their initial profits, reluctant to forfeit these benefits. The government lacks legislation that mandates these concessionaires to adopt a unified ticketing system or join the CCH (Respondent 1).

The CCH, ideally, should be managed by the Office of Transport and Traffic Policy and Planning to ensure comprehensive coverage, including bus and boat fare systems. The government needs to enact laws compelling future concessionaires to participate in a unified ticketing system (Respondent 2).

The primary challenges arise from organizational overlap and conflicting interests among government and private entities involved in electric train projects. These include the State Railway of Thailand, the Mass Rapid Transit Authority of Thailand, Bangkok Metropolitan Administration, and major private investors like BTS Group Holdings and Bangkok Expressway and Metro. The addition of Eastern High-Speed Rail Linking Three Airports Co., Ltd. further complicates the scenario (Respondent 3).

The technical aspects, while secondary, involve the need for a unified automated fare collection system. Currently, we have duplicated systems within both public and private sectors. This lack of a cohesive approach results in inefficiencies and conflicts at both

policy and operational levels. Indeed, a significant barrier is the absence of a specific Act to regulate, supervise, and manage these systems. Without this, there's no clear directive for a unified plan. Also, no existing agency has the legal authority to act as a CCH, which is crucial for enforcing data integration and fee determination among transport providers (Respondent 4).

The financial aspect in establishing a CCH is crucial. For CCH operations to be viable, they must generate sufficient revenue to cover expenses. With multiple concessionaires involved, each aiming to maximize its return on investment, there's a reluctance to compromise on their fare collection systems (Respondent 5).

For management structure for Thailand's CCH, it's proposed that the CCH should fall under a neutral, honest, and accountable government agency, like the Office of Transport and Traffic Policy and Planning, Ministry of Transport. This would ideally encompass fare systems for buses and boats as well (Respondent 6).

If bus and boat systems aren't integrated, the Department of Rail Transport could manage it, mandating new concessionaires to participate in a unified ticketing system. However, this might require negotiations or compensation for existing concessionaires to ensure data compatibility (Respondent 7).

A common ticketing system, particularly one that is clear, convenient, and offers discounts, could significantly increase passenger numbers. A central agency issuing a card usable across all transport modes with some discounts would likely attract more users due to its ease and cost-effectiveness (Respondent 8).

Discussion

Successfully establishing a CCH in Thailand requires a holistic approach that includes organizational restructuring, legislative support, financial model building, client-centric service development, equity considerations and future-proofing strategies. These elements, if implemented synergistically, would not only address current challenges but also position Thailand's public transportation system for long-term sustainability and growth. The findings of the study are consistent with those of several other studies. According to Mahitthirook (2017), the lack of specific legislation to regulate, monitor and manage automated fare collection systems in transportation leads to duplicate systems in the public and private sectors. This also creates a

gap in providing clear guidance for a unified fare collection system. In addition, none of the current authorities have the legal authority to act as a CCH, which is critical to enforcing data integration and setting charges between transport providers. To be financially viable, a CCH must generate enough revenue to cover its expenses. However, the involvement of multiple concessionaires, each with its own fare collection system, creates resistance to standardization and compromises the financial viability of a unified approach. In addition, Bresson et al. (2003) analyzed the impact of changes in factors such as fares, service quality and revenue on the demand for public transportation. They concluded that demand for public transport is very sensitive to fare changes, suggesting that policy measures to reduce fares, possibly through subsidies, could significantly increase the use of public transport and reduce dependence on private vehicles. Satranarakun and Kraiwanit (2022) recommended that fares should be set lower than the cost of parking and vehicle maintenance to increase the use of public transport. They also emphasized the need to improve both the operation and equipment of buses to better meet the needs of passengers. Mahitthirook (2017) also suggested that the management of Thailand's CCH should be placed under a neutral, honest and accountable government agency, such as the Office of Transport and Traffic Policy and Planning within the Ministry of Transport. This arrangement should ideally include bus and boat fare systems to ensure a comprehensive and integrated approach to public transportation fare management. In addition, Satranarakun and Kraiwanit (2023) emphasized the need for a CCH to be managed by either a government agency or a neutral entity. Transport service providers were recommended to undertake promotional activities through digital networks targeting potential users who have the financial means but do not currently use these services. The study also suggested a collaboration between metro systems and community groups and stakeholders. The goal of this partnership is to develop initiatives and programs that address the specific needs of vulnerable populations while ensuring universal access to public transportation. The importance of subway accessibility laws, rules and regulations that focus on affordability and accessibility for the entire population was emphasized.

Conclusion

The successful establishment of a CCH in Thailand, though fraught with complexities, is attainable through a multi-faceted approach. Detailed planning, comprehensive legislative support, and synergistic collaborations between public and private entities are crucial for navigating the challenges. Such a development necessitates an understanding of the intricate dynamics of various stakeholders, including government agencies, private investors, and transit operators, and their alignment towards a common goal. The legislative aspect involves crafting and enacting specific regulations to govern automated fare collection and ensure the legal

empowerment of the CCH. This would provide a structured framework for data integration and fare standardization across different transport modes. Moreover, financial sustainability is a pivotal factor. The CCH must be designed to be economically viable, taking into consideration the revenue generation and cost implications of integrating disparate fare collection systems. This includes negotiating with multiple concessionaires to achieve a balance between individual profit motives and the overarching objective of a unified system. Additionally, the project aligns with the global evolution of public transport systems, which are increasingly moving towards integration and user-centricity. The focus on a more connected and efficient transport system not only responds to the global shift in public transport but also caters to the evolving needs and preferences of the consumer base. This includes ease of access, affordability, and reliability of public transportation, factors that are essential in enhancing public transit appeal and reducing reliance on private vehicles.

Practical and policy recommendations

To successfully establish a CCH in Thailand and address the complexities of integrating a common ticketing system for public transportation, the following policy and practical recommendations are proposed:

1. Establish a comprehensive legal framework specific to CCH operations. This framework should regulate fare collection systems, ensure data integration across various transportation modes, and define the roles and responsibilities of involved stakeholders.
2. Foster a collaborative environment among all stakeholders, including government bodies, private investors, and public transport operators. Encourage regular dialogues and workshops to align interests and objectives.
3. Develop a sustainable financial model for the CCH. This could involve exploring various funding options, including government subsidies, public-private partnerships, and fare restructuring to ensure the viability and sustainability of the CCH.
4. Invest in advanced technology to support an integrated ticketing and fare collection system. Ensure the technology adopted is scalable, secure, and user-friendly, facilitating seamless transitions between different transport modes.
5. Design the CCH with a strong focus on consumer convenience. This includes creating a simple, understandable fare structure, ensuring ease of ticket purchase and recharge, and providing real-time information to commuters.
6. Conduct extensive training programs for staff managing the CCH and related systems. This will ensure smooth operations and effective handling of the technological and operational aspects of the system.

7. Implement stringent data security measures to protect user information. Ensure compliance with privacy laws and build public trust in the system.

8. Launch public awareness campaigns to educate commuters about the benefits and usage of the new system. Engage with the public to gather feedback and make iterative improvements.

9. Establish a robust monitoring and evaluation mechanism to regularly assess the performance of the CCH. Use data-driven insights for continuous improvement and adaptation to changing needs.

Implementing these policies and practical recommendations will be crucial for the successful establishment and operation of a Central Clearing House in Thailand, leading to a more efficient, integrated, and user-friendly public transportation system.

Limitations and recommendations for future studies

The research on implementing a central clearing house (CCH) for Bangkok's public transport system acknowledges certain limitations. The primary concern stems from the reliance on in-depth interviews with just eight participants, selected through purposive sampling. This raises questions about the comprehensiveness and representativeness of the outcomes. Despite the richness of the qualitative data, the absence of quantitative insights limits the ability to generalize the findings across a broader context. Moreover, concentrating solely on Bangkok's transportation network might overlook the varied challenges encountered in different regions or situations. Future studies should aim to expand both the methodological approach and the diversity of the participant pool. Incorporating a wider array of stakeholders, such as commuters, government officials, and the private sector, could yield a more holistic view. Integrating quantitative research methods would enable a finer analysis of the CCH scheme's impact and efficacy. Comparative analysis with regions that have adopted similar systems could shed light on effective practices. Longitudinal research would offer insights into the long-term effects of CCH implementation. Furthermore, exploring the influence of technology, innovation, and differing policy environments would enhance understanding of the complexities involved in applying CCH within urban transport networks.

References

- Asanprakit, S., & Limna, P. (2023). Understanding the role of social influence in consumers' intention to use social commerce. *Rom Yoong Thong Journal*, 1(2), 103-121.
<https://so08.tci-thaijo.org/index.php/romyoongthong/article/view/2188>

- Ayaragarnchanakul, E., & Creutzig, F. (2022, February 9). *Ridding Bangkok of traffic congestion*. Bangkok Post. Retrieved from <https://www.bangkokpost.com/opinion/opinion/2261227/>
- Bangkok Payment Solutions Company Limited. (n.d.). *CCH System*. BPS. Retrieved from <https://www.bkkps.co.th/solutions-services/cch-system/>
- Basu, M. (2017, December 14). *How Bangkok plans to tackle traffic jams*. Govinsider Asia. Retrieved from <https://govinsider.asia/intl-en/article/dr-supachai-tantikom-bangkok-resilience/>
- Bhu-Anantanondh, N., Kanyajit, S., Suwannanon, A., & Sinloyma, P. (2021). Solving Bangkok's traffic problems. *Cosmopolitan Civil Societies: An Interdisciplinary Journal*, 13(1), 46-61. Retrieved from <https://doi.org/10.5130/ccs.v13.i1.7265>
- Bresson, G., Dargay, J., Madre, J. L., & Pirotte, A. (2003). The main determinants of the demand for public transport: A comparative analysis of England and France using shrinkage estimators. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 37(7), 605-627. [https://doi.org/10.1016/S0965-8564\(03\)00009-0](https://doi.org/10.1016/S0965-8564(03)00009-0)
- Brounéus, K. (2011). In-depth interviewing. In Hoglund, K., & Oberg, M. (Eds.) *Understanding Peace Research: Methods and Challenges (1st ed.)*. Routledge.
- Iamtrakul, P., Srivanit, M., & Klaylee, J. (2017). Resilience in urban transport towards hybrid canal-rail connectivity linking Bangkok's canal networks to mass rapid transit lines. *International Journal of Building, Urban, Interior and Landscape Technology*, 10, 27-42. Retrieved from <https://ph02.tci-thaijo.org/index.php/BUILT/article/view/117033>
- Kasikorn Research Center. (2016, September 9). *Impacts of traffic congestion on Bangkok's economy and life (Current issue no. 2771 full ed.)*. Kasikorn Research Center. Retrieved from <https://www.kasikornresearch.com/en/analysis/k-econ/economy/Pages/35760.aspx>
- Khan, T. A., & Razzaque, A. (2023). Quantitative vs. qualitative research in social science. *Odyssey of Academic Curiosity*, 1(01), 84-106. Retrieved from <https://oacjournal.com/index.php/Journal/article/view/7>
- Kii, M., Vichiensan, V., Llorca, C., Moreno, A., Moeckel, R., & Hayashi, Y. (2021). Impact of decentralization and rail network extension on future traffic in the Bangkok metropolitan region. *Sustainability*, 13(23), 13196. Retrieved from <https://doi.org/10.3390/su132313196>
- Limna, P. (2023). The impact of NVivo in qualitative research: Perspectives from graduate students. *Journal of Applied Learning & Teaching*, 6(2), 271-282. <https://doi.org/10.37074/jalt.2023.6.2.17>

- Mahitthirook, A. (2017, April 5). *MRTA to be single ticket 'clearing house'*. Bangkok Post. Retrieved from <https://www.bangkokpost.com/thailand/general/1227044>
- Marks, D. (2019, October 1). *Understanding Bangkok's traffic woes*. Bangkok Post. Retrieved from <https://www.bangkokpost.com/opinion/opinion/1762349/>
- Marks, D. (2020). An urban political ecology of Bangkok's awful traffic congestion. *Journal of Political Ecology*, 27(1), 732-758. Retrieved from <https://doras.dcu.ie/25104/>
- Office of Transport and Traffic Policy and Planning. (2015). *Establishment of Central Clearing House: CCH*. Ministry of Transport. Retrieved from https://www.otp.go.th/uploads/tiny_uploads/PDF/2561-09/commonticketing.pdf
- Phiboonbanakit, T., & Horanont, T. (2021). Analyzing Bangkok city taxi ride: Reforming fares for profit sustainability using big data driven model. *Journal of Big Data*, 8. <https://doi.org/10.1186/s40537-020-00396-5>
- Phuangsuwan, P., Siripipatthanakul, S., Limna, P., & Pariwongkhuntorn, N. (2024). The impact of Google Maps application on the digital economy. *Corporate & Business Strategy Review*, 5(1), 192-203. <https://doi.org/10.22495/cbsrv5i1art18>
- Prakayaphun, T., Hayashi, Y., Vichiensan, V., & Takeshita, H. (2023). Identifying impacts of school-escorted trips on traffic congestion and the countermeasures in Bangkok: An agent-based simulation approach. *Sustainability*, 15(23), 16244. <https://doi.org/10.3390/su152316244>
- Satranarakun, A., & Kraiwanit, T. (2022). Factors affecting travel in the Bangkok Metropolitan Region. *Applied Economics Journal*, 29(2), 71-91. <https://doi.org/10.22004/ag.econ.334653>
- Satranarakun, A., & Kraiwanit, T. (2023). Rules and regulations for enhancing metro rail accessibility in a developing country. *Corporate Law & Governance Review*, 5(1), 111-121. <https://doi.org/10.22495/clgrv5i1p10>
- Siripipatthanakul, S., Jaipong, P., Limna, P., Sitthipon, T., Kaewpuang, P., & Sriboonruang, P. (2022). The impact of talent management on employee satisfaction and business performance in the digital economy: A qualitative study in Bangkok, Thailand. *Advance Knowledge for Executives*, 1(1), 1-17. Retrieved from <https://ssrn.com/abstract=4157704>
- The Nation. (2023, June 3). *Railways are the key to unlocking Bangkok's traffic gridlock: Chadchart*. The Nation. Retrieved from <https://www.nationthailand.com/thailand/general/40028231>

Vichiensan, V., Wasuntarasook, V., Hayashi, Y., Kii, M., & Prakayaphun, T. (2021). Urban rail transit in Bangkok: Chronological development review and impact on residential property value. *Sustainability*, 14(1), 284. <https://doi.org/10.3390/su14010284>

EXPLORING FACTORS INFLUENCING THE INTENTION TO USE E-LEARNING MANAGEMENT SYSTEMS AMONG VULNERABLE WOMEN IN DEVELOPING COUNTRIES: A STUDY OF NON-PROFIT ORGANIZATION PARTICIPANTS

Anna Kazanskaia

Ph.D. Candidate in Technology, Education and Management, Graduate School of Business and Advanced Technology Management, Assumption University of Thailand.

E-mail: neyaglobal@gmail.com

Received 10 March 2024

Revised 19 March 2024

Accepted 20 March 2024

Abstract

This research aims to explore factors that influence the intention to use e-learning management systems among 500 vulnerable women attending non-profit organizations in developing countries. The factors under investigation encompass computer self-efficacy, perceived usefulness, perceived ease of use, user satisfaction, personal innovativeness, and attitude. Employing a quantitative research design, the study involved the distribution of self-administered questionnaires to the target population for data collection. The research employed rigorous methods, including the Item-Objective Congruence (IOC) index, pilot testing, Confirmatory Factor Analysis (CFA), and Structural Equation Modeling (SEM), to analyze the data and draw meaningful research conclusions. The study yielded confirmation of hypotheses relating to the significant influence of perceived ease of use, attitude, and user satisfaction on the intention to use e-learning systems. Perceived ease of use has a significant influence on perceived usefulness and attitude. However, computer self-efficacy has no significant influence perceived usefulness. Perceived usefulness and personal innovativeness have no significant influence intention to use. In conclusion, the findings emphasize the paramount importance of fostering a positive attitude towards technology in the context of e-learning implementation.

Keywords: E-Learning, Non-Profit Organization, Personal Innovativeness, Attitude, Intention to Use

Introduction

Nonprofit organizations play a pivotal role in advancing a sustainable and equitable future. To meet evolving community needs, these organizations must embrace learning, adaptability, and innovation (Efthymiou, 2023). Nonprofits often focus their efforts on assisting

vulnerable populations, including low-income families, refugees, older individuals, and those with disabilities, addressing their unique challenges (Azzopardi, 2023).

Despite significant progress in e-learning, the pursuit of quality education remains a global concern that transcends boundaries, impacting both developing and developed nations (Rajeh et al., 2021). The COVID-19 pandemic has underscored the critical need for technological solutions, particularly for marginalized groups who rely on community organizations (UNESCO, 2020). During the pandemic, quarantine measures heightened mental health risks, especially for vulnerable groups (AlHadi et al., 2021; Wang et al., 2021).

Technological advancements, exemplified by E-Learning Management Systems (E-LMS), have transformed education by offering flexibility and nurturing critical thinking (Kisanjara et al., 2017). Nonprofits specializing in community empowerment advisory services play a vital role in disseminating essential information spanning healthcare, legal rights, education, and more, thereby enhancing well-being and self-sufficiency (Azzopardi, 2023).

In the contemporary landscape, internet-driven knowledge dissemination offers cost-effective advantages, particularly in developing economies (Kim & Park, 2018; Mislinawati & Nurmasyitah, 2018). Integrating E-LMS within this framework holds significant promise, especially when it comes to counselling services aimed at empowering vulnerable women in developing nations. However, successful integration of E-LMS faces technical, infrastructure, and acceptance challenges (Eze et al., 2018; Hadullo et al., 2017; Kim & Park, 2018;).

This study delves into the factors influencing the adoption of E-LMS for counseling at a nonprofit center in Pattaya, Thailand. The primary focus is on empowering vulnerable women through accessible counseling services. By understanding these factors, the study aims to overcome technological barriers, foster gender equality, and align with UN Sustainable Development Goal 4 - Quality Education for All.

Insights into the technology needs and challenges that vulnerable women face in nonprofit settings are essential to drive technological adoption in the sector. The study envisions a future where marginalized women can access quality counseling services via E-LMS, thereby catalyzing personal development and emotional healing. This research addresses a significant knowledge gap regarding the adoption of e-learning and LMS systems within nonprofit organizations in developing countries, with a specific focus on the Fountain of Women's Centre in Pattaya, under the auspices of the Good Shepherd Thailand Congregation.

Literature Review

1. Theories Used in the Study

Several theories shape the conceptual framework of this study, specifically developed to explore factors influencing the adoption of E-LMS in counseling services for vulnerable women. The theories underpinning this research include the Technology

Acceptance Model (TAM), the extended version of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2), and the DeLone & McLean Information Systems Success Model (D&M ISS).

The Technology Acceptance Model (TAM), introduced by Davis in 1989, provides insights into users' acceptance of technology. It emphasizes two key factors: perceived usefulness, signifying users' belief in technology's performance enhancement, and perceived ease of use, reflecting users' perception of technology's usability. These factors significantly shape users' attitudes and intentions to adopt technology, forming the foundation of this study.

Proposed by Venkatesh et al. (2003), the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) explains user intentions and technology acceptance by integrating four key aspects: social influence, effort expectancy, facilitating conditions, and performance expectancy. While UTAUT boasts broad applicability, it encounters limitations in predicting individual technology acceptance factors. Correspondingly, Twum et al. (2021) extended the framework to UTAUT2 to investigate e-learning adoption in developing countries. This extension incorporates examining habits and motivations, identifying personal innovativeness as a crucial determinant of intention to use information systems.

The DeLone & McLean Information Systems Success Model (D&M ISS) assesses information system success across six variables: system quality, information quality, service quality, intention to use/use, user satisfaction, and net benefits. The model delves into factors influencing user satisfaction and overall system success by exploring these aspects. For this study, user satisfaction was adopted. (DeLone & McLean, 2003, 2016).

2. Computer Self-Efficacy (CSE)

Sam et al. (2005) introduced computer self-efficacy as a predictor of computer proficiency, forecasting a learner's cognitive resource utilization. Hagger and Chatzisarantis (2005) characterized it as the belief in using technology for decision-making and information gathering. Within e-learning, computer self-efficacy (CSE) reflects a learner's IT competence. Usman et al. (2020) validated this link, observing the strong positive influence of individual computer self-efficacy on perceived usefulness in their learning management systems study. Therefore, it was found a positive impact of computer self-efficacy on perceived usefulness in organizational internet system utilization. Based on the reexamination of preceding studies, the following hypothesis is posited:

H1: Computer self-efficacy has a significant influence on perceived usefulness of e-learning

3. Perceived Usefulness (PU)

Perceived usefulness (PU) profoundly influences users' anticipations of whether utilizing a specific internet system will enhance overall work quality (Goh et al., 2020). Perceived usefulness encompasses envisioned gains and potential benefits, reflecting individuals' anticipation of technology's advantages (Chang & Tung, 2008). In line with this,

Laosethakul and Leingpibul (2021) related perceived usefulness to students' belief in the positive effect of mixed media strategies on learning. Van der Heijden (2003) defined perceived usefulness as confidence in a technology's performance-enhancing potential. Students' confidence in using information technology like E-LMS reflects perceived usefulness in this context. Mac Callum et al. (2014) explored mobile learning's adoption and found perceived usefulness directly affected by ease of use, underlining teachers' influence on perceived usefulness. The previous research brings about the formulation of the hypothesis:

H5: Perceived usefulness of eLearning has a significant influence on attitude towards using eLearning.

4. Perceived Ease of Use (PEU)

Muzi et al. (2021) define perceived ease of use as users' beliefs about the minimal effort needed to operate the system, while Goh et al. (2020) associate perceived ease of use with users' expectations that using the system should be effortless. Consequently, both positive and negative expectations about operating a new information system contribute to the attributes of the PEOU construct. Within e-learning, perceived ease of use significantly impacts overall usage rates. If students need substantial time and effort to learn how to use a new system, they're likely to perceive it as unproductive, leading to lower usage rates (Sanchez & Hueros, 2010). Additionally, Liu et al. (2010) suggests that students prefer user-friendly systems as they're perceived as more effective and convenient for adoption.

Park's (2009) research confirms the strong link between perceived ease of use and attitude toward technology adoption. Okazaki and Renda dos Santos (2012) found that Ease-of-Use significantly influences attitudes toward new technology. A similar finding was echoed in Huang and Teo's (2020), which is an empirical study on online study technology adoption. Elkaseh et al. (2016) verified the positive influence of perceived ease of technology utilization on the intention to use e-learning in Libya's higher education institutions. Vululleh (2018) confirmed that higher perceived ease of use of digital learning systems is linked to a greater willingness to adopt new technology. The prior research yields the postulation of the hypotheses:

H2: Perceived ease of use has a significant influence on perceived usefulness of e-learning.

H3: Perceived ease of use has a significant influence on attitude towards the use of eLearning.

H4: Perceived ease of use has a significant influence on intention to use e-learning.

5. Attitude (AT)

The shift from traditional offline education to digital learning relies heavily on favorable attitudes toward adopting e-learning systems (Kisanga, 2016). In e-learning, a positive attitude indicates a greater likelihood of embracing innovative systems (Adewole-Odeshi, 2014). Positive attitudes drive users to utilize e-learning systems, leading to increased productivity

(Liaw, 2004). Al-Momani et al. (2014) linked perceived usefulness and attitude, confirming its role in determining students' sentiments towards e-learning systems. Chen et al. (2014) found that attitude towards eLearning significantly influences students' intention to use eLearning. Based on the previous studies, we posit the following hypothesis:

H6: Attitude towards eLearning has a significant influence on intention to use eLearning.

6. User Satisfaction (US)

User satisfaction (US) attributes focus on emotions during system use, emphasizing alignment between desires and execution (Hayashi et al., 2004). Student satisfaction with digital learning systems is pivotal for continued usage (Lin et al., 2011). Jung (2016) found that e-learning satisfaction is positively impacted by attitude toward system use. User satisfaction (US) to intention to use (IU) Hayashi et al. (2004) confirmed satisfaction as a strong predictor of continued e-learning system use. Jung (2016) also validated e-learning satisfaction's positive influence on sustained distance learning system use. Similar findings were noted in mobile learning research, affirming satisfaction's positive effect on the intention to use mobile study systems (Izkair & Lakulu, 2020). Therefore, the past research results propose the hypothesis:

H7: User satisfaction has a significant influence on intention to use eLearning.

7. Personal Innovativeness (PI)

Schillewaert et al. (2005) define personal innovativeness (PI) as an individual's self-driven exploration and acceptance of new technological advancements, emphasizing individual differences in innovation acceptance. Van Raaij and Schepers (2008) view it as openness to change. In mobile learning, personal innovativeness significantly influences users' readiness to adopt new e-learning systems (Lu et al., 2005). Al-Busaidi (2013) confirms the positive relationship between personal innovativeness and intention to use e-learning technologies, suggesting higher innovativeness enhances the transition to fully online learning. The construct's positive impact on intention to use is also affirmed in factors affecting students' acceptance of mobile e-learning technologies (Ayub et al., 2018). Thus, a hypothesis is proposed:

H8: Personal innovativeness has a significant influence on intention to use eLearning.

8. Intention to Use (IU)

It's important to distinguish between the intention to use (IU) and actual usage. While IU predicts potential usage, it does not necessarily identify the actual system usage. Intention to use refers to the likelihood that a user engages in planned behavior (Ajzen, 1991). Behavioral intention to use in the context of e-learning encompasses learners' and educators' intention not only to use electronic learning systems but also to recommend the system and use it consistently (Udo et al., 2011). However, in e-learning settings, it's crucial to note that the intention to use a digital learning system is influenced by factors such as user experience,

computer skills, academic background, as well as perceived usefulness, and ease of use (Holt & Brockett, 2012).

Research Framework

The conceptual framework of this research draws from the findings of three prior studies, as illustrated in Figure 1. The initial study, conducted by Sannegadu et al. (2018), investigated the factors influencing the adoption of e-learning within the economy of the small island developing state of Mauritius. The second study, conducted by Yakubu and Dasuki (2019), delved into the factors that impact e-learning implementation among students in Nigerian universities. Lastly, the third study, conducted by Twum et al. (2021), focused on understanding the determinants of students' intention to use e-learning systems in Ghana's universities during the Covid-19 pandemic.

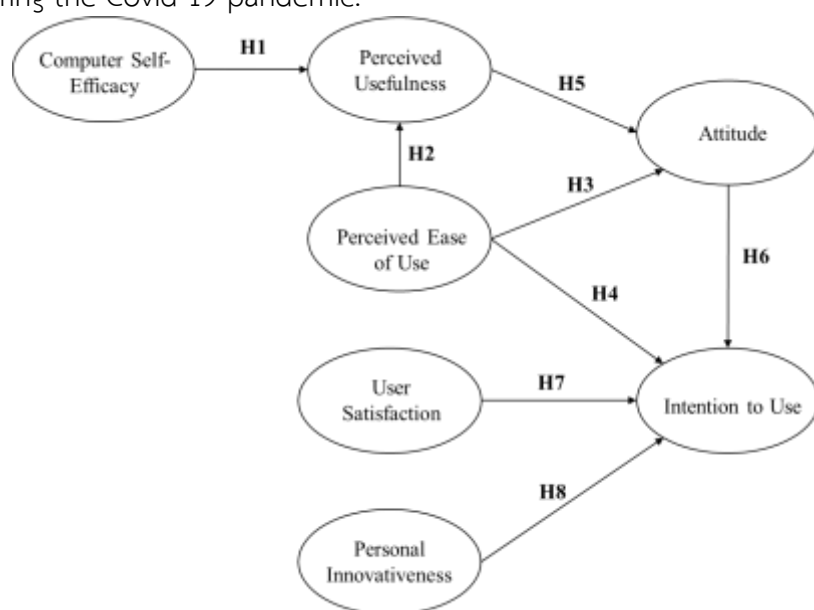


Figure 1 Conceptual Framework

Research Methodology

In this study, a self-administered quantitative research approach was employed. The researcher designed a comprehensive questionnaire to gather data from respondents, both online and through in-person administration. The questionnaires were structured into three sections: the first section included screening questions, followed by a set of scale items that employed a five-point Likert scale to assess factors influencing the perceived usefulness, attitude, and the intention to use Electronic Learning Management System (E-LMS) in non-profit organizations within developing countries. The final section comprised demographic questions.

Before distributing the survey, the researcher ensured content validity by employing the project objective consistency index (IOC), which involved input from three field experts.

Subsequent to analyzing and implementing improvements based on the IOC feedback, pilot tests were conducted with 30 online questionnaires to ensure the reliability of the instrument. Upon collecting data from the selected population, the researcher employed various statistical techniques, including confirmatory factor analysis (CFA) for convergent and discriminant validity, as well as structural equation modeling (SEM).

1. Population and Sample Size

The research targeted beneficiaries of the Fountain of Life Women Center in Pattaya, Thailand, specifically focusing on vulnerable women who had engaged with E-LMS for educational purposes. With seven latent variables and 27 observable variables under examination, the study adhered to a probability level of 0.05, which established a minimum recommended sample size of 425 respondents for Structural Equation Modeling (SEM), as suggested by Soper (2022). However, this study surpassed the minimum requirement by collecting 500 valid datasets.

To select the study participants, three non-probability sampling techniques were employed. Firstly, judgmental sampling identified the primary group of users who frequently engaged with E-LMS, and the questionnaire was distributed to vulnerable women who were beneficiaries of the charitable project in Pattaya, Thailand and had experience with E-LMS for educational purposes. Secondly, in the second sampling phase, a quota sampling technique was used to determine the size of various population subgroups. Lastly, convenience sampling was implemented, inviting respondents to participate in both online and on-site questionnaires during sessions organized by the charity center administration in collaboration with the researcher.

Results and Discussion

1. Demographic Information

The dataset encompassed a total of 500 responses, and an analysis of the age distribution yielded the following results: 1% of respondents fell within the 18 to 25-year-old range, 6% were aged between 26 and 35, the largest portion (37%) belonged to the 36 to 45 age group, and the majority (56%) were aged 45 or older. Regarding internet experience, the findings indicated that 89% of participants had more than six years of experience, 9% had between 3 to 6 years of experience, and 2% had less than three years of experience. Considering the educational background, 24% of respondents had completed professional training, 36% had undergone primary schooling, 28% had attained secondary education, and 12% did not possess any prior education. Concerning nationality, the majority (89%) identified as Thai, with 3% originating from Laos, Myanmar, and China. In terms of religion, the overwhelming majority (96%) identified as Buddhist, while 2% identified as Christian, and another 2% chose not to specify their religious affiliation.

2. Confirmatory Factor Analysis (CFA)

Confirmatory Factor Analysis (CFA) was employed to establish convergent validity by examining composite reliability, factor loading, and average variance extracted, as well as to assess discriminant validity. Table 1 demonstrates that the internal consistency of the constructs meets the necessary criteria, with Cronbach's Alpha values exceeding 0.70. Additionally, the factor loading values exceed 0.5, and composite reliability scores surpass the 0.7 threshold, as recommended by Hatcher and O'Rourke (2014). In this study, each variable satisfied the criteria for each of these indicators, affirming the internal consistency and reliability of the constructs under investigation.

Table 1 Confirmatory Factor Analysis Result, Composite Reliability (CR) and Average Variance Extracted (AVE)

Variable	Source of Questionnaire	No. of Item	Cronbach's Alpha	Factor Loading	CR	AVE
Computer Self-Efficacy (CSE)	Sannegadu et al. (2018)	4	0.862	0.744 -0.837	0.863	0.612
Perceived Usefulness (PU)	Sannegadu et al. (2018)	4	0.876	0.787-0.829	0.878	0.642
Perceived ease of use (PEU)	Sannegadu et al. (2018)	4	0.815	0.660-0.797	0.817	0.529
Attitude (AT)	Sannegadu et al. (2018)	4	0.869	0.720-0.887	0.871	0.630
User Satisfaction (US)	Yakubu and Dasuki (2019)	4	0.859	0.728-0.819	0.860	0.607
Personal Innovativeness (PI)	Sannegadu et al. (2018)	3	0.773	0.702-0.761	0.778	0.538
Intention to use (IU)	Sharma et al. (2017)	3	0.766	0.683-0.759	0.767	0.523

Source: Created by the author.

Within this study, Table 5 demonstrates that the square root of the Average Variance Extracted (AVE) exceeds the correlation coefficient between factors, signifying robust discriminant validity. Furthermore, it is noteworthy that all variables in this study affirm both convergent and discriminant validity, further validating the reliability and distinctiveness of the constructs.

Table 2 Discriminant Validity

	CSE	PU	PEU	AT	US	PI	IU
CSE	0.782						
PU	0.096	0.801					
PEU	0.069	0.255	0.727				
AT	0.032	0.373	0.374	0.793			
US	0.019	0.434	0.380	0.649	0.779		
PI	-0.082	0.189	0.259	0.437	0.430	0.733	
IU	0.069	0.150	0.188	0.248	0.300	0.097	0.723

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

3. Structural Equation Model (SEM)

In Table 3, the statistical indicators of the model's fitness are presented, including CMIN/df = 3.533, GFI = 0.868, AGFI = 0.841, NFI = 0.841, CFI = 0.880, TLI = 0.866, and RMSEA = 0.071. Notably, all seven of these indicators fall within the acceptable range, confirming a highly satisfactory fit to the structural model.

Table 3 Goodness of Fit for Structural Model

Fit Index	Recommended Value and Source	Statistical Value
CMIN/DF	< 5.00 (Wheaton et al., 1977)	3.533
GFI	≥ 0.85 (Sica & Ghisi, 2007)	0.868
AGFI	≥ 0.80 (Sica & Ghisi, 2007)	0.841
NFI	≥ 0.80 (Wu & Wang, 2006)	0.841
CFI	≥ 0.80 (Bentler, 1990)	0.880
TLI	≥ 0.80 (Sharma et al., 2005)	0.866
RMSEA	< 0.08 (Pedroso et al., 2016)	0.071
Model Summary		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 results in Table 4 demonstrates that based on the standardized path coefficient, out of 8 hypotheses proposed for the research, all were supported except for H1, H4, and H8.

Table 4 Hypothesis Results of the Structural Equation Model

Hypothesis	Standardized Estimate (β)	t-Value	Result
H1: CSE $\rightarrow$ PU	0.096	1.922	Not Supported
H2: PEU $\rightarrow$ PU	0.290	5.407*	Supported
H3: PEU $\rightarrow$ AT	0.355	6.647*	Supported
H4: PEU $\rightarrow$ IU	0.095	1.529	Not Supported
H5: PU $\rightarrow$ AT	0.286	5.749*	Supported
H6: AT $\rightarrow$ IU	0.150	2.492*	Supported
H7: US $\rightarrow$ IU	0.267	4.824*	Supported
H8: PI $\rightarrow$ IU	-0.090	-1.612	Not Supported

Note: * = $p < 0.05$.

Source: Created by the author

H1 was not supported concerning the link between Computer Self-Efficacy and perceived usefulness (path coefficient 0.096, t-value 1.922). These results oppose Sam et al. (2005), Hagger and Chatzisarantis (2005), and Usman et al. (2020).

However, H2, which investigated perceived ease of use and perceived usefulness, was supported (path coefficient 0.290, t-value 5.407), aligning with Park's (2009), and Okazaki and Renda dos Santos (2012), confirming the strong link between perceived ease of use and attitude toward technology adoption.

H3 found a positive and significant relationship (path coefficient 0.355, t-value 6.647) between perceived ease of use and attitude, supported by Sanchez and Hueros (2010), and Liu et al. (2010).

H4 contrasts previous research, indicating perceived ease of use's lack of significant influence on intention to use (path coefficient 0.095, t-value 1.529). These results are against with Park's (2009), and Okazaki and Renda dos Santos (2012).

H5 revealed a significant influence of perceived usefulness on attitude (path coefficient 0.286, t-value 5.749), aligning with Laoethakul and Leingpibul (2021), and Van der Heijden (2003).

H6 supported the significant influence of attitude on intention to use (path coefficient 0.150, t-value 2.492), consistent with Liaw (2004) and Al-Momani et al. (2014).

H7 validated the significant impact of user satisfaction on intention to use (path coefficient 0.267, t-value 4.824), consistent with Hayashi et al. (2004), and Jung (2016).

Finally, H8 confirmed the non-significant influence of personal innovativeness on intention to use (path coefficient -0.090, t-value -1.612), consistent with Al-Busaidi (2013), and Lu et al. (2005).

Conclusions, Recommendations, Limitations and Future Research

1. Conclusions

The findings underscored the pivotal role of perceived usefulness as a potent predictor, significantly influencing attitudes and intentions toward e-learning adoption for counseling purposes. However, certain anticipated associations, including the role of computer self-efficacy, did not align with the empirical outcomes. Practically, the study highlights the need to tailor e-learning platforms to resonate with the intricate emotional and psychological dimensions of vulnerable women's lives, ultimately leading to more effective adoption and engagement. Personalized strategies, customized content, and user experiences that cater to the unique needs of this demographic can significantly empower them and foster trust in utilizing e-learning for counseling support. To amplify the impact of technology-based interventions, future investigations should delve deeper into the nuanced determinants driving adoption within vulnerable populations.

2. Recommendations

In light of the recent study on the factors influencing the intention to use e-learning systems, several key recommendations emerge. These recommendations are derived from the study's confirmation of specific hypotheses, highlighting the significant influences of various factors on the intention to use e-learning systems. The findings of the study provide valuable insights into how e-learning systems can be enhanced and adopted more effectively.

In conclusion, the study's findings provide valuable insights for improving e-learning systems. It is recommended that developers and educators prioritize user-friendliness, foster positive attitudes, offer computer self-efficacy training, and continuously assess and enhance perceived usefulness. Additionally, recognizing the importance of innovation, even if it doesn't directly affect intention for all users, can help in catering to a diverse user base. These recommendations aim to enhance the adoption and effectiveness of e-learning systems, ultimately benefitting both providers and users in the education sector.

3. Limitations and Future Research

This study has limitations that should be acknowledged. It exclusively focuses on vulnerable women in non-profit organizations in developing countries, which may limit the applicability of its findings to broader contexts. The use of a quantitative approach, while informative, may not capture the full depth of participant perspectives. Self-reported data introduces response and social desirability biases. To address these limitations, future research could adopt a more diverse demographic focus, incorporate qualitative methods for deeper insights, and consider alternative data sources to enhance robustness.

References

- Adewole-Odeshi, E. (2014). Attitude of Students Towards E-learning in South-West Nigerian Universities: An Application of Technology Acceptance Model. *Library Philosophy and Practice*, 1, 1035.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Al-Busaidi, K. A. (2013). An empirical investigation linking learners' adoption of blended learning to their intention of full e-learning. *Behaviour & Information Technology*, 32(11), 1168-1176. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2013.774047>
- AlHadi, A., Alarabi, M., & AlMansoor, K. (2021). Mental health and its association with coping strategies and intolerance of uncertainty during the COVID-19 pandemic among the general population in Saudi Arabia: cross-sectional study. *BMC Psychiatry*, 21, 1-13. <https://doi.org/10.1186/s12888-021-03370-4>
- Al-Momani, M., Pilli, O., & Fanaeian, Y. (2014). Investigating the Students' Attitude Toward the use of E-Learning in Girne American University. *International Journal of Business and Social Science*, 5, 169-175.
- Ayub, M., Fauzi, A., Syaza, Z., Wong, L., Jaafar, W., & Marzuki, W. (2018). The Influence of Mobile Self-efficacy, Personal Innovativeness and Readiness towards Students' Attitudes towards the use of Mobile Apps in Learning and Teaching. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(14), 364-374. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v7-i14/3673>
- Azzopardi, M. C. (2023, August 9). *The Power of Giving: Supporting Nonprofits that Empower Citizens through Donations*. Citizens Advice Spain.
- Bentler, P. M. (1990). Comparative fit indexes in structural models. *Psychological Bulletin*, 107(2), 238-246.
- Chang, S. C., & Tung, F. C. (2008). An empirical investigation of students' behavioural intentions to use online learning course websites. *British Journal of Educational Technology* 39(1), 71-78.
- Chen, T., Liu, H., & Lin, S. (2014). Construct Of Educational Information System's Using Willingness Model: An Extended Application of Technology Acceptance Model. *International Journal of Organizational Innovation*, 18, 1-10.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- DeLone, W., & McLean, E. (2003). The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update. *Journal of Management Information Systems*, 19, 9-30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>

- DeLone, W., & McLean, E. (2016). Information Systems Success Measurement. *Foundations and Trends in Information Systems*, 2, 1-116. <https://doi.org/10.1561/29000000005>
- Efthymiou, I.-P. (2023). Building a Sustainable Future: Strategies for Empowering Nonprofit Organizations. In Jaworski, J. A. (Ed.), *Advances in Sociology Research* (Vol. 41). Nova Science Publishers, Inc.
- Elkaseh, A., Wong, K., & Fung, C. (2016). Perceived ease of use and perceived usefulness of social media for e-learning in Libyan higher education: A structural equation modeling analysis. *International Journal of Information and Education Technology*, 6(3), 192-199. <https://doi.org/10.7763/IJiet.2016.V6.683>
- Eze, S., Chinedu-Eze, V., & Bello, A. (2018). The utilisation of e-learning facilities in the educational delivery system of Nigeria: a study of M-University. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 15, 1–20.
- Goh, C. F., Hii, P. K., Tan, O. K., & Rasli, A. (2020). Why do University Teachers use E-Learning Systems?. *The International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 21(2), 136-155. <https://doi.org/10.19173/irrodl.v21i2.3720>
- Hadullo, K., Oboko, R., & Omwenga, E. (2017). A model for evaluating e-learning systems quality in higher education in developing countries. *International Journal of Education and Development using Information and Communication Technology (IJEDICT)*, 13(2), 185-204.
- Hagger, M. S., & Chatzisarantis, N. L. D. (2005). First- and higher- order models of attitudes, normative influence, and perceived behavioural control in the theory of planned behaviour. *British Journal of Social Psychology*, 44, 513-535. <https://doi.org/10.1348/014466604X16219>
- Hatcher, L., & O'Rourke, N. (2014). *A Step-by-step approach to using SAS for factor analysis and structural equation modeling*. SAS Institute.
- Hayashi, A., Chen, C., Ryan, T., & Wu, J. (2004). The Role of Social Presence and Moderating Role of Computer Self Efficacy in Predicting the Continuance Usage of E-Learning Systems. *Journal of Information Systems Education*, 15(2), 139-154.
- Holt, L., & Brockett, R. G. (2012). Self-direction and factors influencing technology use: Examining relationships for the 21st century workplace. *Computers in Human Behaviour*, 28(6), 2075- 2082.
- Huang, F., & Teo, T. (2020). Influence of teacher-perceived organisational culture and school policy on Chinese teachers' intention to use technology: an extension of technology acceptance model. *Education Tech Research Dev*, 68, 1547–1567. <https://doi.org/10.1007/s11423-019-09722-y>
- Izkair, A. S., & Lakulu, M. M. (2020). Intention to Use Mobile Learning in Higher Education Institutions: Review Paper. *International Journal of Education Science Technology and Engineering*, 3(2), 78-84. <https://doi.org/10.36079/lamintang.ijeste-0302.157>

- Jung, H. J. (2016). Factors Impacting Learners Satisfaction and Continued Use of E-Learning in an EFL Context. *Multimedia-Assisted Language Learning*, 19(2), 11-33.
- Kim, B., & Park, M. J. (2018). Effect of personal factors to use ICTs on E-learning adoption: comparison between learner and instructor in developing countries. *Information Technology for Development*, 24(4), 706-732.
<https://doi.org/10.1080/02681102.2017.1312244>
- Kisanga, D. (2016). Determinants of Teachers' Attitudes Towards E-Learning in Tanzanian Higher Learning Institutions. *International Review of Research in Open and Distance Learning*, 17, 109-125.
- Kisanjara, S. B., Tossy, T. M., Sife, A. S., & Msanjila, S. S. (2017). An integrated model for measuring the impacts of e-learning on students' achievement in developing countries. *International Journal of Education and Development using Information and Communication Technology (IJEDICT)*, 13(3), 109-127.
- Laosethakul, K., & Leingpibul, T. (2021). Investigating Student Perceptions and Behavioral Intention to Use Multimedia Teaching Methods for the SAP ERP System. *E-Journal of Business Education & Scholarship of Teaching*, 15(1), 1-27.
- Liaw, S. S. (2004). Considerations for developing constructivist web-based learning. *International Journal of Instructional Media*, 31(3), 309-321.
- Lin, C.-C., Wu, H.-Y., & Chang, Y.-F. (2011). The critical factors impact on online customer satisfaction. *Procedia CS*, 3(2), 276-281. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2010.12.047>
- Liu, I., Chen, M., Chang, S., & Yeali, S., Wible, D., & Kuo, C.-H. (2010). Extending the TAM model to explore the factors that affect Intention to Use an Online Learning Community. *Computers & Education*, 54(2), 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2009.09.009>
- Lu, J., Yao, J. E., & Yu, C. S. (2005). Personal innovativeness, social influences and adoption of wireless Internet services via mobile technology. *The Journal of Strategic Information Systems*, 14(3), 245.
- Mac Callum, K., Jeffrey, L., & Kinshuk, K. (2014). Factors impacting teachers' adoption of mobile learning. *Journal of Information Technology Education: Research*, 13, 141-162.
<https://doi.org/10.28945/1970>
- Mislinawati, M. V. L., & Nurmasiyah, N. (2018). Students' perceptions on the implementation of e-learning: helpful or unhelpful?. *Journal of Physics Conference Series*, 1088, 1-6.
- Muzi, M. N. A., Nadzir, M. N. A., Mutalib, A. S. F., Zukri, M. S., & Fauzi, M. N. Z. (2021). Factors Affecting Academicians' Acceptance on E-Learning Application. *E-BANGI Journal*, 18(4), 78-91.
- Okazaki, S., & Renda dos Santos, L. (2012). Understanding e-learning adoption in Brazil: Major determinants and gender effects. *The International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 13(4), 91-106.

- Park, S. Y. (2009). An Analysis of the Technology Acceptance Model in Understanding University Students' Behavioral Intention to Use e-Learning. *Journal of Educational Technology & Society*, 12(3), 150–162.
- Pedroso, R., Rosemeri, Z., Luciana, Z., Luciano, G., Marcia, P., Veralice, G., Juliana, S., Felix, K., & Flavio, P. (2016). Confirmatory factor analysis (CFA) of the Crack Use Relapse Scale (CURS). *Archives of Clinical Psychiatry (São Paulo)*, 43, 37-40.
<https://doi.org/10.1590/0101-608300000000081>
- Rajeh, M. T., Abduljabbar, F. H., Alqahtani, M. S., Waly, F. J., Alnaami, I., Aljurayyan, A., & Alzaman, N. (2021). Students' satisfaction and continued intention toward e-learning: a theory- based study. *Medical Education Online*, 26, 1961348
<https://doi.org/10.1080/10872981.2021.1961348>
- Sam, H. K., Othman, A. E. A., & Nordin, Z. S. (2005). Computer Self-Efficacy, Computer Anxiety, and Attitudes toward the Internet: A Study among Undergraduates in Unimas. *Educational Technology & Society*, 8(4), 205-219.
- Sanchez, R. A., & Hueros, A. D. (2010). Motivational Factors that Influence the Acceptance of Moodle Using TAM. *Computers in Human Behavior*, 26, 1632-1640.
- Sannegadu, R., Seethiah, D., Dookhony-Ramphul, K., Gunesh, R., Seethiah, K., & Jugessur, H. (2018). Investigating the Factors Influencing Students' Intention to Adopt E-Learning in a Small Island Developing State (SIDS) Economy: Evidence from Mauritius. *Studies in Business and Economics*, 13(3), 135-160. <https://doi.org/10.2478/sbe-2018-0040>
- Schillewaert, N., Ahearne, M., Frambach, R., & Moenaert, R. (2005). The adoption of information technology in the sales force. *Industrial Marketing Management*, 34, 323-336.
<https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2004.09.013>
- Sharma, S., Pradhan, K., Satya, S., & Vasudevan, P. (2005). Potentiality of earthworms for waste management and in other uses – a review. *The Journal of American Science*, 1(1), 4-16.
- Sharma, S. K., Gaur, A., Saddikuti, V., & Rastogi, A. (2017). Structural equation model (SEM)-neural network (NN) model for predicting quality determinants of e-learning management systems. *Behaviour & Information Technology*, 36(10), 1053–1066
- Sica, C., & Ghisi, M. (2007). The Italian versions of the Beck Anxiety Inventory and the Beck Depression Inventory-II: Psychometric properties and discriminant power. *Behavior Research and Therapy*, 45(4), 739-752. <https://doi.org/10.1016/j.brat.2006.04.010>
- Soper, D. S. (2022). *A-priori sample size calculator for structural equation models* [Software]. Retrieved from <http://www.danielsoper.com/statcalc>
- Twum, K., Ofori, D., Keney, G., & Korang-Yeboah, B. (2021). Using the UTAUT, personal innovativeness and perceived financial cost to examine student's intention to use E-learning. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 13(3), 713-737.
<https://doi.org/10.1108/JSTPM-12-2020-0168>

- Udo, G. J., Bagchi, K. K., & Kirs, P. J. (2011). Using SERVQUAL to assess the quality of e-learning experience. *Computers in Human Behavior*, 27(3), 1272-1283.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.01.009>
- UNESCO. (2020). *COVID-19 educational disruption and response*. Retrieved from
<https://en.unesco.org/themes/education-emergencies/coronavirus-school-closures>
- Usman, M. B., Septianti, O., Susita, A. D., & Marsofiyati, M. (2020). The Effect of Computer Self-Efficacy and Subjective Norm on The Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Behavioural Intention to Use Technology. *Journal of Southeast Asian Research*, 2020, 1-11. <https://doi.org/10.5171/2020.753259>
- Van der Heijden, H. (2003). Factors influencing the usage of websites: The case of a generic portal in The Netherlands. *Information & Management*, 40(6), 541-549.
- Van Raaij, E. M., & Schepers, J. J. L. (2008). The Acceptance and Use of a Virtual Learning Environment in China. *Computers & Education*, 50, 838-852.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.compedu.2006.09.001>
- 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.
- Vululleh, P. (2018). Determinants of student's e-learning acceptance in developing countries: An approach based on Structural Equation Modelling (SEM). *International Journal of Education and Development using Information and Communication Technology*, 14(01), 141-151.
- Wang, Y., Shi, L., Que, J., Lu, Q., Liu, L., Lu, Z., Xu, Y., Liu, J., Sun, Y., Meng, S., Yuan, K., Ran, M., Lu, L., Bao, Y., & Shi, J. (2021). The impact of quarantine on mental health status among general population in China during the COVID-19 pandemic. *Molecular Psychiatry*, 26, 4813-4822. <https://doi.org/10.1038/s41380-021-01019-y>
- Wheaton, B., Muthen, B., Alwin, D. F., & Summers, G. (1977). Assessing Reliability and Stability in Panel Models. *Sociological Methodology*, 8(1), 84-136.
- Wu, J. H., & Wang, Y. M. (2006). Measuring KMS Success: A Respecification of the DeLone and McLean's Model. *Journal of Information & Management*, 43, 728-739.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.im.2006.05.002>
- Yakubu, N., & Dasuki, S. (2019). Factors affecting the adoption of e-learning technologies among higher education students in Nigeria: A structural equation modelling approach. *Information Development*, 35(3), 492-502.
<https://doi.org/10.1177/0266666918765907>

DETERMINANTS OF BEHAVIOR INTENTIONS AND USE BEHAVIOR OF CHINESE TOURISTS TOWARDS TOURISM APPS

Ruiheng Guo

Ph.D. Candidate in Technology, Education and Management, Graduate School of Business and Advance
Technology Management, Assumption University, Thailand.

E-mail: guoruiheng80@outlook.com

Received 24 March 2024

Revised 13 May 2024

Accepted 13 June 2024

Abstract

This paper investigates the factors influencing Chinese tourists' behavior intention and use behavior of tourism apps. The framework considers perceived destination quality, satisfaction, memorability of a trip experience, performance expectancy, social influence, behavior intentions, and use behavior as variables. A quantitative research method (n=500) was used in this study to survey Chinese tourists who experienced the use of three tourism apps. Sampling methods included judgmental, quota, and snowball sampling. Data analysis included structural equation modeling and confirmatory factor analysis for model fit, reliability, and construct validity. Satisfaction, memorability of the trip experience, performance expectancy, and social influence significantly impact the behavioral intentions and usage behavior of Chinese tourists' app use, with performance expectancy exerting the strongest influence. Furthermore, perceived destination quality significantly influences satisfaction, while behavioral intentions significantly influence usage behavior. In conclusion, the results provide appropriate reference information, and promote more possibilities for Chinese tourist services to create more economic value.

Keywords: Social Influence, Behavior Intentions, Use Behavior, Tourists, Tourism App

Introduction

Continuing to improve rapid economic development, people pay more and more attention to the spiritual level of consumption, the tourism industry, and the rapid development of the economy (Chang et al., 2016). Whether from the perspective of the traditional tourism industry or from the perspective of the new way of tourism, everywhere there is the development of mobile services; with the rising number of Chinese Internet users, the front-end development of tourism APP this trend gives strong support, the competition of major enterprises or platforms is also gradually fierce (Gao et al., 2023). For the rapid occupation of the tourism market, how to satisfy travelers, have a good travel experience, and meet travelers' personalized needs is one of the most important issues for many tourism

enterprises, which has attracted much attention from researchers about the tourism market (Hong & Wu, 2022). Therefore, it is necessary to conduct research from the perspective of tourists' behavior on the factors affecting the behavior intention and use behavior of Chinese tourists' tourism APP, which will be of guiding significance to tourism enterprises.

From the perspective of behavior intention and the use behavior of APPs by Chinese tourists, many tourism apps play a key role (Kim, 2019). In the process of tourist travel, consumers' perception of service quality will impact the perception and satisfaction of the destination, which in turn influences tourists' behavior and use (Lin et al., 2020).

Currently, it is the era of experience economy, memorable tourism experience has become one of the important factors affecting tourists' behavior intention and use behavior; and memorable tourism experience, as an important field of tourism research, has been widely paid attention to at present (Liu et al., 2023). Additionally, Performance expectancy is one of the important components of tourism consumption intention and behavior, which can provide theoretical support and practical guidance for sustainable tourism consumption (Ma et al., 2020). In addition, social influence also has a close relationship with behavior, and social influence directly impacts the goals and motives of individual behavior (Ni et al., 2022).

Literature Review

1. Perceived Destination Quality

Perceived destination quality is consumers' subjective perception and evaluation of product or service quality (Çelik & Dedeoğlu, 2019), and consumers perceive the quality of products or services from multiple aspects and external influences etc. (Cong, 2016). Perceived destination quality and tourist satisfaction are important parts of the research on destination marketing management and tourist behavior, which are important references for developing tourism in scenic spots (Le & Dong, 2017). Consumers want warm and attentive services in tourist destinations, which directly affects their satisfaction (Rajaratnam et al., 2015). The relationship between perceived destination quality and customer satisfaction has been a hot research topic in service marketing in the tourism industry (Warsito, 2024).

H1: Perceived destination quality has a significant influence on satisfaction.

2. Satisfaction

Satisfaction is a psychological state that refers to a person's subjective evaluation of the quality of a relationship (Kim, 2019), and customer satisfaction is essential for customer loyalty (Liu et al., 2023). Satisfaction can be calculated by weighting the evaluation scores of customers, i.e., index data for measuring satisfaction can be obtained (Tseng et al., 2021). When it is necessary to measure the position of a product or service level in the industry, this can be done through customer satisfaction surveys (Wu & Lee, 2017). In the era of mass tourism, along with the rapid development of the national economy, the improvement of the national consumption level, and the arrival of the era of the experience economy, people's

willingness to travel is stronger than in other periods (Xia et al., 2024).

H2: Satisfaction has a significant influence on behavioral intentions.

3. Memorability of a Trip Experience

Experience refers to the direct observation and participation in the practice of something to obtain intuitive understanding and feelings; it can be the direct perception of a phenomenon and can also be after thinking and learning the insights (Chen et al., 2023). Tourism experience refers to a temporal process realized in tourism with the help of viewing, interaction, imitation, consumption, and other activities (Cai et al., 2020). Unforgettable travel experiences are associated with unique landscapes, profound cultural experiences, or special people and events during the trip that form special memories (Hosseini et al., 2023). Thus, this study indicates a below hypothesis:

H3: Memorability of a trip experience has a significant influence on behavioral intentions.

4. Performance Expectancy

It is only possible to determine what expected performance means in a specific context. Expected performance usually means expected accomplishment, expected performance, etc. (Wu et al., 2021). Expected performance generally refers to specific, transient, or individual behaviors, emphasizing their completion and effects (Cheng & Pai, 2020). The expected performance scale is a self-assessment tool to measure people's likelihood of accomplishing a specific task or goal (Lai, 2015). Performance expectations are closely related to ease of use, external motivation, job suitability, relative advantage, and expected outcomes (Wu & Lai, 2021). Thus, this study indicates a below hypothesis:

H4: Performance expectancy has a significant influence on behavioral intentions.

5. Social Influence

Social influence is the impact and effect that the words, actions, or mere presence of others have on the thoughts, feelings, attitudes, or behaviors of an individual (Wang & Zhang, 2020). The depth and scope of social influence depend on whether the relationships between people are harmonized and their goals are interdependent (Shu & Scott, 2014). The social influence of peer pressure can be very powerful (Sparks & Pan, 2009). Society can influence people's attitudes (Wang et al., 2023). Social influence can shape people's attitudes and behaviors to fit society's expectations (Wang et al., 2023). Thus, this study indicates a below hypothesis:

H5: Social influence has a significant influence on behavioral intentions.

6. Behavior Intentions

Intention means wanting to achieve something (Li et al., 2016). Intention as motivation is a realistic force that pushes people to act, and most people's activities are intentional (Tu et al., 2020). Behavior intention is a factor that explains the attitudes, subjective norms, and perceptual-behavioral control that people hold before they decide and predicts

whether an individual will take a particular action (Chow et al., 2019). Controlled behavior is influenced by behavior intentions and actual control conditions, such as the ability, opportunity, and resources of the individual performing the behavior. This directly determines behavior when actual control conditions are adequate (Li & Chen, 2019). Thus, this study indicates a below hypothesis:

H6: Behavioral intentions have a significant influence on use behavior.

7. Use Behavior

The meaning of use is to make a person or thing serve a certain purpose (Wang et al., 2022). In today's information age, from the perspective of communication, use behavior refers to normative behavior when using various communication tools (Zhang et al., 2018). Use behavior also refers to the fact that users first need to have a cognitive and familiarization process with the product and then try it out, affecting whether they continue to consume and use it (Sun & Guo, 2022).

Research Framework

This conceptual framework was developed from three theoretical models from previous research frameworks. The first was proposed by Rajaratnam et al. (2015), which examined the effect of perceived destination quality (PDQ) on satisfaction (S) and satisfaction (S) on behavior intentions (BI). Secondly, it was presented by Sthapit et al. (2019), who investigated the effect of the memorability of a trip experience (MOATE) on behavior intentions (BI). (see Figure 1).

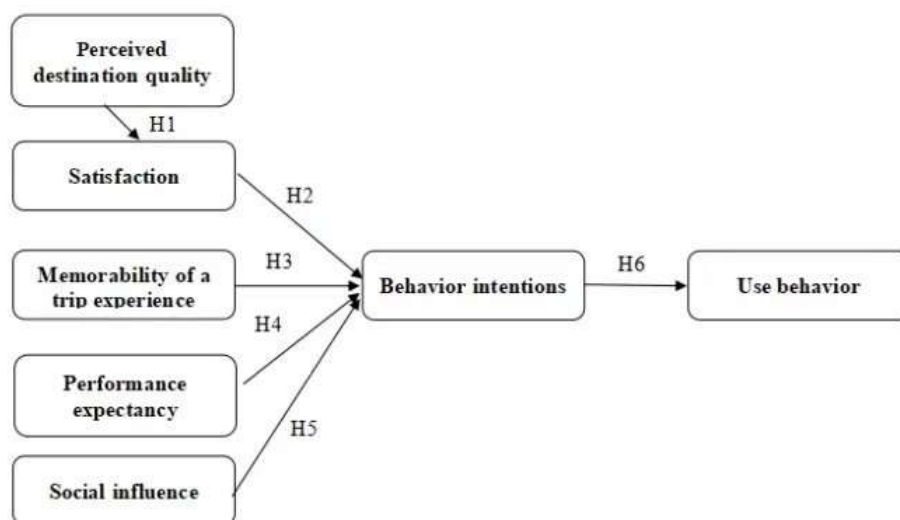


Figure 1 Conceptual Framework

The hypotheses of the research variables based on the conceptual framework are;

H1: Perceived destination quality has a significant influence on satisfaction.

H2: Satisfaction has a significant influence on behavioral intentions.

H3: Memorability of a trip experience has a significant influence on behavioral intentions.

H4: Performance expectancy has a significant influence on behavioral intentions.

H5: Social influence has a significant influence on behavioral intentions.

H6: Behavioral intentions have a significant influence on use behavior.

Research Methodology

The researcher used a non-probability sampling quantitative method to send questionnaires to Chinese tourists via the Internet. The key factors that significantly influence Chinese tourists' behavior intention and use behavior towards tourism apps were collected and analyzed. The survey was divided into three parts. The first part identified the characteristics of the respondents through screening questions. The second part used a Likert scale to test seven suggested variables ranging from strongly disagree to agree strongly. Finally, demographic questions were asked about gender and the three app uses.

Before collecting data, the questionnaire underwent rigorous validation, including an Item-Objective Congruence (IOC) test and a pilot test to assess reliability. The IOC test required a minimum score of 0.6, ensuring alignment between questionnaire items and research objectives. Additionally, a pilot test with 50 selected students evaluated internal consistency reliability using Cronbach's Alpha coefficient. The resulting score exceeded 0.7, indicating strong reliability in measuring the intended construct, as recommended by Nunnally (1978).

After the reliability test, the questionnaire was distributed to the target respondents, and 500 responses were received. The researcher analyzed the collected data using statistical software. They then used confirmatory factor analysis (CFA) to test its convergence and validity. The fitted measures of the model were calculated by synthesizing the given data to ensure its validity and reliability. Finally, the researcher used Structural Equation Modeling (SEM) to test the effects of the variables.

1. Population and Sample Size

This paper's population consists of tourists using three tourism APPs in China. Structural equation modeling suggests a sample size of at least 428 individuals. Five hundred respondents were used in this study (Kline, 2015).

2. Sampling Techniques

The researcher used non-probability sampling to select Chinese tourists who had experienced using three apps, followed by judgmental sampling and quota sampling. Afterward, the researchers distributed an online questionnaire using the convenience sampling tool Questionnaire Star (see Table 1).

Results and Discussion

1. Demographic Information

This data summarizes the preferences and age distribution of 500 respondents. Among them, Expedia.com is the most commonly used app, accounting for 43.6% of respondents. Regarding age distribution, the majority fall within the 31-40 years old category (40.0%), followed by the 18-30 years old category (39.0%), and those over 40 years old (21.0%) (see Table 1).

Table 1 Demographic Profile

Demographic and General Data (N=500)		Frequency	Percentage
Most Use app	TripAdvisor	156	31.2%
	Expedia.com	218	43.6%
	Booking.com	126	25.2%
Age	18-30 Years Old	195	39.0%
	31-40 Years Old	200	40.0%
	Over 40 Years Old	105	21.0%

2. Confirmatory Factor Analysis (CFA)

Confirmatory factor analysis (CFA) was conducted in this study to assess the validity of the measurement model (Vongurai, 2024). All items within each variable displayed significant factor loadings, indicating support for convergent validity. Hair et al. (2006) underscored the importance of factor loadings for establishing validity, with a criterion set at 0.5 and a p-value coefficient less than 0.05.

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	(Rajaratnam et al.,	5	0.852	0.683-	0.853	0.539
Satisfaction (S)	(Rajaratnam et al.,	7	0.903	0.721-	0.903	0.570
Memorability of a trip	(Sthapit et al., 2019)	7	0.892	0.708-0.773	0.889	0.535
Performance expectancy	(Chua et al., 2018)	5	0.893	0.748-0.823	0.893	0.626

Social influence (SI)	(Chua et al., 2018)	5	0.890	0.754-0.828	0.891	0.620
Behavior intentions (BI)	(Rajaratnam et al., 2015)	5	0.880	0.770-0.825	0.882	0.599
Use behavior (UB)	(Chua et al., 2018)	6	0.888	0.705-0.841	0.889	0.573

Source: Created by the author.

Furthermore, Fornell and Larcker (1981) suggested that the critical thresholds of composite reliability (CR) should be greater than 0.7, and the average variance extracted (AVE) should be greater than 0.5 to ensure reliability. As depicted in Table 3, all factor loading values exceeded 0.5, while both CR and AVE surpassed their respective cutoff points. These findings affirm the adequacy of the CFA test, suggesting that the data analysis results are both valid and reliable

Table 3 Goodness of Fit for Measurement Model

Index	Acceptable Values	Statistical Values	After Adjustment
CMIN/DF	< 5.00 (Awang, 2012)	1781.908/734	2.428
GFI	≥ 0.85 (Sica & Ghisi, 2007)	0.843	
AGFI	≥ 0.80 (Sica & Ghisi, 2007)	0.825	
NFI	≥ 0.80 (Wu & Wang, 2006)	0.850	
CFI	≥ 0.80 (Bentler, 1990)	0.906	
TLI	≥ 0.80 (Sharma et al., 2005)	0.900	
RMSEA	< 0.10 (Hopwood & Donnellan, 2010)	0.053	
Model summary		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.

Furthermore, the model fit indices, including CMIN/DF, GFI, AGFI, NFI, CFI, TLI, and RMSEA, were utilized in the CFA test. As illustrated in Table 3, the obtained values in this study surpassed the acceptable thresholds, indicating a favorable fit for the model. Moreover, the measurement outcomes of these models bolstered their discriminant validity and validated the effectiveness of subsequent structural model estimation (refer to Table 3).

Table 4 Discriminant Validity

	PDQ	S	MOATE	PE	SI	BI	UB
PDQ	0.734						
S	0.228	0.755					
MOATE	0.366	0.396	0.737				
PE	0.353	0.231	0.356	0.791			
SI	0.319	0.335	0.256	0.354	0.788		
BI	0.431	0.412	0.464	0.509	0.399	0.774	
UB	0.283	0.252	0.454	0.351	0.239	0.376	0.757

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

As shown in Table 4, the square root of AVE for each variable was greater than its correlation with other variables, indicating that the model had good discriminant validity (see Table 4)

3. Structural Equation Model (SEM)

Structural equation modeling (SEM) is a generalization of regression model, which has many advantages that regression modeling does not have: SEM can deal with multiple independent variables and dependent variables at the same time.

The goodness of fit indices for the Structural Equation Model (SEM) is measured as demonstrated in Table 5. The calculation in SEMs and adjusting the model by using SPSS AMOS, the results of the fit index were presented as a good fit, which are CMIN/DF = 2.292, GFI = 0.852, AGFI = 0.834, NFI = 0.859, CFI = 0.915, TLI = 0.909 and RMSEA = 0.051, according to the acceptable values are mentioned (see Table 5)

Table 5 Goodness of Fit for Measurement and Structural Model

Index	Acceptable Criterion	Statistical Values Before Adjustment	Statistical Values After Adjustment
CMIN/DF	< 5.00 (Awang, 2012)	1781.908/734 2.428	1675.704/731 2.292
GFI	≥ 0.85 (Sica & Ghisi, 2007)	0.843	0.852
AGFI	≥ 0.80 (Sica & Ghisi, 2007)	0.825	0.834
RMSEA	≥ 0.80 (Wu & Wang, 2006)	0.850	0.859
CFI	≥ 0.80 (Bentler, 1990)	0.906	0.915
NFI	≥ 0.80 (Sharma et al., 2005)	0.900	0.909
TLI	< 0.10 (Hopwood & Donnellan, 2010)	0.053	0.051
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

The research model determines the significance of the regression path coefficients based on their t-values and calculates the explanatory power of the independent variables on the dependent variable based on R². Table 7 shows that at the significance level, *P < 0.05, **P < 0.01, ***P < 0.001.

Table 6 Hypothesis Results of the Structural Equation Model

Hypothesis	(β)	t-Value	Result
H1: PDQ→S	0.266	5.164*	Supported
H2: S→BI	0.189	4.857*	Supported
H3: MOATE→BI	0.371	8.179*	Supported
H4: PE→BI	0.368	8.396*	Supported
H5: SI→BI	0.172	4.470*	Supported
H6: BI→UB	0.744	7.410*	Supported

Note: * p<0.05

Source: Created by the author.

H1 has confirmed that perceived destination quality affects satisfaction with a result of 0.266. Among the many factors affecting satisfaction, perceived destination quality is one of the bases of satisfaction. Service quality is an important aspect of destination quality perceived by tourism consumers (Cong, 2016). The result of H2 is 0.189, which shows that satisfaction affects behavior intentions. The market competition is becoming increasingly intense; the customer becomes the enterprise's most important resource, and improving satisfaction helps improve the customer's consumption intention (Gupta & Arora, 2020). The result of H3 is 0.371, which indicates that memorability of a trip experience affects behavior intentions. Tourism is rich in meaning; for individuals, tourism can be a way of relaxation and leisure, and unforgettable travel memories can enhance tourists' willingness to revisit. (Ahn & Kwon, 2020). The result of H4 is 0.368, which indicates that performance expectancy affects behavior intentions. Performance expectancy has a positive effect on consumer intention and behavior (Wang et al., 2022). The result of H5 is 0.172, which indicates that social influence impacts behavior intentions. Society influences human behavior, existence, and society's material and spiritual conditions within the sphere of activity (Yang et al., 2012). Finally, the result of H6 is 0.744, which indicates that behavior intentions affect use behavior. Any act performed during a person's life or consumption will have a corresponding intention. (Zhao et al., 2022).

Conclusions, Recommendations, Limitations and Future Research

1. Conclusions

This study aims to investigate the factors that influence Chinese tourists' behavior intention and use behavior towards tourism apps. The model consists of seven variables and six hypotheses. The hypotheses are perceived destination quality affects satisfaction, satisfaction influences behavior intentions, the memorability of a trip experience has an effect on behavior intentions, performance expectancy has an effect on behavior intentions, social influence has an effect on behavior intentions, and behavior intentions have an effect on use behavior. In the questionnaire survey conducted to influence the behavior intentions and use behavior of Chinese tourists towards the three tourism APPs, the data analysis aims to explore the factors that influence the behavior intentions and use behavior of Chinese tourists towards the three tourism APPs.

The results of the study are as follows. First, the most influential factor in use behavior is behavior intentions; that is to say, intentions are closely related to behaviors and are the internal motivation for people to take actions to achieve certain purposes or meet certain expectations. Second, memorability of a trip experience strongly influences behavioral intention, as individuals have a high degree of confidence in their past experiences, a high degree of motivation and involvement, and a high degree of influence of the experience on future behavior. Performance expectancy influences behavioral intention. This suggests that people's performance expectancy can change because of their expectation of receiving rewards, which influences their behavior. Thirdly, perceived destination quality impacts satisfaction; perceived destination is an important component of consumer satisfaction, affecting re-processing behavior. Satisfaction has an impact on behavior intentions. People's consumer satisfaction and intentions differ, but this may affect consumer behavior differently. Finally, social influence has an impact on behavior intentions. Human behavior researchers consider behavior intentions as precursors of behaviors that will produce cognition.

2. Recommendations

The researcher found that by investigating the factors influencing Chinese tourists' behavioral intention and use behavior of tourism APP, it can be concluded that the factors influencing behavioral intention and use behavior are Satisfaction, memorability of a trip experience, performance expectancy, and social influence. The main factors influencing behavioral intention and use behavior are the memorability of a trip experience and performance expectancy. Therefore, firstly, the memorability of a trip experience and performance expectancy can be identified as one of the important reasons for generating behavioral intentions and behavioral outcomes, and memorable trip experience as well as performance expectancy have a guiding role in tourists' behavior of using the behavior of the tourism APP. It is suggested that other researchers determine the validity of tourist behavior based on the results of Chinese tourist apps. Secondly, Satisfaction is one of the reasons

affecting behavior intentions, and consumer satisfaction has a direct relationship with consumption intentions, guiding consumption behaviors, suggesting that creators and managers of Chinese tourism APPs pay attention to tourist satisfaction to enhance more opportunities for business revenue. Finally, social influence is one of the reasons affecting behavior intentions; social influence is a very common psychological phenomenon in human behavioral intentions and behavioral decisions; it is recommended that the creators and managers of Chinese tourism APPs pay attention to social influence to create a good reputation for their products.

3. Limitations and Future Research

The utilization of online survey tools, such as Questionnaire Star, for data collection in this study introduces a noteworthy limitation. The inherent physical distance between researchers and participants precluded face-to-face interactions, potentially limiting the depth of understanding regarding respondents' real-life situations. The reliance on self-reported data through questionnaires further introduces the possibility of bias, as their perceptions or mental states may have influenced respondents during the survey. Future research should explore alternative data collection methods that facilitate more direct and nuanced engagement with participants, mitigating these limitations and enhancing the reliability of the gathered information.

A limitation arises from applying a stratified sampling method to select representative samples. Although this approach was chosen to bolster the study's representativeness, challenges emerged in identifying appropriate strata. Consequently, the selected subgroups may not precisely mirror the target population's characteristics, impacting the research outcomes' precision and generalizability. To address this limitation, future studies should consider refining the stratified sampling method or exploring alternative sampling strategies that better align with the diverse nature of the population under investigation.

References

- Ahn, J., & Kwon, J. (2020). Green hotel brands in Malaysia: Perceived value, cost, anticipated emotion, and revisit intention. *Current Issues in Tourism*, 23(12), 1559-1574. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1646715>
- Awang, Z. (2012). *Structural equation modeling using AMOS graphic*. Penerbit Universiti Teknologi MARA.
- Bentler, P. M. (1990). Comparative fit indexes in structural models. *Psychological Bulletin*, 107(2), 238. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/0033-2909.107.2.238>
- Cai, Y., Ma, J., & Lee, Y. S. (2020). How do Chinese travelers experience the Arctic? Insights from a hedonic and eudaimonic perspective. *Scandinavian journal of hospitality and tourism*, 20(2), 144-165. <https://doi.org/10.1080/15022250.2020.1744185>

- Çelik, S., & Dedeoğlu, B. B. (2019). Psychological factors affecting the behavioral intention of the tourist visiting Southeastern Anatolia [Article]. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 2(4), 425-450. <https://doi.org/10.1108/JHTI-01-2019-0005>
- Chang, I. C., Chou, P. C., & Yeh, R. K. J. (2016). Factors influencing Chinese tourists' intentions to use the Taiwan Medical Travel App [Article]. *Telematics and Informatics*, 33(2), 401-409. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2015.09.007>
- Chen, K.-H., Huang, L., & Ye, Y. (2023). Research on the relationship between wellness tourism experiences cape and revisit intention: a chain mediation model. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(3), 893-918. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-01-2022-0050>
- Cheng, V. T. P., & Pai, C.-K. (2020). A trip planning service acceptance model for young mainland Chinese tourists. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 11(2), 327-342. <https://doi.org/10.1108/JHTT-11-2017-0121>
- Chow, A. S. Y., Ma, A. T. H., & Wong, G. K. L. (2019). The Impacts of Place Attachment on Environmentally Responsible Behavioral Intention and Satisfaction of Chinese Nature-Based Tourists. *Sustainability*, 11(20), 5585. <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/20/5585>
- Chua, P. Y., Razaeei, S., Gu, M., & Oh, Y. (2018). Elucidating social networking apps decisions. *Nankai Business Review International*, 9(2), 118-142. <https://doi.org/10.1108/NBRI-01-2017-0003>
- Cong, L. C. (2016). A formative model of the relationship between destination quality, tourist satisfaction and intentional loyalty: An empirical test in Vietnam [Article]. *Journal of Hospitality and Tourism management*, 26, 50-62. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2015.12.002>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing Research*, 18(1), 39-50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>
- Gao, Z., Cheah, J.-H., & Jean, L. X. (2023). Can travel apps improve tourists' intentions? Investigating the drivers of Chinese gen Y users' experience. *Journal of Vacation Marketing*, 1(2), 11-20. <https://doi.org/10.1177/13567667231152938>
- Gupta, K., & Arora, N. (2020). Investigating consumer intention to accept mobile payment systems through unified theory of acceptance model: An Indian perspective. *South Asian Journal of Business Studies*, 9(1), 88-114. <https://doi.org/10.1108/SAJBS-03-2019-0037>
- Hair, E., Halle, T., Terry-Humen, E., & Calkins, J. (2006). Children's school readiness in the ECLS-K: Predictions to academic, health, and social outcomes in first grade. *Early Childhood Research Quarterly*, 21(4), 431-454. <https://doi.org/10.1016/j.ecresq.2006.09.005>

- Hong, X., & Wu, Y. H. (2022). The use of AR to preserve and popularize traditional Chinese musical instruments as part of the formation of the tourist attractiveness of the national art of Guizhou province. *Digital Scholarship in the Humanities*, 37(2), 426-440. <https://doi.org/10.1093/llc/fqab087>
- Hopwood, C. J., & Donnellan, M. B. (2010). How should the internal structure of personality inventories be evaluated? *Personality and social psychology review*, 14(3), 332-346. <https://doi.org/10.1177/1088868310361240>
- Hosseini, S., Macias, R., & Garcia, F. A. G. (2023). Memorable tourism experience research: a systematic review of the literature. *Tourism Recreation Research*, 48(3), 465-479. <https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1922206>
- Kim, S. J. (2019). The effect of service convenience and mobile apps on consumer re-use in the service trade market: A focus on China medical tourist [Article]. *Journal of Korea Trade*, 23(4), 58-79. <https://doi.org/10.35611/jkt.2019.23.4.58>
- Kline, R. B. (2015). *Principles and practice of structural equation modeling* (1st ed.). Guilford publications.
- Lai, I. K. W. (2015). Traveler Acceptance of an App-Based Mobile Tour Guide. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 39(3), 401-432. <https://doi.org/10.1177/1096348013491596>
- Le, C. C., & Dong, D. X. (2017). Factors affecting European tourists' satisfaction in Nha Trang city: perceptions of destination quality. *International Journal of Tourism Cities*, 3(4), 350-362. <https://doi.org/10.1108/IJTC-04-2017-0022>
- Li, M., Cai, L., & Qiu, S. (2016). A Value, Affective Attitude, and Tourist Behavioral Intention Model. *Journal of China Tourism Research*, 12(2), 179-195. <https://doi.org/10.1080/19388160.2016.1225620>
- Li, T., & Chen, Y. (2019). Do Regulations Always Work? The Moderate Effects of Reinforcement Sensitivity on Deviant Tourist Behavior Intention. *Journal of Travel Research*, 58(8), 1317-1330. <https://doi.org/10.1177/0047287518804679>
- Lin, L. P. L., Huang, S.-C. L., & Ho, Y.-C. (2020). Could virtual reality effectively market slow travel in a heritage destination?. *Tourism Management*, 78, 104027. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104027>
- Liu, Y., Negricea, L. C., & Li, Q. (2023). Exploring the Continuance Usage Intention of Travel Applications in the Case of Chinese Tourists. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 47(1), 6-32. <https://doi.org/10.1177/1096348020962553>
- Ma, Y., Hardy, A., & Ooi, C.-S. (2020). Researching Chinese Tourists on the Move. *Journal of China Tourism Research*, 16(2), 214-229. <https://doi.org/10.1080/19388160.2019.1607794>

- Ni, J., Rhim, A. H. R., Chiu, D. K. W., & Ho, K. K. W. (2022). Information search behavior among Chinese self-drive tourists in the smartphone era. *Information Discovery and Delivery*, 50(3), 285-296. <https://doi.org/10.1108/IDD-05-2020-0054>
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). McGraw-Hill.
- Rajaratnam, S. D., Nair, V., Sharif, S. P., & Munikrishnan, U. T. (2015). Destination quality and tourists' behavioral intentions: rural tourist destinations in Malaysia. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 7(5), 463-472. <https://doi.org/10.1108/WHATT-06-2015-0026>
- Sharma, S., Mukherjee, S., Kumar, A., & Dillon, W. R. (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. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2003.10.007>
- Shu, M., & Scott, N. (2014). Influence of Social Media on Chinese Students' Choice of an Overseas Study Destination: An Information Adoption Model Perspective. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 31(2), 286-302. <https://doi.org/10.1080/10548408.2014.873318>
- Sica, C., & Ghisi, M. (2007). The Italian versions of the Beck Anxiety Inventory and the Beck Depression Inventory-II: psychometric properties and discriminant power. *Leading-Edge Psychological Tests and Testing Research* (pp.27-50). NOVA Science.
- Sparks, B., & Pan, G. W. (2009). Chinese Outbound tourists: Understanding their attitudes, constraints and use of information sources. *Tourism management*, 30(4), 483-494. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.10.014>
- Sthapit, E., Del Chiappa, G., Coudounaris, D., & Björk, P. (2019). Tourism experiences, memorability, and behavioral intentions: a study of tourists in Sardinia, Italy. *Tourism Review*, 75(3), 533-558. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/TR-03-2019-0102>
- Sun, J., & Guo, Y. (2022). A New Destination on the Palm? The Moderating Effect of Travel Anxiety on Digital Tourism Behavior in Extended UTAUT2 and TTF Models [Original Research]. *Frontiers in Psychology*, 13, 965655. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.965655>
- Tseng, L.-Y., Chang, J.-H., & Zhu, Y. L. (2021). What drives the travel switching behavior of Chinese Generation Z consumers. *Journal of Tourism Futures*, 1(1), 1-16. <https://doi.org/10.1108/JTF-07-2020-0110>
- Tu, H. W. T., Guo, W. F., & Yan, M. (2020). The Relationship between Tour Guide Humor and Tourists' Behavior Intention: A Cross-Level Analysis. *Journal of Travel Research*, 59(8), 1478-1492. <https://doi.org/10.1177/0047287519883033>

- Vongurai, R. (2024). An Empirical Investigation of Factors Influencing Innovation and Organizational Performance among Logistics and Supply Chain Organizations in Thailand. *The Journal of Distribution Science*, 22(2), 1-10, <https://doi.org/10.15722/jds.22.02.202402.1>
- Wang, C., Cui, W., Zhang, Y., & Shen, H. (2022). Exploring short video apps users' travel behavior intention: Empirical analysis based on SVA-TAM model [Original Research]. *Frontiers in Psychology*, 13, 912177. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.912177>
- Wang, S., Wang, J., Wan, L., & Wang, H. (2023). Social norms and tourists' pro-environmental behaviors: Do ethical evaluation and Chinese cultural values matter? *Journal of Sustainable Tourism*, 31(6), 1413-1429. <https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2049805>
- Wang, X., & Zhang, C. (2020). Contingent effects of social norms on tourists' pro-environmental behaviours: the role of Chinese traditionality. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(10), 1646-1664. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1746795>
- Warsito, C. (2024). Performance of Cultural Tourism: Mediating Role of Perceived Destination Quality. *Quality - Access to Success*, 25(198), 342-350. <https://doi.org/10.47750/QAS/25.198.36>
- Wu, J.-H., & Wang, Y.-M. (2006). Measuring KMS success: A specification of the DeLone and McLean's model. *Information & management*, 43(6), 728-739. <https://doi.org/10.1016/j.im.2006.05.002>
- Wu, R., & Lee, J. H. (2017). The use intention of mobile travel apps by Korea-visiting Chinese tourists. *Journal of Distribution Science*, 15(5), 53-64. <https://doi.org/10.15722/jds.15.5.201705.53>
- Wu, R.-Z., Lee, J.-H., & Tian, X.-F. (2021). Determinants of the Intention to Use Cross-Border Mobile Payments in Korea among Chinese Tourists: An Integrated Perspective of UTAUT2 with TTF and ITM. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(5), 1537-1556. <https://www.mdpi.com/0718-1876/16/5/86>
- Wu, X., & Lai, I. K. W. (2021). The acceptance of augmented reality tour app for promoting film-induced tourism: the effect of celebrity involvement and personal innovativeness. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 12(3), 454-470. <https://doi.org/10.1108/JHTT-03-2020-0054>
- Xia, L., Lee, T. J., & Kim, D. K. (2024). Relationships between motivation, service quality, tourist satisfaction, quality of life, and spa and wellness tourism. *International Journal of Tourism Research*, 26(1), e2624. <https://doi.org/10.1002/jtr.2624>
- Yang, S., Lu, Y., Gupta, S., & Cao, Y. (2012). Mobile payment services adoption across time: An empirical study of the effects of behavioral beliefs, social influences, and personal traits. *Computers in human behavior*, 28(1), 129-142. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.08.019>

- Zhang, H., Chen, W., Zhang, Y., Buhalis, D., & Lu, L. (2018). National Park visitors' car-use intention: A norm-neutralization model. *Tourism Management*, 69, 97–108.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.06.001>
- Zhao, Q., Guanghui, J., & Yuting, Y. (2022). Multifunction changes of rural housing land in metropolitan suburbs from the perspective of farmer households' land-use behavior. *Land Use Policy*, 119, 106206.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2022.106206>

HOW POSTGRADUATE STUDENTS ADOPT LIVESTREAM SHOPPING?: A CASE STUDY IN CHENGDU, CHINA

Yizhen Yuan

School of Foreign Languages Xihua University, China.

E-mail: 676052825@qq.com

Received 28 March 2024

Revised 13 May 2024

Accepted 7 July 2024

Abstract

This study intends to investigate the factors influencing the choice of livestream shopping among postgraduate students in Chengdu. Seven variables are perceived ease of use, perceived usefulness, perceived enjoyment, attitude, service quality, social influence, and behavioral intention. The researcher applied the quantitative method (n=500), distributing questionnaires to postgraduate students in three designated universities in Chengdu. The Structural Equation Model (SEM) and Confirmatory Factor Analysis (CFA) were used for the data analysis, and they included model fit, reliability, and validity of the constructs. The results explicated that perceived ease of use, usefulness, and enjoyment significantly impact attitude. Attitude, service quality, and social influence positively affect behavioral intention. Eight hypotheses were completely proven to fulfill research objectives. Hence, we need to observe how the different variables influence the customers' behavioral intention and work less with a higher efficiency.

Keywords: Livestreaming Shopping, Behavioral Intention, Perceived Enjoyment, Attitude, Social Influence.

Introduction

With the advancement of computer technology and the growing use of the Internet, e-commerce has emerged as a vital component of the virtual world. Globally, the number of individuals using the Internet is rising. Many firms truly feel that the Internet has a major commercial potential, given the explosive growth in Internet users (Hoffman, 2000). The degree to which customers engage with one another in real-time while buying online is called online shopping behavior. The rise of e-commerce has brought in new customers and unintentionally altered how customers purchase goods and services. Trade barriers have been further reduced by the growth of the Internet and e-commerce. Businesses can interact directly with consumers and potential customers wherever in the world.

With the development of information technology and the increasing use of mobile devices, short video platforms have seen rapid growth in recent years. Everyone can record

or make a video for upload to internet platforms (such as Facebook Live, Twitter Live, YouTube Live, and so forth), and sharing private videos (like live streaming) has gained popularity (Sjöblom et al., 2018). The public can now access information through new channels since short videos are mobile, fragmented, short- and long-term, and they break down the barriers of geography and time associated with information distribution. Jacobson states, "Vision and hearing are the foundations of the most socialized, abundant, and appropriate symbol system in human society."

Online retailers have traditionally described their products using text and photos for the last ten years. However, live broadcasting has emerged as a new worldwide trend that allows anyone to watch anything online, anytime, anywhere—from performing to singing to dining. In 2017, 422 million people in China used live broadcasting, which accounts for more than half of the country's total Internet users, according to research published by the China Internet Network Information Center (CNNIC, 2018). The social functionality of livestream shopping—real-time cross-interaction with live broadcast anchors, viewers, and customers—is evidently one of its important features (Addo et al., 2021).

Live streaming has become increasingly popular worldwide. The global live-streaming industry is predicted to grow from USD 30.29 billion to USD 70.05 billion between 2016 and 2021 (Research & Markets, 2016). Consider TikTok, the previous amazing app for short videos, as an example of a live broadcast application. Anybody can watch various legal and compliant live broadcasts as they like, and anyone can broadcast any content at any time and from any location. The evolution of information, networks, and logistics—particularly the global COVID-19 outbreak—has altered economic activity (Barro et al., 2020). People are advised to keep their distance from others, work from home, and avoid congregating in public areas as much as possible to lower their chance of infection and stop the disease from spreading (Jones et al., 2020). In this regard, live streaming is becoming a significant industry function. Therefore, this study intends to investigate the factors influencing the choice of livestream shopping among postgraduate students in Chengdu.

Literature Review

1. Perceived Ease of Use

According to Davis et al. (1989), perceived ease of use is the extent to which a system's interaction can be understood or used clearly. This is primarily determined by how easy it is to complete required tasks using the system, how much spiritual effort is required to achieve harmonious interaction with the system, and how difficult it is to use it. How easily a system operates while using it, how little mental work is needed when using it, and how easy it is to accomplish tasks with it are all considered aspects of perceived ease of use (Ndubisi, 2003).

According to other studies, there is a link between behavioral intention and

perceived ease of use (Zhang & Mao, 2008) and between perceived ease of use and trust (Schepers & Wetzels, 2007). Furthermore, these correlations are supported by UTAUT (Venkatesh & Davis, 2000). The Davis (1989) Technology acceptability Model (TAM) has been used in numerous prior studies on Internet acceptability. It is well recognized that models of online buying behavior, which incorporate outside factors influencing perceived usefulness and ease of use, may be created from his TAM. Given this perspective, this study suggests the following hypotheses:

H1: Perceived ease of use has a significant impact on perceived usefulness.

H2: Perceived ease of use has a significant impact on perceived enjoyment.

H4: Perceived ease of use has a significant impact on attitude.

2. Perceived Usefulness

Perceived usefulness is defined as the extent to which using IT requires no effort on the user's part (Davis et al., 1989). He concluded that, after utilizing a specific system, a person's perceived usefulness (PU) is a gauge of their level of productivity (Davis et al., 1989). According to Seddon and Kiew (1996), the goal of usefulness is to maximize the product's user performance. It is a perception of how well a product performs when used. According to Kwon and Lee (2010), a positive association exists between perceived usefulness and persistent intention.

Extended TAM (UTAUT) considers social impact and cognitive tool process as drivers of user-perceived usefulness in a study by Venkatesh and Davis (2000) (Park et al., 2007). Nonetheless, recent research indicates that the perceived value of mobile social software may be a predictor or antecedent of the inclination to use particular mobile social software and trust (both social and emotional). Perceived utility and perceived ease of use are major factors in determining whether people utilize e-government services, according to research on the TAM model used in e-government (Dimitrova & Chen, 2006; Wangpipatwong et al., 2008). Given this perspective, this study suggests the following hypothesis:

H3: Perceived usefulness has a significant impact on attitude.

3. Perceived Enjoyment

The degree to which one perceives pleasure is known as perceived enjoyment, and it does not consider the outcome of employing a certain system. According to Huang et al. (2014), perceived enjoyment is the satisfaction one experiences when utilizing a system without considering any potential negative effects on performance. On the other hand, perceived satisfaction gauges how much each person enjoys using the system itself (Davis et al., 1992). To put it briefly, PE describes the extent to which using a system or product is considered enjoyable without considering any potential negative effects (Davis et al., 1992). Perceived enjoyment impacts the intention to use a mobile learning system, according to a study by Wong and Zhou (2015). To forecast users' acceptance and adoption rates of new technologies, Zhou and Ee (2012) integrated PE into the UTAUT model. Thus, this study

suggests the following hypothesis:

H5: Perceived enjoyment has a significant impact on attitude.

4. Attitude

A person's attitude reflects their emotions, whether they are positive or bad. A positive attitude will be displayed, while a negative attitude will be present. Different from the attitude of another object, attitude is a kind of inclination and a type of conduct. According to Ajzen and Fishbein (1980), attitudes are enduring positive or negative reactions to a specific item that provide motivation for continuing an action. This idea can be shown in a person's preferences, existing behavior intention, and how enticing something is to them. Typically, it relates to a person's general attitude about currently available products and their fidelity to a brand's effect and image (Fishbein & Ajzen, 1975). Thus, this study suggests the following hypothesis:

H6: Attitude has a significant impact on behavioral intention.

5. Service Quality

Service quality was defined by Hassan et al. (2013) as the extent to which a service or general state is assessed or acknowledged. According to Zeithaml et al. (2009), service quality is the given service's ability to meet or exceed the users' expectations. It is the user's assessment, judgment, and perception (SERVPERF) of the service rendered, according to Zeithaml (1988). Accordingly, "the degree of difference between customers' expectation of service and their real perception" is the standard definition of service quality.

The service quality theory by Parasuraman et al. (1988), service quality has grown in importance as a criterion for evaluating different industries. Because tourists are satisfied when the product or service level meets their expectations, many researchers in the tourism literature believe that service quality is important to tourist satisfaction and can be used as an indicator of it (Chen & Chen, 2010; Oliver, 2010; Udo et al., 2010; Zeithaml et al., 1993). Thus, this study suggests the following hypothesis:

H7: Service quality has a significant impact on behavioral intention.

6. Social Influence

According to Smith et al. (2011), social influence particularly refers to the extent to which others persuade people to alter their beliefs and behaviors. The impact of the opinions and sentiments of others who are significant to you on whether or not you use new things should be the concept of social influence. According to Lin et al. (2011), social influence is crucial to sociology and behavioral sciences like behavioral decision-making. Accordingly, social influence refers to the possibility that someone may unintentionally employ a particular tactic due to the impact and evaluation of others (Bagozzi & Dholakia, 2002). Researchers only use the degree of information acquired through social interaction to estimate the extent of social influence in the J-curve model (Greenberg, 1964). Thus, this study suggests the following hypothesis:

H8: Social influence has a significant impact on behavioral intention.

7. Behavioral Intention

According to Davis et al. (1989), there is a perspective that uses the TRA model to “measure the degree of an individual's intention” through behavioral intents. The primary factor influencing whether to carry out a certain conduct is behavioral intention, which is a subjective possibility (Ajzen & Fishbein, 1980; Yi et al., 2006). Theoretically, loyalty behaviors—also referred to as strong loyalty or recurrent purchases—usually have behavioral intents built in (Wu et al., 2018; Zeithaml & Bitner, 1996). As a result, “behavioral intention” refers to the degree to which a person is willing to carry out a specific plan or activity (Ahn & Back, 2019; Warshaw & Davis, 1985). According to Safari et al. (2020), a customer's attitude or conduct following hotel service is referred to as their behavioral intention. The definition of intention to use behavior used in this study—“the possibility of individuals using online banking services”—is fairly like that used in earlier studies.

Research Framework

Based on Venkatesh et al. (2012), enjoyment, social impact, perceived value, convenience, motivation, habits, and so on are some of its constituents. The four main components of the UTAUT model are promotion conditions, social influence, effort expectations, and performance expectations. These components have been incorporated since several studies have demonstrated their validity. Behavior of usage intent (Venkatesh et al., 2003).

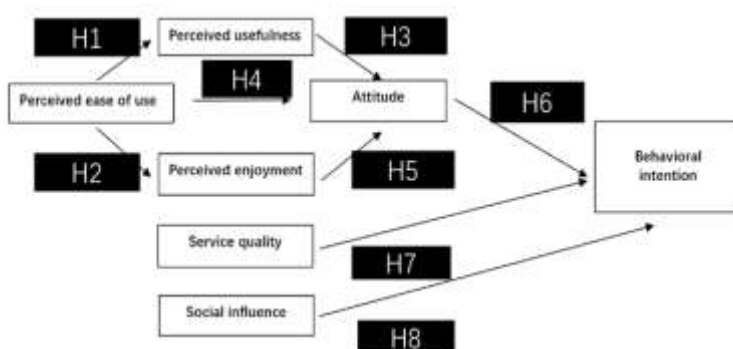


Figure 1 Conceptual Framework

The hypotheses of the research variables based on the conceptual framework are;

H1: Perceived ease of use has a significant impact on perceived usefulness.

H2: Perceived ease of use has a significant impact on perceived enjoyment

H3: Perceived usefulness has a significant impact on attitude.

H4: Perceived ease of use has a significant impact on attitude.

- H5: Perceived enjoyment has a significant impact on attitude.
- H6: Attitude has a significant impact on behavioral intention.
- H7: Service quality has a significant impact on behavioral intention.
- : Social influence has a significant impact on behavioral intention.

Research Methodology

The researchers used the quantitative method of non-probability sampling. They distributed the questionnaires through the professional survey software Questionnaire Star. The questionnaire survey was divided into the following steps. Firstly, the target group was targeted through screening questions to meet the interview conditions and become a valid answer sheet. Secondly, for each question set, a 5-point Likert scale was used to measure from "strongly disagree" (1 point) to "strongly agree" (5 points). An expert's item-objective congruence (IOC) test was conducted through a pilot test with 50 respondents. The pilot study, yielded a Cronbach's Alpha score surpassing 0.7, affirming the reliable measurement (Nunnally & Bernstein, 1994).

1. Population and Sample Size

The survey targets were the current graduate students of three universities in Chengdu. After data screening, 550 responses were received for this study. Of these, 500 valid questionnaires were used for the post-study.

2. Sampling Techniques

The researcher used a non-probability sampling method and then determined the sample size based on the number of postgraduate students enrolled in each school through the quota sampling method. Finally, the researcher used a convenience sampling method to collect data online through Question star.

Results and Discussion

1. Demographic Information

For this questionnaire, the first choice is students from the three target colleges. In the view of gender, there are 242 female respondents, accounting for 48.4%, and 258 male respondents, accounting for 51.6%; according to the grades, there are a total of 134 students in the first year of college, accounting for 26.8%, 118 students in the second year of college, accounting for 23.6%, and 155 students in the third year, accounting for 31%. There are relatively fewer participants in the fourth year of college because they have already completed all the courses. In the fourth year, there were 93 participants, accounting for 18.6%.

Table 1 Demographic Profile

Demographic and General Data (N=500)		Frequency	Percentage
Gender	Male	258	51.6%
	Female	242	48.4%
Year of Study	Year 1	134	26.8%
	Year 2	118	23.6%
	Year 3	155	31%
	Year 4	93	18.6%

2. Confirmatory Factor Analysis (CFA)

Confirmatory factor analysis (CFA) was undertaken in this study to assess the validity of the measurement model. The analysis revealed that all items within each variable were statistically significant, as indicated by their factor loadings. Specifically, the factor loadings exceeded 0.30 with a p-value of less than 0.05, demonstrating their significance. Furthermore, the construct reliability surpassed the threshold of 0.7, and the mean coefficient of variation was below 0.05. The mean-variance extracted also exceeded the recommended threshold of 0.5 (Fornell & Larcker, 1981). These findings collectively confirm the significance and reliability of all estimates in the model (Hair et al., 2006).

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	Davis (1989)	6	0.913	0.751-0.819	0.908	0.621
Perceived Usefulness	Davis (1989)	4	0.852	0.711-0.800	0.842	0.571
Perceived Enjoyment (PE)	Davis et al. (1992)	4	0.823	0.722-0.736	0.819	0.531
Attitude (ATT)	Davis et al. (1989)	4	0.816	0.676-0.790	0.809	0.515
Service Quality (SQ)	Kotler and Keller (2014)	12	0.933	0.704-0.746	0.927	0.515
Social Influence (SI)	Wang and Zhu (2019)	3	0.833	0.722-0.802	0.822	0.607
Behavioral Intention (BI)	Fishbein and Ajzen (1975)	6	0.884	0.761-0.820	0.905	0.614

Source: Created by the author.

In the confirmatory factor analysis (CFA), various fit indices, including GFI, AGFI, NFI, CFI, TLI, and RMSEA, were employed to assess the model fit and validate subsequent structural model estimates, as detailed in Table 3.

Table 3 Goodness of Fit for Measurement Model

Index	Acceptable Values	Statistical Values After Adjustment
CMIN/DF	< 5.00 (Al-Mamary & Shamsuddin, 2015; Awang, 2012)	1.330
GFI	≥ 0.85 (Sica & Ghisi, 2007)	0.918
AGFI	≥ 0.80 (Sica & Ghisi, 2007)	0.906
NFI	≥ 0.80 (Wu & Wang, 2006)	0.912
CFI	≥ 0.80 (Bentler, 1990)	0.970
TLI	≥ 0.80 (Sharma et al., 2005)	0.975
RMSEA	< 0.08 (Pedroso et al., 2016)	0.026
Model summary		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, RMSEA = Root mean square error of approximation.

In addition, the convergent validity Table 4 shows that the convergent validity and discriminant validity of this study are greater than the acceptable values. Thus, both convergent and discriminant validity are validated, and these model measurements also demonstrate discriminant validity and validation.

Table 4 Discriminant Validity

	PEU	PU	PE	ATT	SQ	SI	BI
PEU	0.788						
PU	0.453	0.756					
PE	0.439	0.289	0.729				
ATT	0.456	0.378	0.354	0.718			
SQ	0.183	0.020	0.097	0.137	0.718		
SI	0.340	0.137	0.229	0.225	0.121	0.779	
BI	0.223	0.119	0.104	0.276	0.222	0.275	0.784

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

3. Structural Equation Model (SEM)

According to the recommendation of Greenspoon and Saklofske (1998), the GFI and CFI should be higher than 0.8, while the measure of model fit should not be more than 3. In calculating the SEM, SPSS was used to adjust the model, and the results of the goodness of fit indices showed good results as shown in Table 6, which are CMIN/DF = 1.416, GFI = 0.912, AGFI = 0.901, NFI = 0.905, CFI = 0.968, TLI = 0.970, RMSEA = 0.029.

Table 6 Goodness of Fit for Measurement and Structural Model

Index	Acceptable Criterion	Statistical Values
CMIN/DF	< 5.00 (Al-Mamary & Shamsuddin, 2015; Awang, 2012)	1.416
GFI	≥ 0.85 (Sica & Ghisi, 2007)	0.912
AGFI	≥ 0.80 (Sica & Ghisi, 2007)	0.901
NFI	≥ 0.80 (Wu & Wang, 2006)	0.905
CFI	≥ 0.80 (Bentler, 1990)	0.968
TLI	≥ 0.80 (Sharma et al., 2005)	0.970
RMSEA	< 0.08 (Pedroso et al., 2016)	0.029
Model		Acceptable Model Fit
Summary		

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

The research model was calculated using regression weights for each variable and R² significance of variance

Table 6 Hypothesis Results of the Structural Equation Model

Hypothesis	(β)	t-Value	Result
H1: PEU→PU	0.456	8.632*	Supported
H2: PEU→PE	0.443	8.129*	Supported
H3: PU→ATT	0.200	3.521*	Supported
H4: PEU→ATT	0.294	4.719*	Supported
H5: PE→ATT	0.168	2.937*	Supported
H6: ATT→BI	0.220	4.362*	Supported
H7: SQ→BI	0.177	3.734*	Supported
H8: SI→BI	0.213	4.210*	Supported

Note: * p<0.05

Source: Created by the author.

The result from Table 6 can be refined that:

H1 proves a strong correlation between PEU and PU with a T-value of 10.886, consistent with Mao and Palvia (2006) study that perceived ease of use also has a positive effect on perceived usability. It is also in line with the study of Venkatesh and Davis (2000), who argued that the easier a technology is to use, the more useful it is. This is followed by H2, with a T-value of 9.088, and a conclusion that perfectly corroborates the model of motivation for technology acceptance proposed by Deci (1975) or Davis (1989). In this model, the idea is that the more useful system is also more enjoyable (Teo et al., 1999). H3 and H2 are often important components in the same model. So, the resulting structure is consistent with previous research. As for H4, earlier research has found that PU positively affected attitudes (Lin & Lu, 2011), and thus, the hypothesis holds. H5 describes the relationship between PU and ATT, which is clearly stated in the study of Kim and Forsythe (2008), who argued that Perceived Usefulness (PU) and Perceived Ease of Use (PEOU) together influence an individual's attitude towards the use of technology. For H6, the T-value of 4.362 indicates that attitude positively affects behavioral intention, which is in accordance with Solomon's (2004) study. He argued that attitude is an important variable influencing behavioral intention and has the greatest and most direct impact. From the result of H7, it can be seen that there is a correlation between SQ and BI with a T-value of 3.734, which is considered in Zeithaml and Bitner (1996) study that service quality unidirectionally affects behavioral intention. Finally, hypothesis H8 is strongly supported by Wang et al. (2019), who argued that social influence is an external motivator and influences technology-related behavioral intentions to a large extent.

Conclusions, Recommendations, Limitations and Future Research

1. Conclusions

Firstly, Attitude, social influence, and service quality directly influence behavioral intention; PEU, PU, and PE directly and indirectly influence Attitude. Attitude has the greatest degree of influence on the use of live shopping by the postgraduate population. This is followed by social influence and, finally, service quality. However, the influence of these two on behavioral intention must be addressed. According to Pervin et al. (2005), Attitude is a behavior and a tendency to behave, perceive, evaluate, and think in the face of things. This satisfies previous research that positive evaluations of a particular thing imply a high level of recognition by the individual, who will categorize it as their favorite thing and use it repeatedly or consistently (Han et al., 2010).

2. Recommendations

The researchers found that attitudes have the greatest and most direct impact on whether postgraduate students choose to shop via live streaming, which in turn is influenced by a combination of PEU, PU, and PE, so the root cause is whether live streaming shopping

meets the needs of the consumer well, with high quality in terms of both fun and practicality. According to Suki (2011), PE refers to an individual's satisfaction, pleasure, and enjoyment from engaging in a particular behavior. A person is unlikely to be willing to do uninteresting work but choose to continue or repeat interesting things. According to the TPB model, attitudes will have favorable or unfavorable effects on using a specific system, and different attitudes will lead to different behavioral choices. Thus, we need to see the role of attitudes in influencing, which are both influenced by other factors and, at the same time, profoundly influence behavioral intentions. In many previous studies, the results also clearly indicate that attitudes are a relatively stable mental state that has a direct predictive influence on behavioral intentions (Hsu et al., 2013).

3. Limitations and Future Research

There are three main limitations of this study: first, as far as the study population is concerned, although the scope of the study is the postgraduate student population in Chengdu, the three selected schools are geographically close to each other, and the questionnaire format relies exclusively on online, which is relatively homogeneous in form. Secondly, of the three direct influences on behavioral intention, only a one-way study was conducted to examine their respective influences on behavioral intention without exploring their influencing relationships. Finally, live shopping is an emerging thing; the rapid development of the research in the field study needs to be considered more in-depth; the reference literature is mainly focused on network technology and cannot refine the benchmark to network shopping. Therefore, in the later study stage, we can widely collect the literature in this field and construct a more complex model for in-depth analysis.

References

- Addo, P., Fang, J., Asare, A., & Kulbo, N. (2021). Customer engagement and purchase intention in live-streaming digital marketing platforms. *The Service Industries Journal*, 41(2), 1-20. <https://doi.org/10.1080/02642069.2021.1905798>
- Ahn, J., & Back, K.-J. (2019). Effects of Integrated Resort Experience on Customers' Hedonic and Eudaimonic Well-Being. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 43(8), 1-11.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior* (1st ed.). Prentice-Hall, Englewood Cliffs.
- Al-Mamary, Y. H., & Shamsuddin, A. (2015). Testing of the Technology Acceptance Model in Context of Yemen. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 2(1), 11-23. <https://doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n4s1p268>
- Awang, Z. (2012). *Structural equation modeling using AMOS graphic* (1st ed.). Penerbit Universiti Teknologi MARA.
- Bagozzi, R. P., & Dholakia, U. M. (2002). Intentional social action in virtual communities. *Journal of Interactive Marketing*, 16(2), 2-21. <https://doi.org/10.1002/dir.10006>

- Barro, R. J., Ursua, J. F., & Weng, J. (2020). The Coronavirus and the Great Influenza Pandemic: Lessons from the “Spanish Flu” for the Coronavirus’s Potential Effects on Mortality and Economic Activity. *National Bureau of Economic Research*, 11(2), 20-25.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.3556305>
- Bentler, P. M. (1990). Comparative fit indexes in structural models. *Psychological Bulletin*, 107(2), 238. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.107.2.238>
- Chen, C.-F., & Chen, F.-S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction, and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Management*, 31(1), 29-35.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.008>
- CNNIC. (2018). *The 41st “Statistical Report on the Development of China’s Internet*.
http://www.cnnic.net.cn/hlwfyj/hlwzxbg/hlwjtjbg/201803/t20180305_70249.htm
- Davis, F., Bagozzi, R., & Warshaw, P. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982-1003.
<https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
<https://doi.org/10.2307/249008>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1992). Extrinsic and Intrinsic Motivation to Use Computers in the Workplace. *Journal of Applied Social Psychology*, 22(14), 1111-1132. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1992.tb00945.x>
- Deci, E. (1975). *Intrinsic Motivation*. Plenum Press. <https://doi.org/10.1007/978-1-4613-4446-9>
- Dimitrova, D., & Chen, Y.-C. (2006). Profiling the Adopters of E-Government Information and Services. *Social Science Computer Review*, 24(2), 172-188.
<https://doi.org/10.1177/0894439305281517>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. 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.
<https://doi.org/10.1177/002224378101800104>
- Greenberg, O. W. (1964). Spin and Unitary-Spin Independence in a Paraquark Model of Baryons and Mesons. *Physical Review Letters*, 13(20), 598-602.
<https://doi.org/10.1103/physrevlett.13.598>
- Greenspoon, P. J., & Saklofske, D. H. (1998). Confirmatory factor analysis of the multidimensional Students' Life Satisfaction Scale. *Personality and Individual Differences*, 25(5), 965-971. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(98\)00115-9](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(98)00115-9)
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., & Tatham, R. (2006). *Multivariate Data Analysis* (6th ed.). NY: Pearson Prentice Hall.

- Han, J., Nunes, J., Drèze, X., & Marshall, A. (2010). Signaling Status with Luxury Goods: The Role of Brand Prominence. *Journal of Marketing*, 74(4), 1547-7185.
<https://doi.org/10.1509/jmkg.74.4.15>
- Hassan, M., Nawaz, M. S., Abbas, G., & Sajid, M. I. (2013). Impact of high-performance work practices on employee loyalty and financial performance through mediation of employee satisfaction: Empirical evidence from the financial sector of Pakistan. *Middle East Journal of Scientific Research*, 16(8), 1037-1046.
- Hoffman, M. L. (2000). *Empathy and moral development: Implications for caring and justice* (1st ed.). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511805851>
- Hsu, Y.-C., Hung, J.-L., & Ching, Y.-H. (2013). Trends of educational technology research: more than a decade of international research in six SSCI-indexed refereed journals. *Educational Technology Research and Development*, 61(4), 685-705.
<https://doi.org/10.1007/s11423-013-9290-9>
- Huang, L. Y., Hsieh, Y. J., & Wu, Y. C. J. (2014). Gratifications and Social Network Service Usage: The Mediating Role of Online Experience. *Information and Management*, 51, 774-782. <https://doi.org/10.1016/j.im.2014.05.004>
- Jones, S. M., Lesaux, N. K., Gonzales, K. E., Hanno, E. C., & Guzman, R. (2020). Exploring the role of quality in a population study of early education and care. *Early Childhood Research Quarterly*, 53(4), 551-570.
- Kim, J., & Forsythe, S. (2008). Adoption of Virtual Try-on technology for online apparel shopping. *Journal of Interactive Marketing*, 22(2), 45-59.
<https://doi.org/10.1002/dir.20113>
- Kotler, P., & Keller, K. (2014). *Marketing Management* (15th ed.). Prentice Hall, Saddle River.
- Kwon, J., & Lee, K. M. (2010). *Visual tracking decomposition* (1st ed.). 2010 IEEE Computer Society Conference on Computer Vision and Pattern Recognition.
<https://doi.org/10.1109/cvpr.2010.5539821>
- Lin, H.-H., Wang, Y.-S., & Chang, L.-K. (2011). Consumer responses to online retailer's service recovery after a service failure: A perspective of justice theory. *Managing Service Quality: An International Journal*, 21(5), 511-534.
<https://doi.org/10.1108/09604521111159807>
- Lin, K. Y., & Lu, H. P. (2011). Why People Use Social Networking Sites: An Empirical Study Integrating Network Externalities and Motivation Theory. *Computers in Human Behavior*, 27, 1152-1161. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2010.12.009>
- Mao, E., & Palvia, P. (2006). Testing an Extended Model of IT Acceptance in the Chinese Cultural Context. *ACM SIGMIS Database*, 37(2-3), 20-32.
<https://doi.org/10.1145/1161345.1161351>
- Ndubisi, N. O. (2003). Relationship marketing and customer loyalty. *Emerald insight*, 25(1), 98-106. <https://doi.org/10.1108/02634500710722425>

- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). McGraw-Hill.
- Oliver, R. L. (2010). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on Consumer* (2nd ed.). Routledge.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64, 12-40.
- Park, D.-H., Lee, J., & Han, I. (2007). The Effect of On-Line Consumer Reviews on Consumer Purchasing Intention: The Moderating Role of Involvement. *International Journal of Electronic Commerce*, 11(4), 125-148. <https://doi.org/10.2753/jec1086-4415110405>
- Pedroso, R., Zanetello, L., Guimarães, L., Pettenon, M., Gonçalves, 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. <https://doi.org/10.1590/0101-608300000000081>
- Pervin, L. A., Cervone, D., & John, O. P. (2005). *Personality: theory and research* (1st ed.). NY: John Wiley & Sons.
- Research & Markets. (2016). *Trusted by the World's Leading Brands*. <https://www.researchandmarkets.com/>
- Safari, K., Bisimwa, A., & Buzera, M. (2020). Attitudes and intentions toward internet banking in an under developed financial sector. *PSU Research Review*, 6(1), 39-58. <https://doi.org/10.1108/PRR-03-2020-0009>.
- Schepers, J., & Wetzels, M. (2007). A meta-analysis of the technology acceptance model: Investigating subjective norm and moderation effects. *Information & Management*, 44(1), 90-103. <https://doi.org/10.1016/j.im.2006.10.007>
- Seddon, P., & Kiew, M.-Y. (1996). A Partial Test and Development of Delone and Mclean's Model of IS Success. *Australasian Journal of Information Systems*, 4(1), 1-10. <https://doi.org/10.3127/ajis.v4i1.379>
- Sharma, S., Mukherjee, S., Kumar, A., & Dillon, W. R. (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. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2003.10.007>
- 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..
- Sjöblom, M., Törhönen, M., Hamari, J., & Macey, J. (2018). The ingredients of Twitch streaming: Affordances of game streams. *Computers in Human Behavior*, 92, 20-28. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.10.012>
- Smith, V., Devane, D., & Clarke, M. (2011). Methodology in conducting a systematic review of systematic reviews of healthcare interventions. *BMC Medical Research Methodology*, 11(15), 1-20. <https://doi.org/10.1186/1471-2288-11-15>

- Solomon, M. R. (2004). *Consumer Behavior, Buying, Having and Being* (6th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Suki, N. M. (2011). Exploring the Relationship between Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, Attitude and Subscribers' Intention towards Using 3G Mobile Services. *Journal of Information Technology Management*, 22, 1-7.
- Teo, T. S. H., Lim, V. K. G., & Lai, R. Y. C. (1999). Intrinsic and extrinsic motivation in Internet usage. *Omega*, 27(1), 25-37. [https://doi.org/10.1016/s0305-0483\(98\)00028-0](https://doi.org/10.1016/s0305-0483(98)00028-0)
- Udo, G. J., Bagchi, K. K., & Kirs, P. J. (2010). An assessment of customers' e-service quality perception, satisfaction, and intention. *International Journal of Information Management*, 30(6), 481-492. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2010.03.005>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186-204. <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: Towards a Unified View. *MIS Quarterly*, 27, 425-478. <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), 157-178. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Wang, J. Y., Wang, S. J., & Feng, K. S. (2019). Coupling analysis of urbanization and energy-environment efficiency: Evidence from Guangdong province. *Applied Energy*, 254, Article 113650. <https://doi.org/10.1016/j.apenergy.2019.113650>
- Wang, K., & Zhu, C. (2019). MOOC-based flipped learning in higher education: students' participation, experience and learning performance. *International Journal of Educational Technology in Higher Education volume*, 16, 1-10. <https://doi.org/10.1186/s41239-019-0163-0>
- Wangpipatwong, S., Chutimaskul, W., & Papasratorn, B. (2008). Understanding Citizen's Continuance Intention to Use e- Government Website: A Composite View of Technology Acceptance Model and Computer Self-Efficacy. *Electronic Government, an International Journal*, 6, 1-10.
- Warshaw, P. R., & Davis, F. D. (1985). Disentangling behavioral intention and behavioral expectation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 21(3), 213–228. [https://doi.org/10.1016/0022-1031\(85\)90017-4](https://doi.org/10.1016/0022-1031(85)90017-4)
- Wong, J. K. W., & Zhou, J. (2015). Enhancing Environmental Sustainability over Building Life Cycles through Green BIM: A Review. *Automation in Construction*, 57, 156-165. <https://doi.org/10.1016/j.autcon.2015.06.003>

- Wu, J.-H., & Wang, Y.-M. (2006). Measuring KMS success: A specification of the DeLone and McLean's model. *Information & management*, 43(6), 728-739.
<https://doi.org/10.1016/j.im.2006.05.002>
- Wu, X., Yang, H., Waugh, D. W., Orbe, C., Tilmes, S., & Lamarque, J.-F. (2018). Spatial and temporal variability of interhemispheric transport times. *Atmospheric Chemistry and Physics*, 18(10), 7439-7452. <https://doi.org/10.5194/acp-18-7439-2018>
- Yi, M., Jackson, J., Park, J., & Probst, J. (2006). Understanding Information Technology Acceptance by Individual Professionals: Toward an Integrative View. *Information & Management*, 43(3), 350-363. <https://doi.org/10.1016/j.im.2005.08.006>
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52, 2-22.
<http://dx.doi.org/10.2307/1251446>
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1993). The Nature and Determinants of Customer Expectation of Service. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 21, 1-12. <http://dx.doi.org/10.1177/0092070393211001>
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (1996). *Services Marketing* (1st ed.). McGraw-Hill.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2009). *Service marketing: integrating customer focus across the firm* (5th ed.). McGraw-Hill/Irwin.
- Zhang, J., & Mao, E. (2008). Understanding the Acceptance of Mobile SMS Advertising among Young Chinese Consumers. *Psychology and Marketing*, 25, 787-805.
<https://doi.org/10.1002/mar.20239>
- Zhou, M., & Ee, J. (2012). Development of the Social Emotional Competence Questionnaire (SECQ). *The International Journal of Emotional Education*, 4, 27-42.
<https://doi.org/10.1037/t69172-000>

ENHANCING JOB SATISFACTION OF UNIVERSITY TEACHERS IN SICHUAN, CHINA

Zhang Huaiwen

Sichuan University of Science & Engineering.

E-mail: 1291853335@qq.com

Received 2 April 2024

Revised 13 May 2024

Accepted 20 July 2024

Abstract

This study aims to investigate factors impacting principal's transformational leadership, principal's transactional leadership, teamwork, training and development, and self-efficacy on teacher job satisfaction. The study used the item-objective congruence (IOC) index as validity and Cronbach's alpha ($n=30$) as reliability. The 80 valid questionnaires from Sichuan University of Science & Engineering were analyzed using multiple linear regression to verify the significant relationships among the variables. Subsequently, 30 teachers were selected to attend the strategic plan over 14 weeks. Then, paired samples t-tests were conducted to compare the quantitative results of post-strategic and pre-strategic planning. In a multiple linear regression study, the results line principal's transformational leadership, principal's transactional leadership, teamwork, training and development, and self-efficacy are five variables that have a significant effect on teachers' job satisfaction. Finally, the paired samples t-test showed a significant difference between the post-strategic plan stage and the pre-strategic plan stage in terms of teachers' job satisfaction. This study aims to improve teachers' job satisfaction regarding principals' leadership, teamwork, training and development, and self-efficacy to stabilize the teaching force and improve the overall quality of school operations.

Keywords: Teacher Job Satisfaction, Influencing Factors, Strategic Plan

Introduction

Education in China is a matter of great concern to both the Government and the public. The state attaches great importance to the development of education, to the quality of teaching in schools, and to the overall satisfaction and effectiveness of teachers. However, the progress of education in a country depends on the competence of the educators. If teachers are unsatisfied with their profession, their optimal performance ability will be greatly reduced.

If teachers have high job satisfaction, motivation, and efficiency, then teaching and learning in these schools will be effective. Educators with high job satisfaction are more motivated and committed to their students and the educational organization. Regardless of the organizational environment, employees who are both competitive and satisfied tend to

exhibit supportive behaviors toward their colleagues and supervisors, ultimately contributing to the organization's overall success. A positive correlation exists between teacher satisfaction and the provision of satisfactory and competent education in schools.

Teachers' job responsibility is to teach and educate people. As an integral part of the education system, they are, in turn, the cornerstone of a country's education system and have a crucial position in the progress of society and the future of the country. Teachers' job satisfaction is an important reflection of their educational work, school environment, personal development, etc. Therefore, teachers themselves attach great importance to their job satisfaction.

Teachers are role models and stakeholders in children's future. Teacher satisfaction is associated with the production of good students, and researchers have emphasized the impact of teachers' job well-being on student achievement; student development is the primary task of education, and the group most directly and closely related to the quality of student development is the teacher, whose perceptions of job satisfaction are relevant to student development.

Literature Review

1. Teachers' Job Satisfaction

Biggerstaff (2012) defined job satisfaction as teachers' attitudes and opinions regarding their working circumstances and the teaching profession. According to Zembylas and Papanastasiou (2004), teachers' work satisfaction levels are determined by the interplay between their teaching expectations and their perception of the advantages of teaching. An alternate reason is that teachers' job satisfaction is based on thoroughly assessing their attitudes and opinions regarding their current working conditions and the teaching profession. The job satisfaction of school teachers is widely recognized as an important determinant of educational system improvement, and many experts and scholars have paid attention to the study of it.

2. Principal's Transformational Leadership

Transformational leadership is related to ethics and can be described as a type of ethical leadership, where there is a strong interpersonal interaction with each other within the organization and both the leader and the employees strive to achieve the goals of the organization (Kanungo, 2001). Leaders who adopt a transformational leadership style demonstrate a willingness to articulate a compelling vision and effectively utilize it as a catalyst to inspire and motivate their colleagues. By fostering a culture of collaboration, communication, and dedication, these leaders encourage their team members to actively participate in their work, share ideas, and demonstrate commitment. This approach fosters enthusiasm and optimism among employees, enabling them to anticipate and pursue opportunities for growth and advancement (Leithwood & Jantzi, 2005). Thus, a hypothesis has

been stipulated:

H1: Principal's transformational leadership has a significant impact on teachers' job satisfaction.

3. Principals' Transactional Leadership

In exchange for benefits, leaders and employees engage in transactional leadership, where they negotiate with each other to identify ways to limit losses and maximize gains while still pursuing common goals (Burns, 1978). Transactional leadership is a type of barter leadership where leaders and subordinates get what they want by agreement for their benefit and purpose. For their interests and purposes (Sergiovanni, 1990). The work and performance of subordinates determine the leader's incentives for subordinates to be rewarded. Transactional leadership is transaction-based (Pillai et al., 1999). The study by Randelangi et al. (2022) surveyed 62 educators and found that leadership styles, especially transactional and transformational, significantly positively affected teachers' job satisfaction. The competence of leadership style is directly related to the level of performance. Thus, a hypothesis has been stipulated:

H2: Principal's transactional leadership has a significant impact on teachers' job satisfaction

4. Teamwork

Adair (1986) defines teams by comparing them to groups. He describes the difference between teams and groups by stating that everyone contributes and complements each other, whereas everyone's input is interchangeable in groups. According to Kalisch and Lee (2009), teams can be viewed as a collective group of individuals who come together to achieve a common goal. Teams are characterized by "two or more people working dynamically, interdependently, and adaptively toward a common, valued goal/objective/task" (Salas et al., 1992). According to Oliver (2008), the mere act of people coming together does not constitute a team. Instead, teams are characterized by individuals collaborating and interacting with each other in the work process. This collaborative process is considered an effective activity. Thus, a hypothesis has been stipulated:

H3: Teamwork has a significant impact on teachers' job satisfaction.

5. Training and Development

"Training is a systematic and organized activity aimed at improving the capabilities of an individual, including the individual's knowledge, skills and abilities (Nassazi, 2013). Training is a method that involves communication skills and procedural behaviors, the training focuses on the goals and the content is associated with the skills needed to achieve the goals, trained people will be able to control the way they behave and make them more self-disciplined and productive in their work (Elnaga & Imran, 2013) as it expands the efficiency of the individual, the group, and the organization (Jehanzeb & Bashir, 2013). Development depends on the skills acquired through training as the training process enables individuals to improve their

competencies and promote personal growth. Over time, individuals experience growth and development, which consists of a comprehensive process that helps to improve their ability to perform many tasks effectively (Nassazi, 2013). Appiah et al. (2013) state that training can be defined as an organized activity aimed at imparting information and/or instruction to improve the recipient's performance or to help him or her reach a desired level of knowledge or skill. Thus, a hypothesis has been stipulated:

H4: Training and Development has a significant impact on teachers' job satisfaction.

6. Self-efficacy

The term self-efficacy first appeared in the work of psychologist Bandura (1977), who argued that self-efficacy is a concept similar to self-confidence. It refers to people's perceptions and judgments of their ability to perform an important task in their self-regulatory system. Self-efficacy typically involves individuals' confidence in their abilities rather than their objective degree of competence. Individuals with a strong sense of self-efficacy show a marked absence of fear when encountering obstacles, demonstrate resilience in the face of adversity, and continually strive to overcome challenges in pursuing desired outcomes. Individuals with poor self-efficacy exhibit very different characteristics, as they tend to be apprehensive about challenging situations and tend to avoid and abandon effort (Bandura, 1994). Tschannen-Moran and Hoy (2001) defined teacher self-efficacy as the ability to move students who are not persistent or motivated learners to higher levels of learning. For example, the ability to engage all students, even those struggling with math, in classroom activities to maintain discipline is associated with teacher self-efficacy (Skaalvik & Skaalvik, 2014). Thus, a hypothesis has been stipulated:

H5: Self-efficacy has a significant impact on teachers' job satisfaction.

Research Framework

This paper applies a modeling theory, Hackman and Wageman (1995) Total Quality Management (TQM), and three theoretical frameworks, The Previous Research Framework of “the effect of Transformational and Transactional Leadership on Teachers’ Job Satisfaction”- Bogler (2001), The Previous Research Framework of “the effect of Transformational and Transactional Leadership on Teachers’ Job Satisfaction” Glaveli et al. (2022), The Previous Research Framework of “the effect of Self-efficacy on Teachers’ Job Satisfaction” Ortan et al. (2021), The final conceptual framework of this paper is shown in Figure 1:

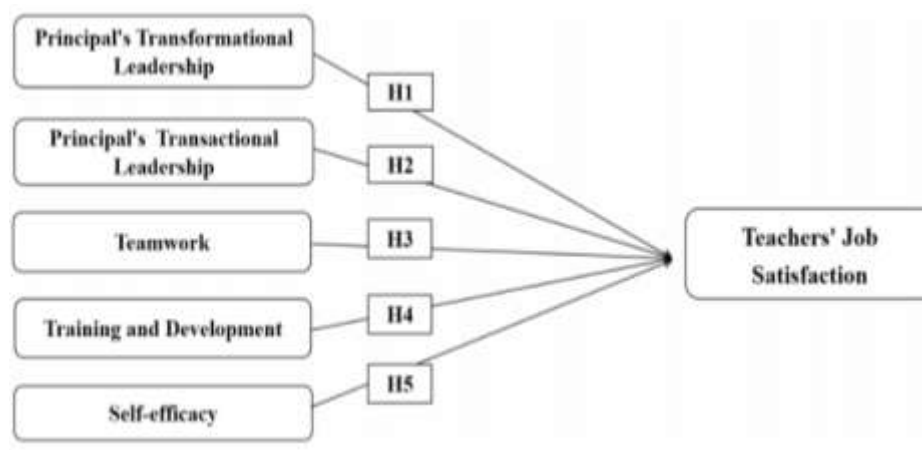


Figure 1 Conceptual Framework

The hypotheses of the research variables based on the conceptual framework are;

H1: Principal's transformational leadership has a significant impact on teachers' job satisfaction.

H2: Principal's transactional leadership has a significant impact on teachers' job satisfaction

H3: Teamwork has a significant impact on teachers' job satisfaction.

H4: Training and Development has a significant impact on teachers' job satisfaction.

H5: Self-efficacy has a significant impact on teachers' job satisfaction.

Research Methodology

The research process is as follows:

Step 1: questionnaire production, based on the proposed conceptual framework, using IOC and a pilot test to test the content validity and reliability of the questionnaire, removal of non-compliant questions, and determination of the final questionnaire.

Step 2: pre-strategic plan data collection and analysis, questionnaires that passed the IOC and pilot test are sent to the study population (N=80), then the collected sample data were analyzed by MLR (Multiple et al.) to validate the proposed hypotheses based on p-value (p-value < 0. 05), t-value (T-value > 1.98), and VIF (VIF < 5), the hypotheses that met the requirements were retained, and those that did not were removed.

Step 3: Implementation of the strategic plan. A 14-week strategic plan was conducted for the experimental group population (N=30).

Step 4: Comparative analysis: The 30 people who participated in the program were surveyed again, and MLR (Multiple et al.) was conducted to compare the results before and after the strategic plan. This comprehensive process allowed for thoroughly examining the study's objectives and hypotheses.

Research Population, Sample Size, and Sampling Procedures

1. Research Population

The population of this study is the in-service teachers of Sichuan University of Science & Engineering. There are 20 colleges in our university, and four colleges were selected for this study (Faculty of Computer Science and Engineering, Faculty of Mechanical and Engineering, Faculty of Economics, and Faculty of Management). An online questionnaire was conducted on 100 faculty members from the four colleges. A total of 80 valid questionnaires were received, and were analyzed by the researcher through multiple linear regression analysis to test the relationship between the independent and dependent variables. Then, the final research framework was determined based on the test results.

2. Sample size

In the preliminary stage of this study, 30 teachers were surveyed, and a pilot test determined the reliability. Subsequently, based on the number of variables, 80 teachers were identified as respondents to ensure the scientific validity of the study. The data of these 80 respondents were analyzed through multiple linear regression to verify the relationship between the independent and dependent variables. Finally, 30 teachers were selected for the strategic plan.

3. Sampling Procedures

Multi-stage sampling was used in this study, and the procedure was as follows:

Sampling 1: Sampling for the POLIT TEST: 30 teachers were taken along with the questionnaire, and its purpose was to test its internal consistency and reliability.

Sampling 2: For the survey stage, 100 teachers were taken from 4 colleges of SUSE for the questionnaire, and finally, 80 valid questionnaires were analyzed for the study.

Sampling 3: Random selection of 30 teachers who volunteered to participate in the implementation of the strategic plan.

Research Instruments

1. Design of Questionnaire: The questionnaire was designed in the following three steps.

Step 1: Identify questionnaire sources from three published articles.

Step 2: Organize and present the questionnaire.

Step 3: Invite experts to administer the IOC.

2. Components of Questionnaire: The questionnaire is divided into two parts:

Part I: Basic Information. It includes the respondents' basic information such as gender, age, etc.

Part II: Questions on six brother variables. Transformational Leadership of Principals (5 questions), Transactional Leadership of Principals (5 questions), Teamwork (4 questions), Training and Development (4 questions), self-efficacy (7 questions), and teacher job satisfaction

(5 questions).

3. IOC Results: The researchers invited three longtime university educators to implement the IOC (Index of Item-Objective Coherence); all three experts were professors. During the IOC process, the experts labeled one as consistent, 0 as questionable, and -1 as inconsistent. After the questionnaire questions of the experts' IOC, all item values were greater than 0.5, so no items were removed.

4. Pilot survey and Pilot test results: The researchers randomly surveyed 30 teachers and invited these teachers to fill out the questionnaire and provide feedback. Then, the researcher implemented Cronbach's Alpha internal consistency reliability test on these 30 questionnaires, which should be equal to or greater than 0.7 (Nunnally & Bernstein, 1994).

Table 1 Pilot Test Result

Variable	No. of Items	Sources	Cronbach's Alpha	Strength of Association
Transformational Leadership	5	Bogler (2001)	0.844	Very Good
Transactional Leadership	5	Bogler (2001)	0.912	Excellent
Teamwork	4	Glaveli et al. (2022)	0.821	Very Good
Training and Development	4	Glaveli et al. (2022)	0.929	Excellent
Self-efficacy	7	Ortan et al. (2021)	0.903	Excellent
Teachers' Job Satisfaction	5	Ortan et al. (2021)	0.770	Good

Results and Discussion

1. Demographic Information

The profile of the population (n=80) surveyed by the researcher at the MLR stage (multiple linear regression) and the specifics of the 30 teachers who volunteered to participate in the strategic plan selected at a later stage are shown in Table 2:

Table 2: Demographic Profile

Entire Research Population (n=80)		Frequency	Percent
Gender	Male	48	60.00%
	Female	32	40.00%
Teaching years	Under 30 years old	17	21.25%
	Between 30 and 40 years old	39	48.75%
	Between 41 and 50 years old	14	17.50%
	Over 50 years old	10	12.50%
Title	Teaching assistant	18	22.50%
	Lecturer	41	51.25%
	Associate professor	15	18.75%
	Professor	6	7.50%
Total		80	100%
Strategic plan Participants (n=30)		Frequency	Percent
Gender	Male	21	70%
	Female	9	30%
Teaching years	Under 30 years old	5	16.67%
	Between 30 and 40 years old	18	60.00%
	Between 41 and 50 years old	5	16.67%
	Over 50 years old	2	6.66%
Title	Teaching assistant	7	23.33%
	Lecturer	16	53.33%
	Associate professor	5	16.67%
	Professor	2	6.67%
Total		30	100%

2. Results of multiple linear regression

To test the proposed hypotheses, the researcher analyzed the results of 80 questionnaires in multiple linear regression (MLR) and there are a total of five hypotheses in this study. The following conclusions were drawn from the data analysis: the p-value of all five independent variables was less than 0.05 (Vongurai, 2022), which indicates that there is a significant effect on the dependent variable; and the VIF (severity of multicollinearity score allowances) of all five independent variables was less than 5, which indicates that there is no multicollinear relationship between the variables. In addition, in the multiple linear regression model with the same set of five independent variables, R^2 is 0.511, with a value between 0 and 1, indicating that this model can explain the variance of teachers' job satisfaction.

Table 3 The multiple linear regression of five independent variables on teacher' job satisfaction

Variables	Standardized Coefficients Beta	t-value	P-value	VIF	R Square
Principal's transformational leadership	0.267	2.955	0.004*	1.240	0.511
Principal's transformational leadership	0.296	3.133	0.002*	1.353	
Teamwork	0.17	2.033	0.046*	1.063	
Training and Development	0.224	2.481	0.015*	1.237	
Self-efficacy	0.178	2.005	0.049*	1.191	

Note: p-value <0.05*

In summary, the results of the multiple linear regression analysis showed that the previous five hypotheses were supported, meaning that the five independent variables of the principal's transformational leadership, Principal transformational leadership Teamwork, Training and Development, and Self-efficacy which are the five independent variables have a significant effect on the dependent variable, Teacher Job Satisfaction. Therefore, the final hypotheses of this study are shown below. The strategic plan of this study will be conducted according to the following hypotheses.

H6: There is a significant mean difference in the principal's transformational leadership between Pre-Strategic and Post-Strategic Plan stages.

H7: There is a significant mean difference in the principal's transactional leadership between Pre-Strategic Plan and Post-Strategic Plan stages.

H8: There is a significant mean difference in Teamwork between the Pre-Strategic Plan and Post-Strategic Plan stages.

H9: There is a significant mean difference in Training and Development between the Pre-Strategic Plan and Post-Strategic Plan stages.

H10: There is a significant mean difference in self-efficacy between the stages of the pre-social plan and the post-social plan.

H11: There is a significant mean difference in Teachers' job satisfaction between the Pre-Strategic Plan and Post-Strategic Plan stages.

3. Strategic Plan Stage

Through the collection of preliminary questionnaires and the data analysis, it has been prepared for the next strategic plan, which the researcher implemented for 14 weeks in anticipation of increasing teachers' job satisfaction through the strategic plan. The specific arrangement is shown below:



Figure 2 SPI Activities

4. Results Comparison between Current Situation and Expect Situation

The researcher conducted a paired samples t-test analysis of the six variables of the study to determine if there was a difference in teachers' job satisfaction between the pre-strategic and post-strategic plan phases. The results of the paired samples t-test analysis are presented in Table 4 below.

Table 4 Paired-Sample T-Test Results

Variables	Mean	SD	SE	P-value
Principal's transformational leadership				
Pre-strategic plan	3.680	0.950	0.0824	0.004*
Post-strategic plan	4.890	0.155	0.1042	
Principal's transactional leadership				
Pre-strategic plan	3.845	0.856	0.0956	0.002*
Post-strategic plan	4.670	0.629	0.0789	
Teamwork				
Pre-strategic plan	3.966	0.830	0.0873	0.046*
Post-strategic plan	4.790	0.383	0.0462	
Training and Development				
Pre-strategic plan	3.831	0.960	0.0814	0.015*
Post-strategic plan	4.680	0.601	0.0836	
Self-efficacy				
Pre-strategic plan	3.734	0.874	0.0878	0.049*
Post-strategic plan	4.860	0.294	0.0640	
Teachers' job satisfaction				
Pre-strategic plan	4.005	0.865	—	P<0.001
Post-strategic plan	4.950	0.101		

Note: p-value <0.05*

The results of the paired samples t-test analysis comparing the pre-strategic plan to the post-strategic plan can be seen in Table 4:

There was a significant increase in the principal's transformational leadership when comparing the post-strategic plan phase ($M=4.890$, $SD=0.155$, $SE=0.1042$) to the pre-strategic plan phase ($M=3.680$, $SD=0.950$, $SE=0.0824$), with a mean difference between the pre-and post-strategic plan phases of 1.121. Therefore, Hypothesis 6 was supported by a significant increase in the pre-and post-strategic plans of the principal's transformational leadership, having a significant mean difference.

There was a significant increase in the principal's transactional leadership when comparing the post-strategic plan phase ($M=4.670$, $SD=0.629$, $SE=0.0789$) to the pre-strategic plan phase ($M=3.845$, $SD=0.856$, $SE=0.0956$), with a mean difference between the pre-and post-strategic plan phases of 0.825. Therefore, Hypothesis 7 was supported by a significant increase in the pre- and post-strategic plans of the principal's transactional leadership, having a significant mean difference.

There was a significant increase in teamwork when comparing the post-strategic plan phase ($M=4.790$, $SD=0.383$, $SE=0.0462$) to the pre-strategic plan phase ($M=3.966$, $SD=0.830$, $SE=0.0873$), with a mean difference between the pre-and post-strategic plan phases of 0.824. Therefore, Hypothesis 8 was supported by a significant increase in the pre-strategic and post-strategic teamwork plans, which have a significant mean difference.

There was a significant increase in training and development when comparing the post-strategic plan phase ($M=4.680$, $SD=0.601$, $SE=0.0836$) to the pre-strategic plan phase ($M=3.831$, $SD=0.960$, $SE=0.0814$), with a mean difference between the pre-and post-strategic plan phases of 0.849. Therefore, Hypothesis 9 was supported by a significant increase in the pre-strategic and post-strategic training and development plans, which have a significant mean difference.

There was a significant increase in self-efficacy when comparing the post-strategic plan phase ($M=4.860$, $SD=0.294$, $SE=0.0640$) to the pre-strategic plan phase ($M=3.734$, $SD=0.874$, $SE=0.0878$), with a mean difference between the pre-and post-strategic plan phases of 1.126. Therefore, Hypothesis 10 was supported by a significant increase in the pre-strategic and post-strategic plans of self-efficacy, which have a significant mean difference.

There was a significant increase in teachers' job satisfaction when comparing the post-strategic plan phase ($M=4.950$, $SD=0.101$) to the pre-strategic plan phase ($M=4.005$, $SD=0.865$), with a mean difference between the pre-and post-strategic plan phases of 0.945. Therefore, Hypothesis 11 was supported by a significant increase in the pre- and post-strategic plans of teachers' job satisfaction, having a significant mean difference.

Based on the results of the paired samples t-test, the following two conclusions can be drawn: first, there is a significant mean difference between the six variables between the post-strategic plan phase and the pre-strategic plan phase, and second, the researcher found

that teachers' job satisfaction increased significantly between the pre-strategic plan phase and the post-strategic plan phase.

Conclusions, Recommendations, Limitations and Future Research

1. Conclusions

The study's results show that principals' transformational leadership, principals' transactional leadership, teamwork, training and development, and self-efficacy have significant effects on teachers' job satisfaction. Thus, we can know that by focusing on these five aspects, the job satisfaction of college teachers can be effectively improved.

The results of the comparison of paired samples t-test show that there is a significant difference between the post-strategic plan and pre-strategic plan phases in terms of teachers' job satisfaction. This suggests that implementing a 14-week strategic plan has a significant positive effect on teachers' job satisfaction.

In summary, this study demonstrates that universities can stabilize their faculty, enhance teaching quality, and improve the quality of student preparation by improving faculty job satisfaction. This study's scientific methodology, comprehensive analysis, and practical implications provide suggestions for factors that can improve teachers' job satisfaction.

2. Recommendations

China's higher education stage bears the task of cultivating high-quality talents of virtue and ability for the country. China has put forward the requirement of a strong nation of talent in the 20th National Congress. As universities cultivate high-quality talents, they shoulder an important responsibility, and the teacher community plays a key role in cultivating talents. The teacher community should be addressed. This paper draws a series of recommendations from the effects of headmaster leadership, teamwork, training and development, and self-efficacy on teachers' job satisfaction through implementing the strategic plan.

One of this study's recommendations starts from the headmaster leadership aspect. Principals should encourage teachers to give their opinions and suggestions, create an open communication atmosphere conducive to understanding teachers' needs and developmental needs, and make decisions that are more relevant to the actual situation of teachers, which is beneficial for more scientific and rational decision-making. Set clear, measurable goals so that teachers understand the direction and expectations of the school. Principals should support teachers by understanding and responding positively to their needs and concerns. In addition, school functions should proactively disseminate relevant school policies to facilitate teachers' in-depth understanding of the school situation and their making sound judgments.

Schools and secondary colleges should promote team building, organize regular activities, strengthen collaboration among teachers, and strengthen team spirit. At the same time, it is necessary to set common goals, ensure that the teaching team clearly understands

the common goals of the school or college, and inspire a sense of collective responsibility. Moreover, sharing is also part of team building. Encourage teachers to share successful experiences and teaching methods and promote the exchange of experiences.

Training and development play an important role in enhancing teacher satisfaction. Schools or colleges should fully map out teachers' situations, implement individual training plans, understand each teacher's professional development needs, and provide individualized training to teachers with the same needs. Training should not only provide primary training but also ongoing professional development support so that teachers can continue to improve their teaching and research skills. In addition, teachers can be encouraged to participate in various types of training through individual channels.

3. Limitations and Future Research

This study explored the effects of five factors, including leadership, on teachers' job satisfaction. There is some value in enhancing teachers' job satisfaction, however, there are some limitations of this study and these limitations can provide ideas for future research.

Study population and sample: This study was conducted in only four colleges of one university; the selection of the study population may be affected, and in the future, a wider range of teachers with richer backgrounds can be selected for the study so that the research results can be more general.

Selection of Independent Variables: The factors affecting teachers' job satisfaction are not limited to the five variables in this study, but future research can select a wider range of variables, and the research framework should be improved according to the actual situation so as to make the research more comprehensive and in-depth.

Strategic plan: the plan of this study is limited to the specific context of SUSE, which has some limitations, and future research should explore the effectiveness of different strategies on teachers' job satisfaction.

References

- Adair, J. (1986). *Effective team-building* (1st ed.). Gower.
- Appiah, K. O., Boamah, G. K., Baryeh, D. O., Browne, N., Ferkah, A. T., & MarkuAerdu, T. (2013). Views of employees on training and development: A case study of opportunity international savings and loans. *International Online Journal*, 1(2), 1-199.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological review*, 84(2), 191-215. <https://doi.org/10.1037/0033-295x.84.2.191>
- Bandura, A. (1994). Self-Efficacy. In V. S. Ramachaudran (Ed.), *Encyclopedia of Human Behavior* 4, 71-81.
- Biggerstaff, J. K. (2012). *The relationship between teacher perceptions of elementary school principal leadership style and teacher job satisfaction*. [Doctoral Dissertation, Western Kentucky University].

- Bogler, R. (2001). The influence of leadership style on teacher job satisfaction. *Educational administration quarterly*, 37(5), 662-683.
<https://doi.org/10.1177/00131610121969460>
- Burns, J. M. (1978). *Leadership* (1st ed.). NY: Harper and Row.
- Elnaga, A., & Imran, A. (2013). The effect of training on employee performance. *European journal of Business and Management*, 5(4), 137-147.
- Glaveli, N., Vouzas, F., & Roumeliotou, M. (2022). The soft side of TQM and teachers job satisfaction: an empirical investigation in primary and secondary education. *The TQM Journal*, 34(5), 922-938. <https://doi.org/10.1108/tqm-11-2020-0269>
- Hackman, J. R., & Wageman, R. (1995). Total quality management: Empirical, conceptual, and practical issues. *Administrative science quarterly*, 40(2), 309-342.
<https://doi.org/10.2307/2393640>
- Jehanzeb, K., & Bashir, N. A. (2013). Training and development program and its benefits to employee and organization: A conceptual study. *European Journal of business and management*, 5(2), 243-252.
- Kalisch, B. J., & Lee, H. (2009). Nursing teamwork, staff characteristics, work schedules, and staffing. *Health care management review*, 34(4), 323-333.
<https://doi.org/10.1097/hmr.0b013e3181aaa920>
- Kanungo, R. N. (2001). Ethical values of transactional and transformational leaders. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, 18(4), 257-265. <https://doi.org/10.1111/j.1936-4490.2001.tb00261.x>
- Leithwood, K., & Jantzi, D. (2005). Transformational leadership. *The essentials of school leadership*, 31, 37-52. <https://doi.org/10.4135/9781446288290.n3>
- Nassazi, N. (2013). *Effects of training on employee performance: Evidence from Uganda* [Unpublished doctoral dissertation. University of Applied Sciences, Vassa, Finland].
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). NY: McGraw-Hill.
- Oliver, R. E. (2008). *Relationship between teacher job satisfaction and teaming structure at the middle school level* [Doctoral dissertation, University of Kansas].
- Ortan, F., Simut, C., & Simut, R. (2021). Self-efficacy, job satisfaction and teacher well-being in the K-12 educational system. *International journal of environmental research and public health*, 18(23), 12763. <https://doi.org/10.3390/ijerph182312763>
- Pillai, R., Schriesheim, C. A., & Williams, E. S. (1999). Fairness perceptions and trust as mediators for transformational and transactional leadership: A two-sample study. *Journal of management*, 25(6), 897-933. <https://doi.org/10.1177/014920639902500606>
- Randelangi, A., Kamaluddin, M., Sukotjo, E., Palilati, A., & Suleman, N. R. (2022). The influence of leadership style, teamwork, and organizational learning on performance through job satisfaction of state vocational school teachers. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 16(2), 89-100.

- Salas, E., Dickinson, T. L., Converse, S. A., & Tannenbaum, S. I. (1992). Toward an understanding of team performance and training. In R. W. Swezey & E. Salas (Eds.), *Teams: Their Training and Performance* (pp. 3-29). Ablex.
- Sergiovanni, T. J. (1990). Adding value to leadership gets extraordinary results. *Educational leadership*, 47(8), 23-27.
- Skaalvik, E. M., & Skaalvik, S. (2014). Teacher self-efficacy and perceived autonomy: Relations with teacher engagement, job satisfaction, and emotional exhaustion. *Psychological reports*, 114(1), 68-77. <https://doi.org/10.2466/14.02.pr0.114k14w0>
- Tschannen-Moran, M., & Hoy, A. W. (2001). Teacher efficacy: Capturing an elusive construct. *Teaching and teacher education*, 17(7), 783-805. [https://doi.org/10.1016/s0742-051x\(01\)00036-1](https://doi.org/10.1016/s0742-051x(01)00036-1)
- Vongurai, R. (2022). Key Drivers of Operational Performance of E-commerce Distribution Service Providers in Thailand. *Journal of Distribution Science*, 20(12), 89–98. <https://doi.org/10.15722/jds.20.12.202212.89>
- Zembylas, M., & Papanastasiou, E. (2004). Job satisfaction among school teachers in Cyprus. *Journal of Educational Administration*, 42(3), 357-374. <https://doi.org/10.1108/09578230410534676>

KEY INFLUENCERS OF INTENTION TO USE SOCIAL MEDIA AMONG UNDERGRADUATES IN CHENGDU, CHINA

Zhang Sijia

Sichuan University of Media and Communications, China

E-mail: 413909361@qq.com

Received 4 April 2024

Revised 23 July 2024

Accepted 26 July 2024

Abstract

This research investigates the various factors influencing the intention to use social media in ten universities. The proposed conceptual framework delineates the causal associations between the usage of social media, utilitarian value, hedonic value, social safeness, share intention, social benefit, social overload, and life satisfaction. The study employed a quantitative methodology with a sample size of 500 participants. Questionnaires were distributed to undergraduate students from ten selected universities who use WeChat. A sampling method was purposive, stratified random, and convenience sampling. The researcher utilized the Structural Equation Model and Confirmatory Factor Analysis techniques to analyze the data, assessing model fit, reliability, and construct validity. The study's findings revealed that utilitarian value significantly influences shared intention. Share intention presented the strongest impact on life satisfaction, followed by social benefit and social overload. Six hypotheses were proven to fulfill research objectives. Hence, it is recommended that social media developers, higher educators, and educators focus on improving social media functions to enhance students' perception of its social benefit and foster a positive attitude and intention toward their life satisfaction.

Keywords: Usage of Social Media, Utilitarian Value, Share Intent, Social Benefit, Social Overload, Life Satisfaction

Introduction

The advent of Web 2.0 technologies has significantly hastened the move towards a networked society (Castells, 2000). This is primarily due to the ease with which individuals can utilize ubiquitous web technologies to connect with like-minded individuals across different time zones and physical locations, as highlighted by Bruns (2008). Since the 21st century, computer information technology has developed rapidly. Various fields of the Internet have continued to iterate and create new ones. They have tried every means to tap people's needs and launched products for various needs covering daily social interaction, food, travel, payment, entertainment, and other aspects—the product. Social media is one of the most important “inventions.”

Social media is a concept that has been introduced previously. It first appeared in 2008 in a book called “What is Social Media” (what is social media). Mayfield (2008) defines social media as a new type of online media that gives users a great space for participation and has the following characteristics: participation, openness, communication, dialogue, community, and connectivity. The most distinctive features of social media are its vague definition, rapid innovation, and the “fusion” of various technologies. Kaplan and Haenlein (2010) define social media as a series of programs built on the Web 2.0 network application based on technology and ideology, allowing user-generated content to be created and exchanged (UGC). Levinson (2009) believed there are three types of media: traditional or old media, new media, and social media.

University students increasingly embrace social media, relying heavily on it for daily interactions and communication (Hussain, 2012). Integrating social media into education is beneficial across all educational levels, although it is particularly popular among university students who exhibit a heightened enthusiasm for its use (Davis et al., 2011). A widespread belief among educational professionals is that universities have a unique advantage in leveraging social media approaches to facilitate the joint development of knowledge among students and the wider community (Moskaliuk et al., 2009). However, university students face some issues and challenges when using social media. The use of social media to access information and knowledge has sparked considerable debate, with many expressing concerns about its potential to dumb down and erode intellectual capabilities and skills (Selwyn, 2012). Carr (2010) argues that social media users are transitioning from being curators of personal knowledge to becoming explorers in the vast landscape of electronic information. As we navigate this transformation, we inevitably lose many captivating aspects of our minds (Carr, 2010).

Literature Review

1. Utilitarian Value

Utilitarian value is an important consideration for the effective operation of social

media app. Utilitarian value of social media app can be measured in terms of effectiveness, task-specificity, and economic factors (Lee & Kim, 2018). Utilitarian values are judicious, logical, conducive to sound decision-making, and directed towards a particular goal (Batra & Ahtola, 1991; Hirschman & Holbrook, 1982). It considers cognitive elements of opinion, like the cost-benefit ratio and appraisals of convenience and time efficiency (Ha & Jang, 2010). Previous research has suggested that utilitarian value is a powerful driving force behind the utilization of information and communication technology for knowledge sharing in different organizational contexts (Ardichvili, 2008). Thus, a hypothesis is indicated:

H1: Utilitarian value has a significant impact on share intention.

2. Hedonic Value

Hsu and Chen (2018) provide a comprehensive definition of hedonic value, which they describe as an individual's assessment of experiential benefits gained from a product or service. Additionally, an individual's pleasure and satisfaction is derived from fun and amusement, known as hedonic value (Babin et al., 1994). Hedonic value encompasses positive emotions, amusement, and satisfaction derived from a product/service (Ryu & Han, 2010); hedonic value encapsulates the more enthusiastic and enjoyable elements of the experience (Vieira et al., 2018). Thus, a hypothesis is indicated:

H2: Hedonic value has a significant impact on share intention.

3. Usage of Social Media

Social media refers to websites and apps that permit people to share data (text and visuals) and view and comment on information posted by others (Venkatesh, 2016). Websites that facilitate user-generated content and interactions, based on Web 2.0 technology, are generally referred to as social media (Kaplan & Haenlein, 2010). Jadhav (2014) noted that younger generations especially favor a computer or mobile device when it comes to social media. People benefit from much more convenient communication today, which was heavily reliant on social media (O'Connor et al., 2022). Thus, a hypotheses are indicated:

H3: Usage of social media has a significant impact on social benefit.

H4: Usage of social media has a significant impact on social overload.

4. Share Intention

Ma et al. (2018) defines share intention as the user's willingness to share content from corporate official accounts on their social media platforms. Donagan (2017) emphasized the significance of "will" in understanding shared intentions and intelligent behavior. When a user finds information to be useful or interesting, they will likely take action to share it with others, which is share intention (Moghavvemi et al., 2017). Considering the relationship between share intention and life satisfaction, Gagné (2009) and Jiang and Hu (2016) proposed that knowledge sharing can positively influence an individual's overall contentment with life. H3: Work group cohesiveness has a significant impact on innovative behavior. Thus, a hypothesis is indicated:

H5: Share intention has a significant impact on life satisfaction.

5. Social Safeness

Studies by Gilbert (2009) have associated feelings of social safeness with increased contentment, which is understood to be the perception of one's social atmosphere as comforting, secure, and tranquil. According to Carter (1998), being comforted, nurtured, and cared for can prompt the release of oxytocin and endorphins, resulting in a sense of social safeness that can reduce stress, fear, and arousal. Gilbert (1989, 2005) characterized the system as a "contentment and social safeness system" due to its associations with love, care, and calming. Thus, a hypothesis is indicated:

H6: Social Safeness has a significant impact on life satisfaction.

6. Social Benefit

Kuo and Feng (2013) proposed that fostering and sustaining relationships with others, such as friendships, intimacy, and social support, can provide considerable social benefits. The advantages of participating in social activities, such as forming friendships, obtaining social support, establishing intimate relationships, increasing supportive communication, and expanding one's interpersonal circle, can be regarded as social benefits (Oh et al., 2014). Using online social media can help foster relationships that bring about positive social and psychological benefits for members of a particular brand's community (Huang et al., 2022). People with strong and broad social networks may experience greater satisfaction with life (Best et al., 2014). Thus, a hypothesis is indicated:

H7: Social benefit has a significant impact on life satisfaction.

7. Social Overload

Social overload is regarded as a kind of stress, as the social environment triggers it and brings about an immediate state of being overwhelmed; in that situation, individuals may find it difficult to cope with the numerous social obligations and responsibilities that they are faced with (Baum et al., 1982; McCarthy & Saegert, 1978). Maier et al. (2012, 2015) have identified a fascinating phenomenon known as social overload, which refers to the experience of social media users feeling overwhelmed by the excessive social pressure they encounter. Helms et al. (2010) suggest that social overload is a small yet persistent annoyance in everyday life. Thus, a hypothesis is indicated:

H8: Social overload has a significant impact on life satisfaction.

8. Life Satisfaction

Life satisfaction, an individual's evaluation of their own life (Diener et al., 1985), is often called an overall assessment. It is considered a component that contributes to an individual's overall sense of happiness and contentment in life (Akkaş & Turan, 2023). It has been suggested that having a satisfying job, being physically and mentally well, experiencing positive life events, having strong relationships with others, and earning a decent wage are all signs of contentment in life (Lelkes, 2008).

Research Framework

The development of the conceptual framework is predicated upon an in-depth examination of prior research frameworks, and its formulation draws upon the integration of three distinct theoretical models. The proposed conceptual framework for this study is depicted in Figure 1.

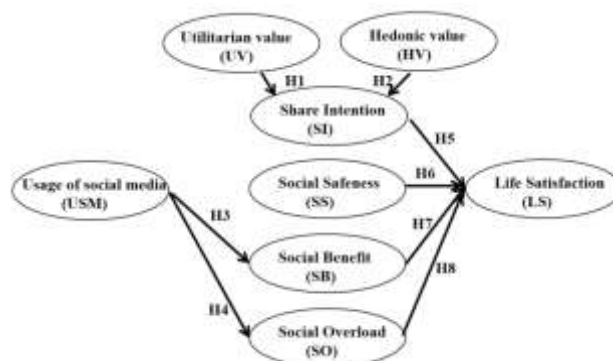


Figure 1 Conceptual Framework

The hypotheses of the research variables based on the conceptual framework are;

H1: Utilitarian value has a significant impact on share intention.

H2: Hedonic value has a significant impact on share intention.

H3: Usage of social media has a significant impact on social benefit.

H4: Usage of social media has a significant impact on social overload.

H5: Share intention has a significant impact on life satisfaction.

H6: Social safeness has a significant impact on life satisfaction.

H7: Social benefit has a significant impact on life satisfaction.

H8: Social overload has a significant impact on life satisfaction.

Research Methodology

The researcher utilized a multistage sampling method to gather our study sample, incorporating elements of both probability and non-probability sampling techniques. The researcher's approach initially used purposive sampling, followed by stratified random sampling in the second phase, and finally, convenience sampling was chosen in the third stage to gather the data. The questionnaire was mainly distributed online. The survey comprises three distinct sections. Initially, the screening questions are employed to ascertain the specific attributes of the respondents. Subsequently, a 5-point Likert scale was utilized to gauge the levels of agreement or disagreement for eight proposed variables. The pilot testing process entailed evaluating the index of item-objective congruence (IOC) through expert rating and conducting a pilot test with a sample size of 30 respondents. The study employed the Cronbach's Alpha method to assess the validity and reliability of the questionnaire. The survey was distributed to the desired participants after the reliability test, yielding 500 valid responses.

1. Population and Sample Size

This study's focus population is undergraduates within the ten selected universities in Chengdu, China. Upon inputting all essential data into the calculator, the researcher obtained a recommended minimum sample size of 444. Drawing from previous research, 500 samples were collected from ten universities in Chengdu to ensure statistically sound results. Thus, a sample size of 500 was appropriate for this study and suitable for implementing the structural equation modeling (SEM) statistical technique.

2. Sampling Techniques

To ensure the representation of the entire geographical area of Chengdu, China, the study employed judgmental sampling to select ten universities situated in distinct regions of the province. Thus, the target audience for this research consisted of undergraduate students enrolled in Chengdu, China, who have experience using social media. The statistical data in Table 1 presents the demographic profile of the target population.

Results and Discussion

1. Demographic Information

The demographic profile of the study encompasses a sample size of 500 participants, as depicted in Table 1. Male respondents constitute 48% of the sample, while female respondents make up 52%. Concerning grade distribution, the largest proportion of participants falls within the sophomore bracket, representing 29% of the respondents. This is followed by 25.8% of participants who were freshmen, 23.4% who were juniors, and 21.8% who were seniors. Regarding major background, most respondents studied science 35.8% studied arts. 23.2% studied economics. 16% studied medicine. 3.6% studied others. Regarding the Frequency of using WeChat daily, almost half of the respondents (44.8%) use WeChat for more than 6 hours a day.

Table 1 Demographic Profile

Demographic and Behavior Data (N=500)		Frequency	Percentage
Gender	Male	240	48%
	Female	260	52%
Grade	Freshman	129	25.8%
	Sophomore	145	29%
	Junior	117	23.4%
	Senior	109	21.8%
Major	Arts	116	23.2%
	Science	179	35.8%
	Economics	107	21.4%
	Medicine	80	16%
	Others	18	3.6%

	<1h	47	9.4%
Frequency of using	1h-3h	90	18%
WeChat per day	3h-6h	139	27.8%
	>6h	224	44.8%

2. Confirmatory Factor Analysis (CFA)

Confirmatory Factor Analysis (CFA) was employed to examine the discriminant validity of the variables. Notably, all items within each variable were statistically significant and exhibited factor loadings, substantiating their ability to discriminate between the constructs under investigation.

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

Variables	Source of Questionnaire	No. of Item	Cronbach's Alpha	Factors Loading	CR	AVE
Usage of social media (USM)	Zhan et al. (2016)	6	0.886	0.730-0.767	0.8860	0.5644
Utilitarian Value (UV)	Ma et al. (2018)	3	0.810	0.758-0.785	0.8109	0.5885
Hedonic Value (HV)	Ma et al. (2018)	4	0.868	0.763-0.809	0.8603	0.6065
Social Safeness (SS)	Maziriri et al. (2022)	5	0.876	0.727-0.806	0.8862	0.6091
Share Intention (SI)	Ma et al. (2018)	3	0.793	0.728-0.781	0.7943	0.5630
Social Benefit (SB)	Zhan et al. (2016)	3	0.802	0.745-0.767	0.7942	0.5626
Social Overload (SO)	Zhan et al. (2016)	6	0.893	0.717-0.796	0.8936	0.5835
Life Satisfaction (LS)	Ma et al. (2018)	4	0.854	0.769-0.773	0.8541	0.5941

Source: Created by the author.

Factor loadings are important in the research as numerical representations of the association between observed variables and factors. Chau (1997) pointed out that to establish convergent validity, the factor loading must be above 0.5, and the t-value should reach significance at a level higher than 2.0. Table 3 shows that the construct reliability (CR) surpasses

the threshold of 0.7, indicating a high level of internal consistency. Additionally, the average variance extracted (AVE) exceeds the prescribed cut-off value of 0.5, as Fornell and Larcker (1981) suggested, signifying a satisfactory level of convergent validity.

Table 3 Goodness of Fit for Measurement Model

Index	Acceptable Values	Statistical Values
CMIN/DF	< 5.00 (Al-Mamary & Shamsuddin, 2015; Awang, 2012)	1.121
GFI	≥ 0.85 (Sica & Ghisi, 2007)	0.940
AGFI	≥ 0.80 (Sica & Ghisi, 2007)	0.929
NFI	≥ 0.80 (Wu & Wang, 2006)	0.936
CFI	≥ 0.80 (Bentler, 1990)	0.993
TLI	≥ 0.80 (Sharma et al., 2005)	0.992
RMSEA	< 0.08 (Pedroso et al., 2016)	0.016
Model summary		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, RMSEA = Root mean square error of approximation.

Determining the square root of the average variance extracted reveals that all correlations surpass the corresponding correlation values for the respective variable, as indicated in Table 3. Furthermore, indicators such as GFI, AGFI, NFI, CFI, TLI, and RMSEA are utilized to evaluate the adequacy of the model in CFA testing.

Table 4 Discriminant Validity

	USM	UV	HV	SS	SI	SB	SO	LS
USM	0.751							
UV	0.389	0.767						
HV	0.209	0.326	0.779					
SS	0.245	0.280	0.298	0.780				
SI	0.335	0.488	0.249	0.295	0.750			
SB	0.342	0.433	0.284	0.303	0.433	0.750		
SO	0.266	0.319	0.322	0.221	0.291	0.307	0.764	
LS	0.313	0.526	0.300	0.276	0.418	0.419	0.328	0.771

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

The examination of convergent and discriminant validity in this study, as indicated by the values presented in Table 5, surpasses the acceptable thresholds. This confirms the presence of both convergent validity and discriminant validity. Additionally, these outcomes regarding model measurement alleviate concerns regarding discriminant validity and serve as a validation for assessing the validity of subsequent estimations in the structural model.

3. Structural Equation Model (SEM)

Structural equation modeling (SEM) provides a detailed statistical technique for evaluating the relationships between measurable and unobservable variables, enabling the testing of hypotheses effectively (Bentler & Bonett, 1980; Keesling, 1972), as shown in Figure 4. The measurement of goodness of fit indices for the Structural Equation Model (SEM) is exemplified in Table 6.

Table 6 Goodness of Fit for Measurement and Structural Model

Index	Acceptable Criterion	Statistical Values
CMIN/DF	< 5.00 (Al-Mamary & Shamsuddin, 2015; Awang, 2012)	1.980
GFI	≥ 0.85 (Sica & Ghisi, 2007)	0.887
AGFI	≥ 0.80 (Sica & Ghisi, 2007)	0.871
NFI	≥ 0.80 (Wu & Wang, 2006)	0.882
CFI	≥ 0.80 (Bentler, 1990)	0.938
TLI	≥ 0.80 (Sharma et al., 2005)	0.933
RMSEA	< 0.08 (Pedroso et al., 2016)	0.044
Model Summary		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

The research framework is evaluated by determining the significance of individual variables based on their regression weights and R² variances. The findings presented in Table 6 indicate that six out of eight proposed hypotheses were upheld with a significance level of $p < 0.05$.

Table 6 Hypothesis Results of the Structural Equation Model

Hypothesis	(β)	t-Value	Result
H1: UV $\rightarrow$ SI	0.607	9.860*	Supported
H2: HV $\rightarrow$ SI	0.127	2.675	Not Supported
H3: USM $\rightarrow$ SB	0.419	7.685*	Supported
H4: USM $\rightarrow$ SO	0.313	6.174*	Supported
H5: SI $\rightarrow$ LS	0.374	6.868*	Supported
H6: SS $\rightarrow$ LS	0.097	2.056	Not Supported
H7: SB $\rightarrow$ LS	0.287	5.470*	Supported
H8: SO $\rightarrow$ LS	0.185	3.834*	Supported

Note: * $p < 0.05$

Source: Created by the author.

The findings from Table 6 can be elucidated as follows: H1 has substantiated that utilitarian value is a pivotal catalyst for fostering shared intention when using social media, as evidenced by the standard coefficient value of 0.607 observed in the structural pathway. Supporting this assertion, Ma et al. (2018) have affirmed that the impact of utilitarian value surpasses that of hedonic value on users' predisposition to share. Thus, a higher perception of utilitarian or hedonic value in the information increases the likelihood of users expressing their willingness to share. H2 reveals no significant relationship exists between hedonic value and shared intention ($\beta=0.127$). Thus, H2 is not supported.

Regarding H3 and H4, the analysis results substantiated the hypothesis concerning the substantial impact of social media usage on social benefit and social overload, as indicated by the standardized coefficient values of 0.419 and 0.313, respectively. Consistent with the research of Zhan et al. (2016), the discourse suggested that media use positively influences both social and social overload. In terms of H5, the findings of the analysis provided support for the hypothesis positing a substantial impact of share intention on life satisfaction, as indicated by the standard coefficient value of 0.374. According to Ma et al. (2018) investigation, the discourse suggested a positive association between users' propensity to share and their level of life satisfaction, suggesting that an inclination towards sharing positively influences individuals' overall satisfaction with their lives. H6 fails to demonstrate a statistically significant association between social safety and life satisfaction ($\beta=0.097$), indicating non-support for H6. Regarding H7 and H8, the analysis findings provide empirical support for the hypothesis positing a significant influence of both social benefit and social overload on life satisfaction. This is evidenced by the standardized coefficient values of 0.287 and 0.185, respectively. According to Zhan et al. (2016) research, the presence of social benefit yields a constructive impact on

an individual's life satisfaction, implying that the advantages derived from social media platforms can lead individuals to form a positive appraisal of their own lives. Besides, social overload has a weak impact on life satisfaction.

Conclusions, Recommendations, Limitations and Future Research

1. Conclusions

This research is dedicated to examining the substantial influence of the factors that impact the intention to use social media within ten universities in Chengdu, China. The study employs a conceptual framework of hypotheses to delineate the causal associations between social media usage, utilitarian value, hedonic value, social safeness, shared intention, social benefit, social overload, and life satisfaction. Questionnaires were meticulously crafted and distributed to a targeted sample of undergraduates using WeChat within the ten selected universities in Chengdu, China. The subsequent data analysis elucidates the influencers shaping their intention to use social media within this group and geographic region. Confirmatory Factor Analysis (CFA) procedures were undertaken to assess and validate the conceptual model's reliability. Subsequently, the influential factors affecting innovative work behavior were scrutinized by applying Structural Equation Modeling (SEM). The investigation subsequently delineated its findings. Initially, it is imperative to underscore that utilitarian value support exerts the most pronounced and statistically significant influence on share intention when using social media, which means the likelihood of users expressing a willingness to share information is positively correlated with the perceived utilitarian value of that information.

2. Recommendations

The researcher identified pivotal determinants of undergraduates' intention to use social media within selected ten universities in Chengdu, China, encompassing utilitarian value, hedonic value, social safeness, share intention, social benefit, social overload, and life satisfaction. Therefore, it is recommended that these facets be cultivated and enhanced throughout the social media industry to foster positive performance. The findings of this study offer valuable insights for operators of social media (WeChat) content, which may enhance their ability to engage prospective and current users more effectively. Based on our findings, for literature and practical implications, a utilitarian value significantly influences users' intention to share content. Therefore, for operators of social media accounts, it is imperative to assess the utilitarian value of the information being disseminated. While hedonic information should also be included, its prominence should not overshadow utilitarian content (Ma et al., 2018).

3. Limitations and Future Research

The study's limitation lies in its focus on a specific population and sample, namely undergraduates from selected ten universities in Chengdu, China. It is important to note that

varying results may arise in analyses conducted on companies of different sizes, cultures, or in different countries. To address this limitation, future research endeavors may explore additional constructs influencing behavior intention of using social media, such as source credibility, social habit, social media functions, social support, and others. Furthermore, it is recommended that social media developers focus on optimizing social media functions and thinking of the consumer mentality to enhance users' social benefit and foster a positive attitude and intention towards their life satisfaction.

References

- Akkaş, C., & Turan, A. H. (2023). Social network use and life satisfaction: a systematic review. *Mental Health and Social Inclusion*. Advance Online Publication. <https://doi.org/10.1108/mhsi-03-2023-0037>
- Al-Mamary, Y. H., & Shamsuddin, A. (2015). Testing of the Technology Acceptance Model in Context of Yemen. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 2(1), 11-23. <https://doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n4s1p268>
- Ardichvili, A. (2008). Learning and knowledge sharing in virtual communities of practice: motivators, barriers, and enablers. *Advances in Developing Human Resources*, 10(4), 41-554. <https://doi.org/10.1177/1523422308319536>
- Awang, Z. (2012). *Structural equation modeling using AMOS graphic* (1st ed.). Penerbit Universiti Teknologi MARA
- Babin, B. J., Darden, W. R., & Griffin, M. (1994). Work and/or fun: measuring hedonic and utilitarian shopping value. *Journal of consumer research*, 20(4), 644-656. <https://doi.org/10.1086/209376>
- Batra, R., & Ahtola, O. T. (1991). Measuring the hedonic and utilitarian sources of consumer attitudes. *Marketing Letters*, 2(2), 159-170. <https://doi.org/10.1007/bf00436035>
- Baum, A., Calesnick, L. E., Davis, G., & Gatchel, R. (1982). Individual Differences in Coping With Crowding. *Journal of Personality & Social Psychology*, 43(4), 821-830. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.43.4.821>
- Bentler, P. M. (1990). Comparative fit indexes in structural models. *Psychological Bulletin*, 107(2), 238-246. <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. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.88.3.588>
- Best, P., Manktelow, R., & Taylor, B. (2014). Online communication, social media and adolescent wellbeing: A systematic narrative review. *Children and Youth Services Review*, 41, 27-36. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2014.03.001>
- Bruns, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, and Second Life: From Production to Prod usage*. Peter Lang.

- Carr, N. (2010). *The web shatters focus, rewires brains* (1st ed.). Wired.
- Carter, C. S. (1998). Neuroendocrine perspectives on social attachment and love. *Psych neuroendocrinology*, 23(8), 779-818. [https://doi.org/10.1016/s0306-4530\(98\)00055-9](https://doi.org/10.1016/s0306-4530(98)00055-9)
- Castells, M. (2000). *The Rise of the Network Society*. Blackwell.
- Chau, P. Y. K. (1997). Reexamining a model for evaluating information center success using a structural equation modeling approach. *Decision Sciences Journal*, 28(2), 309-334. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.1997.tb01313.x>
- Davis, N. E., Dabner, N., Mackey, J., Morrow, D., Astall, C., & Cowan, J. (2011). Converging offerings of teacher education in times of austerity: Transforming spaces, places, and roles. *Proceedings of Society for Information Technology and Teacher Education International Conference 2011*. Nashville.
- Diener, E. D., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of personality assessment*, 49(1), 71-75. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa4901_13
- Donagan, A. (2017). *Choice: The essential element in human action* (2nd ed.). Taylor & Francis.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>
- Gagné, M. (2009). A model of knowledge-sharing motivation. Human Resource Management: Published in Cooperation with the School of Business Administration. *The University of Michigan and in alliance with the Society of Human Resources Management*, 48(4), 571-589. <https://doi.org/10.1002/hrm.20298>
- Gilbert, M. (2009). Shared intention and personal intentions. *Philosophical studies*, 144(1), 167-187. <https://doi.org/10.1007/s11098-009-9372-z>
- Gilbert, P. (1989). *Human Nature and Suffering*. Erlbaum.
- Gilbert, P. (2005). Compassion: Conceptualizations, research and use in psychotherapy. In P. Gilbert (Ed.), *Psychology Press* (pp. 118-150). Routledge.
- Ha, J., & Jang, S. S. (2010). Perceived values, satisfaction, and behavioral intentions: The role of familiarity in Korean restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 29(1), 2-13. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2009.03.009>
- Helms, J., Nicolas, G., & Green, C. (2010). Racism and Ethnoviolence as Trauma: Enhancing Professional Training. *Traumatology*, 16(4), 53-62. <https://doi.org/10.1177/1534765610389595>
- Hirschman, E. C., & Holbrook, M. B. (1982). Hedonic consumption: emerging concepts, methods, and propositions. *Journal of marketing*, 46(3), 92-101. <https://doi.org/10.2307/1251707>

- Hsu, C. L., & Chen, M. C. (2018). How gamification marketing activities motivate desirable consumer behaviors: Focusing on the role of brand love. *Computers in human behavior*, 88, 121-133. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.06.037>
- Huang, T. K., Wang, Y. T., & Lin, K. Y. (2022). Enhancing brand loyalty through online brand communities: the role of community benefits. *Journal of Product & Brand Management*, 31(5), 823-838. <https://doi.org/10.1108/jpbm-08-2020-3027>
- Hussain, I. (2012). A Study to Evaluate the Social Media Trends among University Students. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 64, 639-645. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.11.075>
- Jadhav, V. G. (2014). Application of social networking services (SNS) for library collaboration: An exploratory study. *International Research: Journal of Library and Information Science*, 4(1), 1-10.
- Jiang, Z., & Hu, X. (2016). Knowledge sharing and life satisfaction: The roles of colleague relationships and gender. *Social Indicators Research*, 126(1), 379-394. <https://doi.org/10.1007/s11205-015-0886-9>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Keesling, J. W. (1972). *Maximum likelihood approaches to causal analysis* [Ph. D. dissertation, Department of Education, University of Chicago].
- Kuo, Y. F., & Feng, L. H. (2013). Relationships among community interaction characteristics, perceived benefits, community commitment, and oppositional brand loyalty in online brand communities. *International Journal of Information Management*, 33(6), 948-962. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2013.08.005>
- Lee, S., & Kim, D. Y. (2018). The effect of hedonic and utilitarian values on satisfaction and loyalty of Airbnb users. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(3), 1332-1351. <https://doi.org/10.1108/ijchm-09-2016-0504>
- Lelkes, O. (2008). *Happiness across the life cycle: Exploring age-specific preferences*. Wien: European Centre for Social Policy and Research.
- Levinson, P. (2009). *New new media* (1st ed.). Pearson.
- Ma, L., Zhang, X., & Yan Ding, X. (2018). Social media users' share intention and subjective well-being: An empirical study based on WeChat. *Online Information Review*, 42(6), 784-801. <https://doi.org/10.1108/oir-02-2017-0058>
- Maier, C., Laumer, S., Eckhardt, A., & Weitzel, T. (2012). When social networking turns to social overload: explaining the stress, emotional exhaustion, and quitting behavior from social network sites' users. *European Conference on Information Systems Proceedings*, 10-13.

- Maier, C., Laumer, S., Eckhardt, A., & Weitzel, T. (2015). Giving too much social support: social overload on social networking sites. *European Journal of Information Systems*, 24(5), 447-464. <https://doi.org/10.1057/ejis.2014.3>
- Mayfield, A. (2008). *What is social media*. Cibmtr Org.
- Maziriri, E. T., Nyagadza, B., Mapuranga, M., & Maramura, T. C. (2022). Habitual Facebook use as a prognosticator for life satisfaction and psychological well-being: Social safeness as a moderator. *Arab Gulf Journal of Scientific Research*, 40(2), 153-179. <https://doi.org/10.1108/agjsr-04-2022-0011>
- McCarthy, D., & Saegert, S. (1978). Residential density, social overload, and social withdrawal. *Human Ecology*, 6(3), 253-272. <https://doi.org/10.1007/bf00889026>
- Moghavvemi, S., Sharabati, M., Paramanathan, T., & Rahin, N. M. (2017). The impact of perceived enjoyment, perceived reciprocal benefits and knowledge power on students' knowledge sharing through Facebook. *The International Journal of Management Education*, 15(1), 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2016.11.002>
- Moskaliuk, J., Kimmerle, J., & Cress, U. (2009). Wiki-supported learning and knowledge building: effects of incongruity between knowledge and information. *Journal of Computer Assisted Learning*, 25(6), 549-561. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2729.2009.00331.x>
- O'Connor, K. W., McDonald, K. S., McDaniel, B. T., & Schmidt, G. B. (2022). Social media activity: its impact on career-related perceptions. *Development and Learning in Organizations: An International Journal*, 36(5), 1-3.
- Oh, H. J., Ozkaya, E., & LaRose, R. (2014). How does online social networking enhance life satisfaction? The relationships among online supportive interaction, affect, perceived social support, sense of community, and life satisfaction. *Computers in Human Behavior*, 30, 69-78. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.07.053>
- Pedroso, R., Zanetello, L., Guimarães, L., Pettenon, M., Gonçalves, 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. <https://doi.org/10.1590/0101-608300000000081>
- Ryu, K., & Han, H. (2010). Influence of the quality of food, service, and physical environment on customer satisfaction and behavioral intention in quick-casual restaurants: Moderating role of perceived price. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 34(3), 310-329. <https://doi.org/10.1177/1096348009350624>
- Selwyn, N. (2012). *Social media in higher education*. The Europa World of Learning 2012.
- 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. <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 Science Publishers.
- Venkatesh, A. (2016). Social media, digital self, and privacy: a socio-analytical perspective of the consumer as the digital avatar. *Journal of the Association for Consumer Research*, 1(3), 378-391. <https://doi.org/10.1086/686914>
- Vieira, V., Santini, F. O., & Araujo, C. F. (2018). A meta-analytic review of hedonic and utilitarian shopping values. *Journal of Consumer Marketing*, 35(4), 426-437. <https://doi.org/10.1108/jcm-08-2016-1914>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.im.2006.05.002>
- Zhan, L., Sun, Y., Wang, N., & Zhang, X. (2016). Understanding the influence of social media on people's life satisfaction through two competing explanatory mechanisms. *Aslib Journal of Information Management*, 68(3), 347-361. <https://doi.org/10.1108/ajim-12-2015-0195>

INVESTIGATING GRADUATE STUDENTS' USEFULNESS, ATTITUDE AND E-SHOPPING INTENTION OF A PUBLIC UNIVERSITY IN GUANGXI, CHINA

Lu Xiaoju

School of Biological and Chemical Engineering, Guangxi University of Science and Technology, China

E-mail: 274016697@qq.com

Received 10 April 2024

Revised 6 July 2024

Accepted 16 July 2024

Abstract

This study conducted an empirical study on the impacting factors of graduate students' e-shopping at Guangxi University of Science and Technology. The study analyzed the causal relationship perceived value, ease of use, usefulness, trust, customer service, attitude, and e-shopping intention. This study adopted a quantitative method (n=500), distributing questionnaires to graduate students in GXUST, China. The nonprobability sampling contains purposive, quota, and convenience sampling in distributing questionnaires and collecting data online. Confirmatory factor analysis and structural equation modeling were used to analyze the collected data and validate the constructs' model fit, reliability, and validity. The results presented that perceived value, trust, and ease of use significantly impact attitude toward e-shopping, and usefulness has less impact on attitude. Ease of use has a significant impact on usefulness. Attitude reveals the strongest impact on e-shopping intention, followed by customer service. Seven hypotheses have been verified to the survey objectives. Therefore, more and more graduate students can be attracted to e-shopping by creating a good e-shopping environment, innovating e-shopping methods, improving the convenience and usefulness of e-shopping, and improving the quality of e-shopping customer services.

Keywords: Usefulness, Attitude, E-shopping Intention, Graduate Students

Introduction

Graduate students, as the most sensitive group to the Internet, have become the mainstream consumer group of e-shopping. Graduate students have the characteristics of higher education, skilled use of the Internet, and more demand for products suitable for online sales to meet spiritual needs. As an important part of the e-shopping crowd, graduate students have certain differences in the reasons and psychology of e-shopping.

The study found that graduate students like to pursue new things, and convenient and affordable e-shopping is very popular. When friends have successful e-shopping experiences, more graduate students tend to shop online. In recent years, the number of e-shopping customers has continued to increase, consumer demand is increasingly diverse, and the demand for consumer goods is also growing rapidly in e-shopping.

This paper makes an empirical analysis of the impacting factors of graduate students' e-shopping, and through understanding the motivations of graduate students' e-shopping usefulness, attitude, and intention, provides suggestions for e-commerce enterprises' decision-making and guides network marketing practice.

Literature Review

1. Perceived Value

Perceived value is the concern that the price is commensurate with the item's quality (Lichtenstein et al., 1993). Therefore, perceived value is a decisive factor that impacts consumers' attitudes and evaluations of products and affects their subsequent purchase decisions. Escobar-Rodríguez and Bonson-Fernandez (2016) described how people's perceived value of online shopping will affect the realization of real Internet commerce. Rosmayani and Mardhatillah (2020) considered trust the determining factor of perceived value. This is the main factor examined in information and communication technology practice, and it cannot be ignored in the development of e-commerce trends. Trust is an important predictor of perceived value. When customers trust online retailers, they spend less time looking up information about online retailers and completing online purchases. (Kim et al., 2012). When customers shop on a seller's web page, trust increases their perceived value because it reduces the non-financial fees they should pay. Hence, the study provides a hypothesis:

H1: Perceived value has a significant impact on attitude.

2. Trust

Trust was defined as believing that a new technology would be reliable and effective. Most research has focused on the importance of trust for long-term development between organizations and customers. The nature of the Internet has changed to become the ideal medium for transactions. The survey showed that trust was a key factor in e-commerce. Ease of use and usefulness also play an important role in forming trust, and the trust that is ultimately established impacts people's overall attitudes (Kim et al., 2008). There was no denying that the role of trust in e-shopping has been greatly emphasized in past research work (Thaichon & Quach, 2015). Hence, the study provides a hypothesis:

H2: Trust has a significant impact on attitude.

3. Ease of Use

Ease of use refers to consumers' belief that e-shopping would be effortless. Other things being equal, e-shopping sites considered easier to use were more likely to arouse

consumers' interest and considered e-shopping usefulness. Venkatesh and Davis (2000) argued that to the extent an increase in ease of use leads to an increase in performance, ease of use would directly impact usefulness and attitude. Davis (1989) showed that ease of use positively impacts attitude and usefulness. Usefulness and ease of use were two variables that stimulated customers to use e-shopping. Davis identified usefulness as the primary determinant and ease of use as the second most important factor of technology acceptance. Hence, the study provides below hypotheses:

H3: Ease of use has a significant impact on attitude.

H4: Ease of use has a significant impact on usefulness.

4. Usefulness

Usefulness was defined as the degree to which consumers believed e-shopping would improve their transaction performance. According to Davis et al. (1989), individuals' behavioral intentions toward e-shopping were largely based on cognitive assessments of how online shopping improved their performance. For Bhattacharjee (2001), when a person saw this usage as useful, he was more likely to intend to continue using it. Customers who efficiently completed the shopping task of product acquisition would be more likely to show a stronger intention to re-purchase (Babin & Babin, 2001). Hence, the study provides a hypothesis:

H5: Usefulness has a significant impact on attitude.

5. Customer Service

Customer service needed to be stronger in e-shopping. For Consumer to Consumers (C2C), commodity guarantees were quite limited. Sellers did not require a sales license nor provided invoices and formal return services. However, consumers can communicate with sellers in real-time through online software, such as Taobao's Aliwangwang and Tencent's QQ. C2C sellers were small in scale and responded quickly to consumers' orders, thus stimulating consumers' shopping willingness. Business to Consumer (B2C) had a formal after-sales service policy. They provided invoices, but they were slow to process orders. There was no online real-time conversation between the seller and the consumer. Hence, the study provides a hypothesis:

H6: Customer service has a significant impact on e-shopping intention.

6. Attitude

Attitudes were defined as consumers' positive and negative feelings about e-shopping. Davis (1989) defined attitudes as favorable and unfavorable attitudes toward the use of technology in his famous model. He concluded that there was a direct relationship between attitudes and propensity to use. Since shopping through the Internet would bring more comfort to the user, the customer was more likely to feel more comfortable, more useful, and would have a positive attitude. Therefore, the customer would generate positive feelings and the intention to use the website to shop (Schlosser, 2003). Hence, the study provides a hypothesis:

H7: Attitude has a significant impact on e-shopping intention.

7. E-shopping Intention

Intention can be defined as a key factor in predicting the future behavior of consumers who will continue to shop online in an e-shopping environment (Kim et al., 2012). The TRA was based on the basic assumption that intention was the best predictor of an individual's behavior, largely determined by attitudes toward behavior performance and subjective norms associated with behavior (Wallace & Sheetz, 2014). Howard (1989) considered that intention was a state of mind that reflected a consumer's decision to purchase a product or service shortly. In e-shopping, this would be how to use the Internet as a new shopping channel. Many studies have shown that trust is fundamental to the intention of e-shopping and an important factor in successful sales for e-retailers (Kimery & McCord, 2002; McKnight & Chervany, 2002).

Research Framework

The conceptual framework is applied to the theory of the Technology Acceptance Model (TAM), Theory of Planned Behavior (TPB), and Theory of Reasoned Action (TRA). There were four theoretical models made up for the conceptual framework. The conceptual framework of this study is proposed in Figure 1.

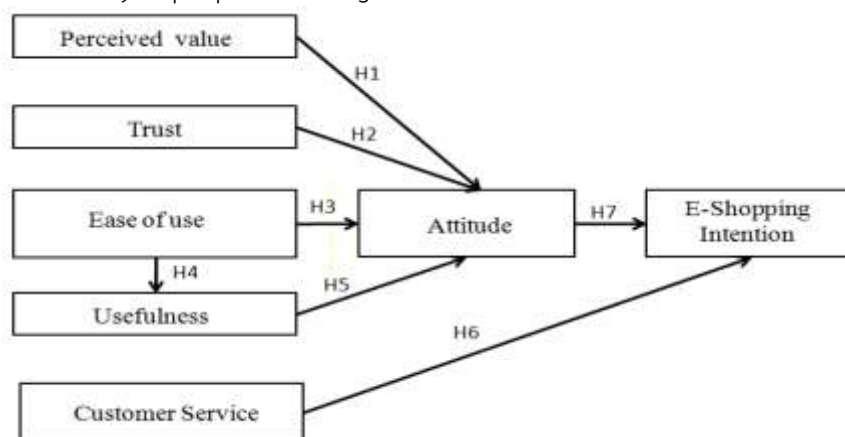


Figure 1 Conceptual Framework

The hypotheses of the research variables based on the conceptual framework are;

H1: Perceived value has a significant impact on attitude.

H2: Trust has a significant impact on attitude.

H3: Ease of use has a significant impact on attitude.

H4: Ease of use has a significant impact on usefulness.

H5: Usefulness has a significant impact on attitude.

H6: Customer service has a significant impact on e-shopping intention.

H7: Attitude has a significant impact on e-shopping intention.

Research Methodology

By issuing electronic questionnaires, this paper investigated graduate students' e-shopping attitudes and intentions. Based on the questionnaire scale used in previous literature and research, the "Factors Impacting on Attitude and E-shopping Intention towards University Students Questionnaire" is designed. The questionnaire mainly included three parts. The first part is the screening questions, which are utilized to select suitable respondents. The second part contained the basic information or demographic characteristics such as gender, major, age area, and shopping platforms. The third part investigates factors influencing graduate students' e-shopping attitudes and intentions. A five-point Likert scale, ranging from strongly disagree (1) to agree (5) strongly, was used to analyze all seven hypotheses. The researcher's rating of the index of item objective congruence (IOC) and pilot test for 30 respondents has been tested for the pilot test.

This research used Cronbach's Alpha to test the validity and reliability, and then the questionnaire was sent to the target population. A total of 532 questionnaires were collected, among which 500 were valid. The statistical software was used to analyze the collected data, and the Confirmatory Factor Analysis (CFA) was utilized to verify the accuracy and validation of the convergence. Lastly, the Structural Equation Model (SEM) was applied to test the effect of variables.

1. Population and Sample Size

The target population of this study is graduate students who have experience in e-shopping with the selected three main subjects in GXUST. A total of 532 questionnaires were collected, among which 500 were valid.

2. Sampling Techniques

Nonprobability sampling was used in this study, and judgmental sampling was used to pick up the three main subjects covering engineering, business humanities, and social sciences. After that, quota sampling was employed to select the population size of graduate students in Table 1. Finally, the study distributed online questionnaires through the Internet.

Results and Discussion

1. Demographic Information

The target population of 500 participants is shown in Table 1. The proportion of male respondents is 51.6%, and female respondents occupy 48.4%. For the age, 21-23 years old accounted for 77.8%, which occupies the biggest part of the graduate students and then followed by 24- 26 years old are 17.2%, more than 26 years old are 5%. The area of respondents was come from, the students come from rural are 57.2% and urban occupy 42.8%. Regarding the platforms that the graduate students most frequently use, Taobao accounts for 35%, followed closely by Tmall, which is 33.6%, and then are Jingdong and Pinduoduo, which occupy 20.4% and 7.8%. Finally, is Amazon, at 3.2%.

Table 1 Demographic Profile

Demographic and Behavior Data (N=500)		Frequency	Percentage
Gender	Male	258	51.6%
	Female	242	48.4%
Age	21-23 years old	389	77.8%
	24-26 years old	86	17.2%
	More than 26years old	25	5%
Area	Rural	286	57.2%
	Urban	214	42.8%
App	Tmall	168	33.6%
	Taobao	175	35%
	Jingdong	102	20.4%
	Pinduoduo	39	7.8%
	Amazon	16	3.2%

2. Confirmatory Factor Analysis (CFA)

The study used Confirmatory Factor Analysis (CFA) to confirm model fitness. The seven variables of all items, namely perceived value, trust, ease of use, usefulness, customer service, attitude, and e-shopping intention, were significant and conducted as factor loading to measure discriminant validity. It is above 0.5 of factor loading, and a p value under 0.05 was considered acceptable to prove the convergent validity. Khan and Qudrat-Ullah (2021) argued that composite reliability greater than 0.75 is regarded as an ideal value, and Hsu et al. (2015) considered that an average variance extracted more than 0.5 was acceptable. It is illustrated in Table 2. Therefore, all the tests were available.

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

Variables	Source of Questionnaire	No. of Item	Cronbach's Alpha	Factors Loading	CR	AVE
Perceived Value (PV)	Lichtenstein et al. (1993)	3	0.788	0.731-0.747	0.782	0.545
Trust (TR)	Kim et al. (2008)	4	0.715	0.678-0.743	0.807	0.512
Ease of use (EOU)	Venkatesh and Davis (2000)	3	0.823	0.682-0.796	0.775	0.536
Usefulness (UF)	Davis et al. (1989)	3	0.821	0.672-0.769	0.760	0.514
Customer Service (CS)	Davis et al. (1989)	4	0.795	0.693-0.755	0.810	0.516
Attitude (ATT)	Davis (1989)	4	0.822	0.740-0.788	0.853	0.593
E-shopping Intention (ESI)	Kim et al. (2012)	3	0.901	0.647-0.753	0.752	0.503

Source: Created by the author.

The goodness-of-fit indices' receivable value showed the model fit in Table 4. The statistical values of indices were compared with acceptable criteria: the value of CMIN/DF=1.590, GFI=0.945, AGFI=0.928, NFI=0.922, CFI=0.969, TLI=0.963, RMSEA=0.034.

Table 3 Goodness of Fit for Measurement Model

Index	Acceptable Values	Statistical Values After Adjustment
CMIN/DF	< 5.00 (Wheaton et al., 1977)	367.337/231 or 1.590
GFI	≥ 0.85 (Sica & Ghisi, 2007)	0.945
AGFI	≥ 0.80 (Sica & Ghisi, 2007)	0.928
NFI	≥ 0.80 (Wu & Wang, 2006)	0.922
CFI	≥ 0.80 (Bentler, 1990)	0.969
TLI	≥ 0.80 (Sharma et al., 2005)	0.963
RMSEA	< 0.08 (Pedroso et al., 2016)	0.034
Model summary		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, RMSEA = Root mean square error of approximation.

In Table 4, it was shown that all the relationships exceeded any interrelated coefficient for the variables with the square root of average variance extracted.

Table 4 Discriminant Validity

	PV	TR	EOU	UF	CS	ATT	ESI
PV	0.738						
TR	0.348	0.716					
EOU	0.303	0.428	0.732				
UF	0.126	0.237	0.303	0.717			
CS	0.299	0.334	0.348	0.313	0.718		
ATT	0.403	0.384	0.412	0.253	0.337	0.77	
ESI	0.394	0.435	0.412	0.248	0.395	0.404	0.709

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

3. Structural Equation Model (SEM)

The structural equation model (SEM) confirmed the relation of the variables and contained the measurement error coefficient of the structure in the model. Byrne (2010) indicated that the structural equation model (SEM) was utilized to measure the model's reliability and validity and verify the study's hypothesis. The goodness of fit for the structural model before adjustment was shown in Table 5.2, and the statistical values were in harmony with empirical data, so it did not need to be amended. According to Table 6, the CMIN/DF=3.060, GFI=0.882, AGFI=0.855, NFI=0.842, CFI=0.887, TLI=0.872, RMSEA=0.064, the result was shown good fit and acceptable.

Table 6 Goodness of Fit for Measurement and Structural Model

Index	Acceptable Criterion	Statistical Values
CMIN/DF	< 5.00 (Wheaton et al., 1977)	749.802/245 or 3.060
GFI	≥ 0.85 (Sica & Ghisi, 2007)	0.882
AGFI	≥ 0.80 (Sica & Ghisi, 2007)	0.855
NFI	≥ 0.80 (Wu & Wang, 2006)	0.842
CFI	≥ 0.80 (Bentler, 1990)	0.887
TLI	≥ 0.80 (Sharma et al., 2005)	0.872
RMSEA	< 0.08 (Pedroso et al., 2016)	0.064
Model Summary		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

The seven hypotheses were supported, and each variable was acceptable, which was displayed in Table 6. Attitude had the biggest impact on e-shopping intention, which was 0.422; customer service was 0.374. Then, ease of use impacting usefulness was 0.390. Perceived value to attitude was 0.358, ease of use was 0.306, trust was 0.242, and usefulness was 0.121.

Table 6 Hypothesis Results of the Structural Equation Model

Hypothesis	(β)	t-Value	Result
H1: PV→ATT	0.358	6.609*	Supported
H2: TR→ATT	0.242	4.783*	Supported
H3: EOU→ATT	0.306	5.244*	Supported
H4: EOU→UF	0.390	6.501*	Supported
H5: UF→ATT	0.121	2.143*	Supported
H6: CS→ESI	0.374	6.594*	Supported
H7: ATT→ESI	0.422	7.738*	Supported

Note: * $p < 0.05$

Source: Created by the author.

H1 has confirmed that perceived value significantly impacts attitude toward e-shopping with the standardized coefficient of 0.358. The greater the perceived value was, the higher the satisfaction of the individual would be. This was often related to the attitude towards using technology (Kim et al., 2008). Regarding H2, trust influences attitude toward e-shopping, considering the standardized coefficient is 0.242. Kim et al. (2008) regarded that ease of use and usefulness also played an important role in the formation of trust, and ultimately, the trust established affected people's overall attitudes. H3 has proved the relationship between ease of use and attitude, which accounted for the standardized coefficient of 0.306. Customers were more likely to adopt a new system when they believed it was easy to learn and operate (Pikkarainen et al., 2004). H4 has verified the significant impact on ease of use and usefulness regarding the standardized coefficient of 0.390. To the extent that an increase in ease of use leads to an increase in performance, ease of use would directly impact usefulness and behavioral intent (Venkatesh & Davis, 2000).

Regarding the standardized coefficient, 0.121 is between usefulness and attitude, which has a certain impact on two variables. Customer service on e-shopping intention

revealed a value of 0.374 on the standard coefficient, which emphasized the significance of H6. If the online store responded quickly to the needs of consumers, the product delivery was timely, the payment was convenient, and the product return was convenient when consumers bought goods from online stores. The consumer's purchase intention was often strong (Liao & Cheung, 2001). Finally, the attitude had a significant impact on e-shopping intention. If a customer had a positive attitude toward e-shopping, he would have been more likely to shop online.

Conclusions, Recommendations, Limitations and Future Research

1. Conclusions

This research concentrated on the factors impacting graduate students' attitudes and intentions toward e-shopping who study in GXUST. Building the conceptual framework and raising the hypotheses to verify the perceived value, trust, ease of use, and usefulness impact on attitude and customer service, which impact e-shopping intention. The questionnaires were sent to the graduate students online. Confirmatory Analysis (CFA) was used to measure and test the validity and reliability of the results. The structural Equation Model (SEM) was utilized to analyze the collected data and explain the factors that impacted graduate students' attitudes and intentions of e-shopping.

The study received the following findings. First, attitude toward e-shopping has the strongest significant impact on e-shopping intention. Armitage et al. (2015) confirmed that a person's attitude determines whether the behavior under consideration is good or bad and whether the behavior is desired to be performed. Second, customer service was ranked second in influencing e-shopping intention. According to Janakiraman et al. (2016), online merchants offering simple and hassle-free return policies would have increased consumers' intention to buy. Considering the impact on attitudes toward e-shopping, perceived value was the strongest, and ease of use was followed by trust and usefulness. Prior studies concluded that the greater the perceived value is, the better the attitude of the individual will be (Kim et al., 2008). Al-Debei et al. (2015) argued that trust contributed to a positive attitude toward trading behavior. Davis et al. (1989) developed TAM and found two important factors that impacted customers' attitudes toward e-shopping: ease of use and usefulness. At last, ease of use has a huge impact on usefulness. If customers perceived e-shopping as easy to use, it positively contributed to the degree to which they considered e-shopping useful (Van der Heijden et al., 2003).

2. Recommendations

The researcher explored key influence factors that impacted graduate students' attitudes and intentions toward e-shopping, including perceived value, trust, ease of use, usefulness, and customer service. Based on the graduate perspective, the recommendations are to be investigated to promote the healthy development of the e-shopping platform. For

the e-shopping platform security legislation, the legislature should give enough attention to improving the legal system to support the development of e-shopping platforms. In order to improve the stability of the development of e-shopping, it is suggested that the service level of the e-shopping platform be put on the home page and that measures be actively looked for to provide customers with a better shopping experience. For example, the construction of offline experience stores, more rapid and convenient logistics, improved the service level of customer service, and improved after-sales service, etc. Unlike offline shopping, the biggest advantage of online shopping is the price. It is necessary to improve the synergy efficiency of links, create the overall optimal e-commerce value chain, reduce costs, and finally achieve price advantage. Graduate students are innovative and have been online for a long time. This group of people is the key target market for e-shopping. E-shopping platforms should study how to formulate corresponding online marketing strategies according to these people's needs—combining their advantages to innovate shopping methods and improve the shopping experience.

3. Limitations and Future Research

In this paper, graduate students are selected as the research objects, and whether the conclusions obtained by taking them as the research objects can be extended remains to be further verified. At the same time, because the subjects are all college students, the homogeneity in educational background, age, and some other aspects may be high, which needs to be revised to reflect the impact of these variables on e-shopping. Therefore, future research can extend the research object to ordinary consumers so that the conclusion will be more common, and the value of the actual online sellers will be greater. In addition, aside from the impacting factors on attitude and intention, such as perceived value, trust, ease of use, usefulness, and customer service of e-shopping, other factors that may impact the adoption of e-shopping should be considered.

References

- Al-Debei, M. M., Akroush, M. N., & Ashouri, M. I. (2015). Consumer attitudes towards online shopping: the effects of trust, perceived benefits, and perceived web quality. *Internet Research*, 25(5), 707-733. <https://doi.org/10.1108/intr-05-2014-0146>
- Armitage, C. J., Norman, P., Alganem, S., & Conner, M. (2015). Expectations are more predictive of behavior than behavioral intentions: evidence from two prospective studies. *Annals of Behavioral Medicine*, 49(2), 239-246. <https://doi.org/10.1007/s12160-014-9653-4>
- Babin, B. J., & Babin, L. (2001). Seeking something different? A model of schema typicality, consumer affect, purchase intentions and perceived shopping value. *Journal of Business Research*, 54(4), 89-96. [https://doi.org/10.1016/s0148-2963\(99\)00095-8](https://doi.org/10.1016/s0148-2963(99)00095-8)

- Bentler, P. M. (1990). Comparative fit indexes in structural models. *Psychological Bulletin*, 107(2), 238-246. <https://doi.org/10.1037//0033-2909.107.2.238>
- Bhattacharjee, A. (2001). Understanding information systems continuance: an expectation-confirmation model. *MIS Quarterly*, 25(3), 351-370. <https://doi.org/10.2307/3250921>
- Byrne, B. M. (2010). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming* (2nd ed.). Routledge Taylor & Francis Group.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-342.
- 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.
- Escobar-Rodríguez, T., & Bonson-Fernandez, R. (2016). Analyzing online purchase intent in Spain: fashion e-commerce. *Information Systems and E-Business Management*, 15(3), 599-622. <https://doi.org/10.1007/s10257-016-0319-6>
- Howard, J. (1989). *Consumer Behavior in Marketing Strategy* (1st ed.). Prentice-Hall.
- Hsu, H.-Y., Kwok, O., Lin, J. H., & Acosta, S. (2015). Detecting mis specified multilevel structural equation models with common fit indices: a monte Carlo study. *Multivariate Behavioral Research*, 50(2), 197-215. <https://doi.org/10.1080/00273171.2014.977429>
- Janakiraman, N., Syrdal, H. A., & Freling, R. (2016). The effect of return policy leniency on consumer purchase and return decisions: a meta-analytic review. *Journal of Retailing*, 92(2), 226-235. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2015.11.002>
- Khan, R. A., & Qudrat-Ullah, H. (2021). *Adoption of LMS in higher educational institutions of the Middle East* (1st ed.). Springer.
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2007.07.001>
- Kim, H. W., Xu, Y., & Gupta, S. (2012). Which is more important in internet shopping, perceived price or trust?. *Electronic Commerce Research and Applications*, 11(3), 241-252. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2011.06.003>
- Kimery, K., & McCord, M. (2002). Third-party assurances: mapping the road to trust in e-retailing. *Journal of Information Technology Theory and Applications*, 4(2), 63-82. <https://doi.org/10.1109/hicss.2002.994158>
- Liao, Z., & Cheung, M. T. (2001). Internet-based e-shopping and consumer attitudes: an empirical study. *Information & Management*, 38, 299-306. [https://doi.org/10.1016/s0378-7206\(00\)00072-0](https://doi.org/10.1016/s0378-7206(00)00072-0)
- Lichtenstein, D. R., Ridgway, N. M., & Netemeyer, R. G. (1993). Price perceptions and consumer shopping behavior: a field study. *Journal of Marketing Research*, 30(2), 234-245. <https://doi.org/10.1177/002224379303000208>

- McKnight, D., & Chervany, N. (2002). What trust means in e-commerce customer relationships: an interdisciplinary conceptual typology. *International Journal of Electronic Commerce*, 6(2), 35-39. <https://doi.org/10.1080/10864415.2001.11044235>
- Pedroso, R., Zanetello, L., Guimarães, L., Pettenon, M., Gonçalves, 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. <https://doi.org/10.1590/0101-60830000000081>
- Pikkarainen, T., Pikkarainen, K., Karjaluoto, H., & Pahlila, S. (2004). Consumer acceptance of online banking: an extension of the technology acceptance model. *Internet Research*, 14(3), 224-235. <https://doi.org/10.1108/10662240410542652>
- Rosmayani, T., & Mardhatillah, A. (2020). Model of intent to behave in online product purchases for Muslim fashion in Pekanbaru, Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1419-1441. <https://doi.org/10.1108/jima-09-2018-0159>
- Schlosser, S. (2003). Experiencing Products in the Virtual World: The Role of Goal and Imagery in Influencing Attitudes versus Purchase Intentions. *Journal of Consumer Research*, 2(1), 184-198. <https://doi.org/10.1086/376807>
- 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. <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 Science Publishers.
- Thaichon, P., & Quach, T. N. (2015). The relationship between service quality, satisfaction, trust, value, commitment, and loyalty of internet service providers' customers. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 25(4), 295-313. <https://doi.org/10.1080/21639159.2015.1073419>
- Van der Heijden, H., Verhagen, T., & Creemers, M. (2003). Understanding online purchase intentions: contributions from technology and trust perspectives. *European Journal of Information Systems*, 12, 41-48. <https://doi.org/10.1057/palgrave.ejis.3000445>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186-204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Wallace, L. G., & Sheetz, S. D. (2014). The adoption of software measures: a technology acceptance model (TAM) perspective. *Information & Management*, 51, 249-259. <https://doi.org/10.1016/j.im.2013.12.003>

- Wheaton, B., Muthen, B., Alwin, D. F., & Summers, G. (1977). Assessing Reliability and Stability in Panel Models. *Sociological Methodology*, 8, 84-136.
<http://dx.doi.org/10.2307/270754>
- 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.
<https://doi.org/10.1016/j.im.2006.05.002>

DETERMINANTS OF STUDENTS' ATTITUDE AND ADOPTION INTENTION TOWARDS ELECTRONIC VEHICLES IN ZHEJIANG, CHINA

Zhang Qi

Zhejiang Ocean University, China.

E-mail: 595192816@qq.com

Received 28 March 2024

Revised 7 July 2024

Accepted 16 July 2024

Abstract

This study investigates the determinants of consumer attitudes and adoption intentions toward electric vehicles in Zhejiang Province, China. The conceptual framework determines how environmental concern, subjective norms, knowledge, perceived incentives policy, perceived usefulness, perceived ease of use, and perceived fun to use affect attitudes and adoption intentions. The sample (n=460) was collected from online and offline questionnaires using multi-stage sampling, including judgmental, stratified random, and convenient Sampling. The study applied the structural equation model and confirmatory factor analysis to analyze the data to confirm the model's goodness-of-fit and hypothesis. The results indicate that environmental concerns, subjective norms, knowledge, and perceived incentive policies significantly impact attitude. Perceived incentive policy, perceived usefulness, perceived ease of use, and perceived fun of use have a significant impact on adoption intention. Based on this research result, this study provides feasible suggestions for formulating Chinese government policies. It provides a basis for optimizing the design of public policies that align with China's national conditions to enhance consumer attitudes and adoption intentions toward electric vehicles.

Keywords: Electric Vehicles, Consumers' Attitude, Adoption Intention, China

Introduction

With the rapid development of society and economy, the process of urbanization and motorization in China has been accelerating. Residents' travel needs are no longer satisfied with a single mode of transportation, and their reliance on motor vehicles has gradually increased. According to the 2022 Statistical Communiqué of the People's Republic of China on National Economic and Social Development, the number of civilian motor vehicles in China was 1.3584 million at the end of 1978. By the end of 2022, the number has reached 319 million, with the highest proportion being private cars (278 million). However, China's motor vehicle ownership per thousand people remains relatively low. According to data from the World Bank, in 2019, China's motor vehicle ownership per thousand people was 173, ranking

17th in the world. In comparison, developed countries such as the United States (837 vehicles per thousand people), Australia (747 vehicles per thousand people), and Italy (695 vehicles per thousand people) have much higher vehicle ownership. This indicates that there is still significant room for development in the Chinese automobile market, and the number of motor vehicles will continue to increase steadily.

As one of the important means of transportation for people's travel, automobiles provide many conveniences for spatial displacement but also cause a series of ecological problems and contradictions. The rapid growth of motor vehicle ownership has already exceeded the carrying capacity of the existing environment, resulting in serious pollution problems, such as greenhouse gas emissions and energy security crises (Li & Chen, 2019). According to the "Global Risks Report 2019" released by the World Economic Forum at the Davos Annual Meeting, environmental risks have been the biggest threat to humanity for three consecutive years. Studies have shown that automobile exhaust emissions are the main cause of urban air pollution (Li & Chen, 2019). Actively developing energy-saving and electric vehicles is a key solution to many challenges, and it is also an inevitable choice to promote the transformation and upgrading of China's automobile industry structure.

Experts believe that promoting electric vehicles is an effective way to encourage environmentally friendly transportation (Wang et al., 2016; Yang et al., 2019). Increasing the proportion of electric vehicles in total vehicle ownership is a more feasible solution than simply reducing the use of cars (Haustein & Jensen, 2018). Promoting electric vehicles can meet current transportation needs and alleviate national energy demand, significantly reducing greenhouse gas emissions and air pollution (Li et al., 2020). Compared with traditional internal combustion engine vehicles, electric vehicles can reduce their carbon emissions by about 36% to 47% over their lifecycle (Wang et al., 2018).

China is currently making great efforts to reduce energy consumption and carbon emissions. An important strategy in this regard is the development of low-carbon transportation, with a particular emphasis on environmentally friendly and energy-efficient vehicles, especially electric vehicles. This initiative is considered an important aspect of the reform of the transportation sector, and in recent years, this reform has made progress in many countries (Tang & Ma, 2016).

Literature Review

1. Environmental Concern

Environmental concern refers to an attitude that centers on environmental protection's cognitive and affective evaluations (Dunlap & Van Liere, 1978). This attitude is linked to the public's awareness of environmental issues, which reflects their attitudes, knowledge, and responses to environmental problems (Weigel & Weigel, 1978). Dunlap and Michelson (2002) define environmental concerns as "people's level of awareness of

environmental problems and their willingness to support efforts to solve these problems and to contribute personally to their solution." This willingness encourages consumers to engage in environmental challenges and inspires them to take action to safeguard the environment (Higuera-Castillo et al., 2019; Matthes et al., 2014). Hence, a hypothesis is developed:

H1: Environmental concern has a significant effect on attitude.

2. Subjective Norm

Ajzen (1988) defined subjective norm as the hypothesis an individual receives from others regarding their behavior. Rouibah et al. (2009) viewed subjective norms as the reason for human intentions and behavior. Collins et al. (2011) suggested that subjective norm refers to the perceived social pressure to perform or not perform a behavior. Subjective norms apply to specific individuals or groups who support and encourage a particular behavior (Han et al., 2020; Shalender & Sharma, 2021). Subjective norms have also been described as consumers' perceptions of what other valuable people think they should or should not adopt electric vehicles (Asadi et al., 2021; Huang & Ge, 2019). Hence, a hypothesis is developed:

H2: Subjective norms have a significant effect on attitude.

3. Knowledge

Kaplan (1991) pointed out that knowledge is crucial in consumer attitudes and purchasing decisions toward products. Personal knowledge about environmentally friendly products and services is an important cognitive measure, reflected in specific interests and awareness of impacts on the general ecosystem (D'souza et al., 2006; Laroche et al., 2001; Uddin & Khan, 2018). De Koning et al. (2015) argued that a lack of consumer knowledge is a barrier to using environmentally friendly products. Potential electric vehicle users have a certain degree of understanding of the main features of electric vehicles and related technologies, such as no need for gasoline, zero carbon emissions, low driving costs, charging time, and facilities (Egbue & Long, 2012; Policarpo & Aguiar, 2020; Tu & Yang, 2019). Hence, a hypothesis is developed:

H3: Knowledge has a significant effect on attitude.

4. Perceived Incentives Policy

Coad et al. (2009) categorized electric vehicle incentive policies into informational and financial. Coffman et al. (2017) identified three key policy mechanisms to encourage electric vehicle adoption: providing financial and non-financial incentives, supporting charging infrastructure, and raising awareness. Liao (2022) proposed that financial and non-financial incentives are two forms of incentive policies, with financial incentives providing direct monetary benefits to consumers and non-economic incentives offering non-monetary benefits such as unrestricted travel or road usage privileges. Financial policy measures can lower the cost of purchasing electric vehicles, while non-financial incentives can increase the value of using them (Wang et al., 2018). Hence, below hypotheses are developed:

H4: Perceived incentives policy has a significant effect on attitude.

H5: Perceived incentives policy has a significant effect on adoption intention.

5. Attitude

Attitude is commonly described as an individual's psychological experience that mirrors ingrained preferences and aversions, along with the positive or negative assessment of actions. The assessment of an individual, object, or topic is delineated in diverse attitude definitions (Eagly & Chaiken, 2007). Attitude represents a consistent reaction to specific scenarios, entities, or categories. It elucidates the assessment and appraisal of goods or services. Attitude is a fundamental precursor to behavior (Machleit et al., 1993; Mitchell & Olson, 1981) and a valuable predictor of intent (Plötz et al., 2018). Hence, a hypothesis is developed:

H6: Attitude has a significant effect on adoption intention.

6. Perceived Usefulness

Perceived usefulness is a crucial factor in the Technology Acceptance Model (TAM), which reflects an individual's belief that using a particular technology will improve their job performance (Davis, 1989). Additionally, it is a significant psychological factor that affects consumer acceptance of new and innovative products (Egbue & Long, 2012; Schuitema et al., 2013). Perceived usefulness refers to an individual's subjective belief in how a new technology can support a product's performance (Kim et al., 2018; Venkatesh & Davis, 2000). Scholars have noted that in the context of electric vehicles as an innovative and environmentally friendly technology, perceived usefulness should be evaluated based on multiple factors, including energy efficiency, environmental impact, and health benefits (Wang et al., 2017; Wu et al., 2019; Zhang et al., 2013). Hence, a hypothesis is developed:

H7: Perceived usefulness has a significant effect on adoption intention.

7. Perceived Ease of Use

Perceived ease of use pertains to an individual's belief that utilizing new technology will be effortless (Davis, 1989). This concept is measured by the extent to which consumers perceive the use of new technology or products as easy and not mentally or physically taxing (Lieven et al., 2011; Venkatesh & Davis, 2000; Wang et al., 2017). The more user-friendly and easy-to-operate consumers find new technology, products, or services, the more inclined they are to express an intention to adopt such products. Venkatesh and Bala (2008) defined perceived ease of use as the conviction to use new technology or products without difficulty. Wissmann (2013) introduced a contemporary perspective to perceived ease of use by defining it as "usability," which offers a favorable interpretation of product complexity. Hence, a hypothesis is developed:

H8: Perceived ease of use has a significant effect on adoption intention.

8. Perceived Fun to Use

Holbrook and Hirschman (1982) defined perceived fun to use (PFU) as the pursuit of an "engaging and pleasurable experience, sensory stimulation, and enjoyment of usage" that consumers seek when contemplating a purchase. PFU reflects the degree of satisfaction consumers derive from using a new product and indicates both internal motivation and behavioral manifestation (Davis et al., 1992). Liao et al. (2008) and Venkatesh et al. (2003) posit that PFU is a foundational behavioral motivation driver. Chen (2016) contends that PFU captivates consumer interest and fosters relaxation in the context of electric vehicle usage. Within the domain of electric vehicles, the quest for "perceived fun to use" arises from a driving experience distinct from that of conventional vehicles (Azadfar et al., 2015). Hence, a hypothesis is developed:

H9: Perceived fun to use has a significant effect on adoption intention.

9. Adoption Intention

As per Ajzen (1991), the concept of "adoption intention" can be utilized to forecast the embracing of novel technologies. Rogers (1995) posits that adoption intention mirrors consumers' receptiveness to innovative products. Additionally, certain researchers view consumers' adoption of new technologies or products as a form of behavioral reaction, encompassing purchase and usage intentions (Huijts et al., 2012; Jansson et al., 2010; Schuitema et al., 2013). Within the realm of electric vehicles, adoption intention denotes the willingness of consumers to opt for electric vehicles as their mode of transportation (Liu, 2017).

Research Framework

The conceptual framework of this study is derived from existing theories and research, integrating three primary theoretical frameworks. Huang et al. (2021) suggested a significant positive link between knowledge, perceived usefulness, perceived ease of use, perceived fun to use, and consumers' intentions to adopt electric vehicles. Hence, the conceptual framework of this study presents a multi-layered structure with intricate relationships among various variables, as depicted in Figure 1.

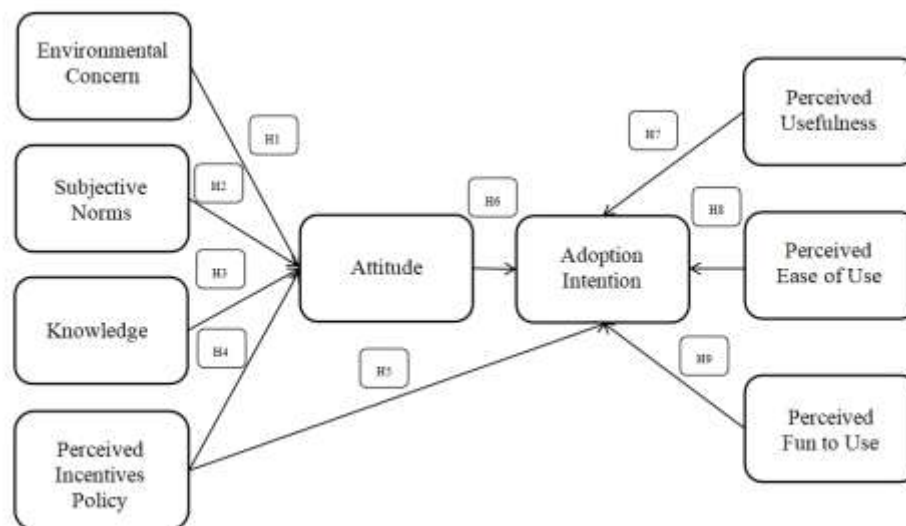


Figure 1 Conceptual Framework

The hypotheses of the research variables based on the conceptual framework are;

H1: Environmental concern has significant effect on attitude.

H2: Subjective norms have a significant effect on attitude.

H3: Knowledge has a significant effect on attitude.

H4: Perceived incentives policy has a significant effect on attitude.

H5: Perceived incentives policy has a significant effect on adoption intention.

H6: Attitude has a significant effect on adoption intention.

H7: Perceived usefulness has a significant effect on adoption intention.

H8: Perceived ease of use has a significant effect on adoption intention.

H9: Perceived fun to use has a significant effect on adoption intention.

Research Methodology

The questionnaire comprised three sections: screening questions, measurement items, and demographic details. The screening section determined respondent eligibility, while the measurement section utilized a 5-point Likert scale to evaluate nine variables, ranging from strongly disagree (1) to agree (5). The questionnaire's reliability was assessed using Cronbach's Alpha, content validity was evaluated with IOC, and a pilot test was conducted with 50 participants.

Additionally, confirmatory factor analysis (CFA) or a measurement model was conducted to establish the constructs' convergent and discriminant validity and evaluate fit indices. Finally, the structural equation model (SEM) was applied to confirm significant relationships and test the research hypotheses.

1. Population and Sample Size

As per Kline (2011), a structural equation model necessitates a sample size of at least

200 respondents. To determine the appropriate sample size, researchers utilized the Structural Equation Model Priori Sample Size Calculator available on the Danielsoper website (Soper, 2019). With nine latent and 34 observed variables considered, the study established the required sample size at a significance level 0.05. The analysis revealed that the structural equation model recommended a minimum of 460 participants. To meet the minimum criteria and achieve population representativeness, the researchers gathered data from 500 participants.

2. Sampling Techniques

The research implemented a multi-stage sampling strategy that integrated probability and non-probability sampling methods for quantitative research. A sequential sampling approach was applied to ensure that the data collected aligned with the research objectives. Initially, a judgmental sampling technique was utilized to identify students at Zhejiang Ocean University with expertise and practical experience in the electric vehicle domain.

Results and Discussion

1. Demographic Information

Of the 500 participants, 56.4% (282) were male, and 43.6% (218) were female. The largest proportion of respondents, at 39.6% (198), were in the age range of 21 to 22 years. This was followed by 28.6% (143) who were under 23 to 24 years old, 16.4% (82) who were over 24 years old, and 15.4% (77) who were between 18 to 20 years old. Among the respondents, undergraduate students comprised 66.4% (332), while master's students comprised 33.6% (168).

Table 1 Demographic Profile

Demographic and General Data (N=500)		Frequency	Percentage
Gender	Male	282	56.4%
	Female	218	43.6%
Age	18-20 years old	77	15.4%
	21-22 years old	198	39.6%
	23-24 years old	143	28.6%
	More than 24 years old	82	16.4%
Status	Undergraduate Student	332	66.4%
	Graduate Student	168	33.6%

2. Confirmatory Factor Analysis (CFA)

Confirmatory Factor Analysis (CFA) is a measurement model systematically proposed by the Swedish statistician Jöreskog (1969). It aligns actual data with a specific factor model of

known factors to validate internal consistency and convergent validity. The CFA findings in this study indicate the significance of all items within each variable, confirming convergent validity. Internal consistency is evaluated using Composite Reliability (CR), with a coefficient exceeding 0.6. As the CR coefficient increases, the internal correlation level among the measurement variables within this specific group also rises, leading to a better understanding of the related latent variables (Cronbach, 1951). Convergent validity is assessed through Average Variance Extracted (AVE) and factor loadings. Typically, when the AVE surpasses 0.5, it suggests acceptable internal model quality (Fornell & Larcker, 1981). The statistical values of the CFA are presented in Table 2.

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
Environmental Concern (EC)	Dash (2021)	6	0.912	0.814-0.786	0.913	0.637
Subjective Norms (SN)	Jaiswal et al. (2022)	3	0.916	0.908-0.854	0.916	0.783
Knowledge (KN)	Jaiswal et al. (2022)	4	0.949	0.958-0.849	0.948	0.821
Perceived Incentives Policy (PIP)	Jaiswal et al. (2022)	4	0.876	0.839-0.761	0.872	0.630
Attitude (ATT)	Dash (2021)	3	0.966	0.990-0.932	0.967	0.908
Perceived Usefulness (PU)	Huang et al. (2021)	3	0.828	0.805-0.756	0.819	0.602
Perceived Ease of Use (PEU)	Huang et al. (2021)	4	0.942	0.980-0.842	0.944	0.809
Perceived Fun to Use (PFU)	Huang et al. (2021)	3	0.966	0.923-0.817	0.890	0.730
Adoption Intention (AI)	Jaiswal et al. (2022)	3	0.962	0.965-0.907	0.957	0.882

Source: Created by the author.

GFI, AGFI, NFI, CFI, TLI, and RMSEA serve as metrics in CFA analysis for evaluating model adequacy. The results presented in Table 3 validate that the fit indices in this study exceed the acceptable thresholds. Following CFA analysis in this study, convergent and discriminant validity were confirmed, thus affirming the efficacy of subsequent structural model estimation.

Table 3 Goodness of Fit for Measurement Model

Index	Acceptable Values	Statistical Values After Adjustment
CMIN/DF	< 3.00 (Hair et al., 2006)	909.706/460 or 1.976
GFI	≥ 0.80 (Doll et al., 1994)	0.903
AGFI	≥ 0.80 (Sica & Ghisi, 2007)	0.881
NFI	≥ 0.90 (Hair et al., 2006)	0.943
CFI	≥ 0.90 (Hair et al., 2006)	0.971
TLI	≥ 0.90 (Hair et al., 2006)	0.967
RMSEA	< 0.08 (Pedroso et al., 2016)	0.044
Model summary		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, RMSEA = Root mean square error of approximation.

Before conducting hypothesis testing in the study, it is crucial to confirm the validation of discriminant validity (Ab Hamid et al., 2017). Following the perspective of Fornell and Larcker (1981), the evaluation of discriminant validity involves calculating the square root of each latent variable. As illustrated in Table 4, the discriminant validity values for each latent variable in this research surpass all inter-factor correlations, substantiating the discriminant validity.

Table 4 Discriminant Validity

	EC	SN	KN	PIP	PU	PEU	PFU	ATT	AI
EC	0.798								
SN	0.316	0.885							
KN	0.263	0.341	0.906						
PIP	0.222	0.294	0.224	0.794					
PU	0.287	0.384	0.248	0.334	0.776				
PEU	0.199	0.318	0.235	0.348	0.346	0.899			
PFU	0.279	0.331	0.259	0.324	0.308	0.325	0.854		
ATT	0.571	0.757	0.394	0.406	0.560	0.379	0.416	0.953	
AI	0.375	0.467	0.381	0.521	0.731	0.581	0.589	0.649	0.939

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

3. Structural Equation Model (SEM)

SEM is a statistical technique employed to assess the associations among numerous independent factors and multiple dependent variables, evaluate the reliability and validity of measurements, and estimate both direct and indirect effects among latent variables (Zhang & Wang, 2019). Goodness of Fit is a metric within Structural Equation Modeling (SEM) to gauge the level of alignment between the model and the data (Hair et al., 2014).

Table 6: Goodness of Fit for Measurement and Structural Model

Index	Acceptable Criterion	Statistical Values
CMIN/DF	< 3.00 (Hair et al., 2006)	1364.592/480 or 2.843
GFI	≥ 0.80 (Doll et al., 1994)	0.829
AGFI	≥ 0.80 (Sica & Ghisi, 2007)	0.800
NFI	≥ 0.90 (Hair et al., 2006)	0.915
CFI	≥ 0.90 (Hair et al., 2006)	0.943
TLI	≥ 0.90 (Hair et al., 2006)	0.937
RMSEA	< 0.08 (Pedroso et al., 2016)	0.061
Model Summary		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

The research model assesses the importance of each variable's causal relationships through regression weights. The findings presented in Table 6 demonstrate that all proposed hypotheses are statistically supported at a significance level of $p=0.05$.

Table 6 Hypothesis Results of the Structural Equation Model

Hypothesis	(β)	t-Value	Result
H1: EC $\rightarrow$ ATT	0.401	12.903***	Supported
H2: SN $\rightarrow$ ATT	0.726	23.267***	Supported
H3: KN $\rightarrow$ ATT	0.085	3.097*	Supported
H4: PIP $\rightarrow$ ATT	0.164	5.686***	Supported
H5: PIP $\rightarrow$ AI	0.183	6.178***	Supported
H6: ATT $\rightarrow$ AI	0.162	16.749***	Supported
H7: PU $\rightarrow$ AI	0.664	11.261***	Supported
H8: PEU $\rightarrow$ AI	0.317	12.643***	Supported
H9: PFU $\rightarrow$ AI	0.380	5.829***	Supported

Note: *** $p < 0.001$, * $p < 0.05$

Source: Created by the author.

All nine hypotheses were supported based on the results of the hypothesis testing in Table 7. In H1, environmental concern significantly influences attitudes toward electric vehicles. This indicates that individuals with a strong environmental inclination tend to have more positive attitudes toward electric vehicles and are likelier to choose electric vehicles. This finding is consistent with previous research by Kahn (2007). Regarding H2, subjective norms play a significant role in shaping consumers' attitudes towards electric vehicles. Influence from sources such as media campaigns, friends, family, and colleagues positively impact individuals' attitudes and adoption intentions towards products, as supported by Andarge et al. (2020), Schmalfuß et al. (2017). The results of H3 indicate that consumers' knowledge of environmentally friendly products significantly affects their attitudes toward them. A better understanding of electric vehicles leads to more positive attitudes and a higher willingness to purchase, contributing to the development of the electric vehicle industry. This finding aligns with the conclusions of Burgess et al. (2013). H4 and H5 show that perceived incentive policies have a significant impact on consumers' attitudes towards and adoption intentions of electric vehicles. Positive perceptions of financial and non-financial incentives increase consumers' acceptance and willingness to purchase electric vehicles. This aligns with the findings of Stern et al. (1999). In H6, consumers' attitudes towards electric vehicles are key to adoption intentions. This conclusion is supported by research from Moons and De Pelsmacker (2012). H7 and H8 indicate that perceived usefulness and ease of use significantly influence consumers' intention to adopt electric vehicles, consistent with the TAM model. H9 shows that perceived fun to use also plays a significant role in influencing consumers' adoption intentions towards electric vehicles, with hedonic motivation positively impacting their intention to adopt, as supported by Magid (1994).

Conclusions, Recommendations, Limitations and Future Research

1. Conclusions

This research investigates the factors that impact consumers' attitudes and intentions to adopt electric vehicles in Zhejiang, China. Drawing on the Theory of Reasoned Action (TRA), Theory of Planned Behavior (TPB), Technology Acceptance Model (TAM), and existing empirical studies, a conceptual framework was developed to explore how environmental concerns, subjective norms, knowledge, and perceived incentive policies influence consumer attitudes towards electric vehicles. Additionally, the study examines how perceived incentive policies, perceived usefulness, perceived ease of use, perceived fun to use, and attitudes influence consumers' intentions to adopt electric vehicles. Data for the study was gathered through 500 survey questionnaires distributed to undergraduate and graduate students from four major colleges at Zhejiang Ocean University with experience with electric vehicles. Confirmatory Factor Analysis (CFA) and Structural Equation Modeling (SEM) were employed to analyze the

data, confirm the concepts' reliability and validity, assess model fit, and test the research hypotheses. The results of data validation provided support for all nine hypotheses.

2. Recommendations

In the electric vehicle market advancement, the government, enterprises, and consumers each play pivotal roles. On the governmental front, it is imperative to bolster policy direction toward consumers to amplify the efficacy of regulations. Perceived incentive policies wield a favorable influence on consumer mindsets and intentions to adopt. Hence, the government should refine existing financial subsidy policies, channeling subsidies towards advantageous enterprises and the production and R&D of key components. Furthermore, expediting the expansion of electric vehicle infrastructure and devising a rational blueprint for charging facility growth is essential to heighten consumer convenience.

From a corporate standpoint, enhancing the performance of electric vehicles to align with consumer demands is paramount. Perceived usefulness, ease of use, and fun to use significantly shape consumer purchase intentions. Businesses should harmonize consumer perceptions and expectations, elevate perceived usefulness, ease of use, and fun to use throughout the usage process and concentrate on autonomous research and innovative technologies to translate the fundamental value of technology into perceived consumer value.

In terms of consumers, steering consumer behavior is pivotal. Environmental concerns, subjective norms, and knowledge of electric vehicles profoundly influence consumer attitudes, with attitudes serving as a mediating factor impacting consumer adoption intentions through comprehensive promotion and guidance, nurturing environmental concern concepts.

3. Limitations and Future Research

This study investigated the status of the electric vehicle industry in Zhejiang, China, by conducting empirical research on consumers' intentions to adopt electric vehicles and deriving significant conclusions. Despite the valuable insights obtained, the research has limitations, particularly considering the rapid development requirements of the electric vehicle sector.

The research sample is limited as it primarily focuses on cities in the eastern coastal region of China. It lacks representation from consumer groups in the northern and western regions, which have varying levels of economic development and consumer incomes. Future endeavors should prioritize data collection from a broader array of countries and geographic locations to enhance the research's generalizability and relevance.

Moreover, while consumer intention is pivotal in predicting purchasing behavior, a disparity exists between intention and actual behavior among electric vehicle consumers. Subsequent research should further explore the correlation between consumers' behavioral intentions and their actual behaviors concerning electric vehicles. This investigation can offer a more comprehensive understanding of consumers' decision-making processes in electric

vehicle purchases, providing valuable insights for industry advancement.

References

- Ab Hamid, M. R., Sami, W., & Mohmad Sidek, M. H. (2017). Discriminant Validity Assessment: Use of Fornell & Larcker criterion versus HTMT Criterion. *Journal of Physics: Conference Series*, 890, 012163. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/890/1/012163>
- Ajzen, I. (1988). *Attitudes, personality, and behavior* Open University Press Milton Keynes (2nd ed.). Mapping Social Psychology.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-t](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-t)
- Andarge, E., Fikadu, T., Temesgen, R., Shegaze, M., Feleke, T., Haile, F., & Glagn, M. (2020). Intention and practice on personal preventive measures against the COVID-19 pandemic among adults with chronic conditions in southern Ethiopia: a survey using the theory of planned behaviour. *Journal of multidisciplinary healthcare*, 13, 1863-1877. <https://doi.org/10.2147/jmdh.s284707>
- Asadi, S., Nilashi, M., Samad, S., Abdullah, R., Mahmoud, M., Alkinani, M. H., & Yadegaridehkordi, E. (2021). Factors impacting consumers' intention toward adoption of electric vehicles in Malaysia. *Journal of Cleaner Production*, 282, 124474. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124474>
- Azadfar, E., Sreeram, V., & Harries, D. (2015). The investigation of the major factors influencing plug-in electric vehicle driving patterns and charging behaviour. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 42, 1065-1076. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2014.10.058>
- Burgess, M., King, N., Harris, M., & Lewis, E. (2013). Electric vehicle drivers' reported interactions with the public: Driving stereotype change? *Transportation research part F: traffic psychology and behavior*, 17, 33-44. <https://doi.org/10.1016/j.trf.2012.09.003>
- Chen, S. Y. (2016). Green helpfulness or fun? Influences of green perceived value on the green loyalty of users and non-users of public bikes. *Transport Policy*, 47, 149-159.
- Coad, A., De Haan, P., & Woersdorfer, J. S. (2009). Consumer support for environmental policies: An application to purchases of green cars. *Ecological Economics*, 68(7), 2078-2086. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2009.01.015>
- Coffman, M., Bernstein, P., & Wee, S. (2017). Electric vehicles revisited: a review of factors that affect adoption. *Transport Reviews*, 37(1), 79-93. <https://doi.org/10.1080/01441647.2016.1217282>
- Collins, S. E., Witkiewitz, K., & Larimer, M. E. (2011). The theory of planned behavior as a predictor of growth in risky college drinking. *Journal of studies on alcohol and drugs*, 72(2), 322-332. <https://doi.org/10.15288/jsad.2011.72.322>

- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297-334. <https://doi.org/10.1007/bf02310555>
- Dash, A. (2021). Determinants of EVs adoption: a study on green behavior of consumers. *Smart and Sustainable Built Environment*, 10(1), 125-137. <https://doi.org/10.1108/sasbe-02-2019-0015>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 13(3), 319. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1992). Extrinsic and intrinsic motivation to use computers in the workplace 1. *Journal of applied social psychology*, 22(14), 1111-1132. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1992.tb00945.x>
- De Koning, J. I. J. C., Crul, M. R. M., Wever, R., & Brezet, J. C. (2015). Sustainable consumption in Vietnam: an explorative study among the urban middle class. *International journal of consumer studies*, 39(6), 608-618. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12235>
- Doll, W. J., Xia, W., & Torkzadeh, G. (1994). A confirmatory factor analysis of the end-user computing satisfaction instrument. *MIS Quarterly*, 18(4), 357-369. 453. <https://doi.org/10.2307/249524>
- D'souza, C., Taghian, M., & Lamb, P. (2006). An empirical study on the influence of environmental labels on consumers. *Corporate communications: an international journal*, 11(2), 162-173. <https://doi.org/10.1108/13563280610661697>
- Dunlap, R. E., & Michelson, W. M. (2002). Handbook of environmental sociology. *Greenwood Press*. <https://doi.org/10.1080/00958964.1978.10801875>
- Dunlap, R. E., & Van Liere, K. D. (1978). The "new environmental paradigm". *The journal of environmental education*, 9(4), 10-19.
- Eagly, A. H., & Chaiken, S. (2007). The advantages of an inclusive definition of attitude. *Social cognition*, 25(5), 582-602. <https://doi.org/10.1521/soco.2007.25.5.582>
- Egbue, O., & Long, S. (2012). Barriers to widespread adoption of electric vehicles: An analysis of consumer attitudes and perceptions. *Energy Policy*, 48, 717-729. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2012.06.009>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., & Tatham, R. (2006). *Multivariate Data Analysis* (6th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Education.

- Han, H., Chua, B. L., & Hyun, S. S. (2020). Consumers' intention to adopt eco-friendly electric airplanes: The moderating role of perceived uncertainty of outcomes and attachment to eco-friendly products. *International Journal of Sustainable Transportation*, 14(9), 671-685.
- Haustein, S., & Jensen, A. F. (2018). Factors of electric vehicle adoption: A comparison of conventional and electric car users based on an extended theory of planned behavior. *International Journal of Sustainable Transportation*, 12(7), 484-496.
- Higuera-Castillo, E., Muñoz-Leiva, F., & Liébana-Cabanillas, F. J. (2019). An examination of attributes and barriers to adopt biomass and solar technology. A cross-cultural approach. *Journal of environmental management*, 236, 639-648.
<https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2019.02.022>
- Holbrook, M. B., & Hirschman, E. C. (1982). The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun. *Journal of Consumer Research*, 9(2), 132-140.
<https://doi.org/10.1086/208906>
- Huang, X., & Ge, J. (2019). Electric vehicle development in Beijing: An analysis of consumer purchase intention. *Journal of cleaner production*, 216, 361-372.
- Huang, X., Lin, Y., Lim, M. K., Tseng, M. L., & Zhou, F. (2021). The influence of knowledge management on adoption intention of electric vehicles: perspective on technological knowledge. *Industrial Management & Data Systems*, 121(7), 1481-1495.
<https://doi.org/10.1108/imds-07-2020-0411>
- Huijts, N. M., Molin, E. J., & Steg, L. (2012). Psychological factors influencing sustainable energy technology acceptance: A review-based comprehensive framework. *Renewable and sustainable energy reviews*, 16(1), 525-531. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2011.08.018>
- Jaiswal, D., Kaushal, V., Deshmukh, A. K., Kant, R., & Kautish, P. (2022). What drives electric vehicles in an emerging market? *Marketing Intelligence & Planning*, 40(6), 738-754.
<https://doi.org/10.1108/mip-11-2021-0406>
- Jansson, J., Marell, A., & Nordlund, A. (2010). Green consumer behavior: determinants of curtailment and eco-innovation adoption. *Journal of consumer marketing*, 27(4), 358-370. <https://doi.org/10.1108/07363761011052396>
- Jöreskog, K. G. (1969). A general approach to confirmatory maximum likelihood factor analysis. *Psychometrika*, 34(2), 183-202. <https://doi.org/10.1007/bf02289343>
- Kahn, M. E. (2007). Do greens drive Hummers or hybrids? Environmental ideology as a determinant of consumer choice. *Journal of Environmental Economics and Management*, 54(2), 129-145. <https://doi.org/10.1016/j.jeem.2007.05.001>
- Kaplan, S. (1991). Beyond rationality: Clarity-based decision making. In T. Gärling & G. W. Evans (Eds.), *Environment, cognition, and action: An integrated approach* (pp. 171-190). Oxford University Press.

- Kim, M.-K., Oh, J., Park, J.-H., & Joo, C. (2018). Perceived value and adoption intention for electric vehicles in Korea: Moderating effects of environmental traits and government supports. *Energy*, 159, 799-809. <https://doi.org/10.1016/j.energy.2018.06.064>
- Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling* (3rd ed.). Guilford Press.
- Laroche, M., Bergeron, J., & Barbaro-Forleo, G. (2001). Targeting consumers who are willing to pay more for environmentally friendly products. *Journal of consumer marketing*, 18(6), 503-520. <https://doi.org/10.1108/eum00000000006155>
- Li, D. L., & Chen, W. Y. (2019). Prospective influences of the substitution of electric vehicles for liquid vehicles: TIMES modeling of the global energy system. *Energy Procedia*, 158, 3782-3787.
- Li, W., Long, R., Chen, H., Dou, B., Chen, F., Zheng, X., & He, Z. (2020). Public preference for electric vehicle incentive policies in China: a conjoint analysis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(1), 318.
- Liao, C. H., Tsou, C. W., & Shu, Y. C. (2008). The roles of perceived enjoyment and price perception in determining acceptance of multimedia-on-demand. *International Journal of Business and Information*, 3(1), 27-52.
- Liao, Y. (2022). Intention of consumers to adopt electric vehicle in the post-subsidy era: evidence from China. *International Journal of Sustainable Transportation*, 16(7), 647-659. <https://doi.org/10.1080/15568318.2021.1918297>
- Lieven, T., Mühlmeier, S., Henkel, S., & Waller, J. F. (2011). Who will buy electric cars? An empirical study in Germany. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 16(3), 236-243. <https://doi.org/10.1016/j.trd.2010.12.001>
- Liu, X. Y. (2017). Study on Measurement and Comprehensive Evaluation of Regional Innovation Capacity in Xinjiang. *Xinjiang Social Sciences*, 1(2), 131-135.
- Machleit, K. A., Allen, C. T., & Madden, T. J. (1993). The mature brand and brand interest: An alternative consequence of ad-evoked affect. *Journal of Marketing*, 57(4), 72-82. <https://doi.org/10.1177/002224299305700406>
- Magid, A. R. (1994). *Lectures on differential Galois theory* (No. 7). American Mathematical Soc.
- Matthes, J., Wonneberger, A., & Schmuck, D. (2014). Consumers' green involvement and the persuasive effects of emotional versus functional ads. *Journal of Business Research*, 67(9), 1885-1893. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.054>
- Mitchell, A. A., & Olson, J. C. (1981). Are product attribute beliefs the only mediator of advertising effects on brand attitude? *Journal of marketing research*, 18(3), 318-332. <https://doi.org/10.1177/002224378101800306>
- Moons, I., & De Pelsmacker, P. (2012). Emotions as determinants of electric car usage intention. *Journal of marketing management*, 28(3-4), 195-237. <https://doi.org/10.1080/0267257x.2012.659007>

- Pedroso, R., Zanetello, L., Guimarães, L., Pettenon, M., Gonçalves, 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.
<https://doi.org/10.1590/0101-60830000000081>
- Plötz, P., Funke, S. Á., & Jochem, P. (2018). Empirical fuel consumption and CO2 emissions of plug-in hybrid electric vehicles. *Journal of Industrial Ecology*, 22(4), 773-784.
<https://doi.org/10.1111/jiec.12623>
- Policarpo, M. C., & Aguiar, E. C. (2020). How self-expressive benefits relate to buying a hybrid car as a green product. *Journal of Cleaner Production*, 252, 119859.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119859>
- Rogers, E. M. (1995). Diffusion of Innovations: Modifications of a Model for Telecommunications. In M. W. Stoetzer & A. Mahler (Eds.), *Die Diffusion von Innovationen in der Telekommunikation. Schriftenreihe des Wissenschaftlichen Instituts für Kommunikationsdienste*, vol 17. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-642-79868-9_2
- Rouibah, K., Thurasamy, R., & May, O. S. (2009). User acceptance of Internet banking in Malaysia: test of three competing models. *International Journal of E-Adoption (IJEa)*, 1(1), 1-19. <https://doi.org/10.4018/jea.2009010101>
- Schmalfuß, F., Mühl, K., & Krems, J. F. (2017). Direct experience with battery electric vehicles (BEVs) matters when evaluating vehicle attributes, attitude, and purchase intention. *Transportation research part F: traffic psychology and behavior*, 46, 47-69.
<https://doi.org/10.1016/j.trf.2017.01.004>
- Schuitema, G., Anable, J., Skippon, S., & Kinnear, N. (2013). The role of instrumental, hedonic, and symbolic attributes in the intention to adopt electric vehicles. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 48, 39-49.
<https://doi.org/10.1016/j.tra.2012.10.004>
- Shalender, K., & Sharma, N. (2021). Using extended theory of planned behavior (TPB) to predict adoption intention of electric vehicles in India. *Environment, Development and Sustainability*, 23(1), 665-681. <https://doi.org/10.1007/s10668-020-00602-7>
- 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. (2019). A-priori sample size calculator for structural equation models. *Daniel Soper*. <https://www.danielsoper.com/statcalc/calculator.aspx?id=89>
- Stern, P. C., Dietz, T., Abel, T., Guagnano, G. A., & Kalof, L. (1999). A value-belief-norm theory of support for social movements: The case of environmentalism. *Human ecology review*, 81-97.

- Tang, B. J., & Ma, Y. (2016). Analysis of Energy Conservation and Emission Reduction of New Energy Vehicles in Beijing during the '13th Five-Year Plan'. *Journal Of Beijing Institute Of Technology: Social Sciences Edition*, 1(2), 5.
- Tu, J.-C., & Yang, C. (2019). Key Factors Influencing Consumers' Purchase of Electric Vehicles. *Sustainability*, 11(14), 3863. <https://doi.org/10.3390/su11143863>
- Uddin, S. F., & Khan, M. N. (2018). Young consumer's green purchasing behavior: Opportunities for green marketing. *Journal of Global Marketing*, 31(4), 270-281. <https://doi.org/10.1080/08911762.2017.1407982>
- Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. *Decision sciences*, 39(2), 273-315. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.2008.00192.x>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management science*, 46(2), 186-204. <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. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Wang, B., Shen, Y., & Jin, Y. (2017). Measurement of public awareness of climate change in China: based on a national survey with 4,025 samples. *Chinese Journal of Population Resources and Environment*, 15(4), 285-291. <https://doi.org/10.1080/10042857.2017.1418276>
- Wang, S., Fan, J., Zhao, D., Yang, S., & Fu, Y. (2016). Predicting consumers' intention to adopt hybrid electric vehicles: using an extended version of the theory of planned behavior model. *Transportation*, 43, 123-143. <https://doi.org/10.1007/s11116-014-9567-9>
- Wang, S., Wang, J., Li, J., Wang, J., & Liang, L. (2018). Policy implications for promoting the adoption of electric vehicles: Do consumer's knowledge, perceived risk, and financial incentive policy matter? *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 117, 58-69. <https://doi.org/10.1016/j.tra.2018.08.014>
- Weigel, R., & Weigel, J. (1978). Environmental concern: The development of a measure. *Environment and behavior*, 10(1), 3-15. <https://doi.org/10.1177/0013916578101001>
- Wissmann, J. (2013). *Einwilligungen im Permission Marketing: Empirische Analysen von Determinanten aus der Sicht von Konsumenten*. Springer-Verlag.
- Wu, J., Liao, H., Wang, J. W., & Chen, T. (2019). The role of environmental concern in the public acceptance of autonomous electric vehicles: A survey from China. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behavior*, 60, 37-46. <https://doi.org/10.1016/j.trf.2018.09.029>

- Yang, S., Cheng, P., Li, J., & Wang, S. (2019). Which group should policies target? Effects of incentive policies and product cognitions for electric vehicle adoption among Chinese consumers. *Energy Policy*, 135, 111009.
<https://doi.org/10.1016/j.enpol.2019.111009>
- Zhang, C. H., & Wang, Q. (2019). Empirical Research on the Influence of Leader's Characteristics on Equity Crowdfunding Performance. *The Journal of Humanities*, 1(10), 62-73.
- Zhang, X., Wang, K., Hao, Y., Fan, J. L., & Wei, Y. M. (2013). The impact of government policy on preference for NEVs: The evidence from China. *Energy Policy*, 61, 382-393.
<https://doi.org/10.1016/j.enpol.2013.06.114>

STUDY OF EMPLOYEES' SAFETY BEHAVIOR IN THE PRODUCTION WORKPLACE IN THE PLASTICS INDUSTRY: A CASE STUDY OF A FACTORY IN CHACHOENGSAO PROVINCE

Phongdej Khawinpat¹, Nantira Vorakarnchanabun^{2*}, Phubet Promjai³, Tarntip Tongmee⁴

Marisa Phoongamkheaw⁵, Tanyalak Kawicha⁶, Ubonwan Klincheun⁷

¹School of Engineering, Science and Technology, Suvarnabhumi Institute of Technology

Corresponding author e-mail: nantira.von@svit.ac.th

Received 4 August 2024

Revised 30 September 2024

Accepted 16 October 2024

Abstract

This research investigates the safety behavior of production employees in the plastics industry and examines the factors influencing this behavior at a factory in Chachoengsao Province. The study employs both document analysis and quantitative research to assess occupational health and safety conditions in the Thai manufacturing industry, with a focus on how these conditions influence safety behavior. The research specifically targets 30 production employees in the company. Data were gathered using a questionnaire developed through a literature review, divided into four sections: general information, knowledge of workplace safety, attitude towards workplace safety, and safety behavior. Responses were measured on a 5-point Likert scale. The data were analyzed using descriptive and inferential statistics, including Multiple Regression Analysis (MRA) via SPSS software.

The analysis found that safety knowledge significantly influences safety behavior ($B = 0.297$, $p = 0.006$), indicating that greater safety knowledge leads to better safety practices. The intercept value of 3.212 suggests a baseline level of safety behavior independent of explicit safety knowledge, likely reflecting organizational culture or regulatory compliance. However, safety attitude was not found to have a significant impact on safety behavior, pointing to the potential influence of other factors.

This research underscores the importance of safety knowledge in fostering safe workplace practices. Enhancing safety training programs and integrating them into safety management systems can significantly improve workplace safety and reduce accidents. Future studies should explore other variables that may impact safety behavior to develop more effective safety interventions.

Keywords: Safety Behavior, Safety Knowledge, Safety Attitude, Plastics Industry

Introduction

The Thai industrial sector is currently facing several critical challenges due to the uncertainty of the global economic order and rapid technological changes (Toh, M. Y., & Zhang, Y., 2022). These challenges are particularly pronounced in the manufacturing sector, which has seen significant growth in recent years, especially in industries such as refrigerator gasket production, magnetic strip manufacturing, flexible PVC tubing, and plastic injection molding. This growth has heightened the need for urgent attention to workplace safety issues, as neglecting them can lead to accidents or unexpected incidents (International Labour Organization [ILO], 2019). In these rapidly expanding industries, the risks associated with unsafe work practices must be systematically addressed (Asian Development Bank [ADB], 2020).

The manufacturing industry remains a key driver of Thailand's economic expansion, providing employment opportunities for many individuals due to its perceived stability and favorable welfare benefits (National Economic and Social Development Council [NESDC], 2021). Moreover, the adoption of modern technologies in manufacturing has significantly enhanced the productivity and efficiency of the workforce, making the sector increasingly attractive to Thai laborers (Bank of Thailand, 2020). However, as technological advancements improve production processes, safety risks also escalate, requiring robust interventions to protect workers.

A central factor influencing workplace safety is organizational culture, which includes the shared beliefs, values, and behaviors that guide employees' actions (Glendon & Clarke, 2016). Cultivating a safety-focused organizational culture is essential for promoting safe practices and preventing accidents. An organization's culture can be likened to the mindset of an individual; thus, instilling the right safety attitudes, beliefs, and values in employees is crucial for achieving safe behavior in the workplace (Amirah, N. A., et al., 2024). This aligns with the concept of Total Safety Culture (TSC), which emphasizes the importance of a comprehensive safety approach in high-risk industries such as manufacturing, petrochemicals, and mass transportation (Bergheim, K., et al., 2013).

Workplace accidents are predominantly caused by unsafe actions, which account for approximately 88% of accidents, including failing to wear personal protective equipment (PPE) (Health and Safety Executive [HSE], 2019). Unsafe conditions, such as disorganized work environments, contribute to about 10% of accidents, while natural disasters, such as lightning strikes and floods, represent around 2% of incidents (International Labour Organization [ILO], 2020). These accidents not only affect employees, who may suffer serious injuries or loss of life, but also impact organizations by reducing productivity and increasing costs associated with recruiting and training new staff (Dodoo, J. E., & Al-Samarraie, H., 2021).

Given these challenges, it is critical for organizations to implement effective occupational health and safety management systems. Such systems raise employee awareness, improve safety knowledge, and foster a safer and healthier working environment (Gillen et al., 2002). By addressing key elements of workplace safety—such as safety knowledge, safety attitude, and safety behavior—organizations can significantly reduce the risk of accidents and enhance overall safety performance (Wu, C., et al., 2021).

This study aims to examine the safety behavior of production employees in the plastics industry and identify the factors influencing their safety practices. The key areas of focus include: The objective of this study is to examine the safety behavior of production employees at a company located in Gateway City Industrial Estate, Chachoengsao Province, which manufactures refrigerator gaskets, magnetic strips, flexible PVC tubing, and plastic injection molding. Additionally, the study aims to identify and analyze the factors that influence safety behavior among these employees. By exploring both the safety practices and the underlying factors contributing to these behaviors, the research seeks to provide valuable insights that can enhance safety management and reduce workplace accidents in the manufacturing sector.

By investigating these factors, the study seeks to provide insights that can inform safety interventions in the Thai manufacturing sector and contribute to reducing workplace accidents.

Methods

This research aims to study the factors influencing safety behavior among production employees. The research methodology is divided into several sections as follows:

Population and sample

The population are 30 employees in a company manufacturing and using a purposive sampling method with 30 samples in production.

Variables Used in the Research:

Independent Variables (X): Gender, Age, Education Level, Work Experience, Safety Knowledge, Safety Attitude.

Dependent Variables (Y): Safety Behavior in the Workplace: Employee Work Practices, Tools and Equipment, Work Environment, Safety Management.

The study on the number and percentage of the sample group classified by general information found that the majority of the sample group is male, accounting for 60%, while females account for 40%. Most of the sample group falls within the age range of 31-40 years, accounting for 43.30%. The majority have an education level of secondary/vocational,

accounting for 86.70%. Most of the sample group hold positions as production staff/technicians, accounting for 73.30%, and most have work experience of more than 5 years but less than 10 years, accounting for 50.00%.

Research instruments

The researcher presents the questionnaire to the advisor to check for content accuracy and language correctness. Three experts review the questionnaire for content validity using the Index of Consistency (IOC) method. Questions with an IOC value between 0.50 and 1.00 are retained, while those with values below 0.50 are revised or removed (Kamket, W., 2008). All questions achieve an IOC score above 0.60, ensuring their validity. The questionnaire is trialled with 30 non-sample respondents, and the reliability is assessed using Cronbach's alpha coefficient, which ranges from 0.547 to 0.979, indicating acceptable reliability.

The questionnaire used in this study is developed based on a thorough literature review and relevant research. It consists of four parts:

Part 1: General Information

This section includes demographic questions about the respondents, such as gender, age, education level, job position, work experience, and duration of employment.

Part 2: Knowledge of Workplace Safety

This section measures the respondents' knowledge of workplace safety, with responses on a five-point Likert scale ranging from "very high" to "very low."

Part 3: Attitude Towards Workplace Safety

This section evaluates the respondents' attitudes towards workplace safety, including adherence to safety rules and use of equipment, also measured on a five-point Likert scale.

Part 4: Workplace Safety Behavior

This section assesses the frequency of safety behaviors in the workplace, with responses on a five-point Likert scale ranging from "never" to "always."

Data collection and analysis

Data is collected from production employees, and statistical analysis is performed using SPSS software. Descriptive statistics are used to summarize the data, and multiple regression analysis is conducted to examine the relationships between variables.

Results

Results of Safety Knowledge Analysis in the Workplace

Table 1 Mean and Standard Deviation of Safety Knowledge

Safety Knowledge in the Workplace	Mean	S.D.	Interpretation
1. Able to apply the knowledge and understanding gained from training to enhance skills in emergency response.	4.67	0.48	Very High
2. Able to use the knowledge and understanding gained from fire drill training to perform actions correctly during an incident.	4.47	0.51	Very High
3. Knowledge from training about work procedures from supervisors before starting work to understand the safety system at work.	4.47	0.51	Very High
4. Able to apply the knowledge and understanding gained from workplace safety training.	4.40	0.50	High
5. Safety Week activities can genuinely increase knowledge, skills, and understanding in performing work.	3.63	0.67	High
6. Employees believe that the knowledge gained from first aid training can be practically applied during accidents.	4.70	0.47	Very High
7. Training employees about the correct methods and steps for safe working practices (WI).	4.87	0.35	Very High
8. Studying the company's safety manual helps reduce workplace accidents.	4.87	0.35	Very High
9. Importance is given to enhancing knowledge and skills in safety, occupational health, and working environment.	4.37	0.72	High
10. Employees receive training on safety risk assessment, occupational health, and working environment, and can apply this knowledge in practice.	4.27	0.69	High
Overall	4.47	0.31	High

From Table 1, the analysis of safety knowledge in the workplace reveals that several items received "Very High" ratings. The highest ratings were given to training on safe working practices (WI) and studying the company's safety manual, both with a mean score of 4.87 (S.D. = 0.35). Employees' ability to apply first aid training during accidents also received a "Very High" rating with a mean score of 4.70 (S.D. = 0.47), as did their application of knowledge gained from emergency response training (mean score of 4.67, S.D. = 0.48). Additionally, the ability to use knowledge from fire drill training and understanding work procedures provided by supervisors both scored 4.47 (S.D. = 0.51), also interpreted as "Very High."

Other aspects of safety knowledge were rated "High," such as applying workplace safety training knowledge (mean score of 4.40, S.D. = 0.50), participating in Safety Week activities (mean score of 3.63, S.D. = 0.67), and receiving training on safety risk assessment (mean score of 4.27, S.D. = 0.69). Overall, the mean score of 4.47 (S.D. = 0.31) indicates that safety knowledge in the workplace is generally strong, with particular emphasis on critical safety practices and emergency preparedness.

Results of Safety Attitude Analysis

Table 2 Mean and Standard Deviation of Safety Attitude

Safety Attitude	Mean	S.D.	Interpretation
1. Employees can apply the knowledge and understanding gained from training to enhance skills in emergency response.	4.67	0.48	Very High
2. Employees can use the knowledge and understanding gained from fire drill training to perform actions correctly during an incident.	4.63	0.49	Very High
3. Employees receive knowledge from training about work procedures from supervisors before starting work to understand the safety system at work.	4.20	0.41	High
4. Employees can apply the knowledge and understanding gained from workplace safety training.	1.50	0.97	Low
5. Employees believe that Safety Week activities can genuinely increase knowledge, skills, and understanding in performing work.	4.40	0.67	High
6. Employees believe that the knowledge gained from first aid training can be practically applied during accidents.	4.83	0.38	Very High
7. Training employees about the correct methods and steps for safe working practices (WI).	4.83	0.38	Very High
8. Studying the company's safety manual helps reduce workplace accidents.	4.30	0.53	High
9. Employees prioritize enhancing their knowledge and skills in safety, occupational health, and the working environment.	1.33	0.66	Very Low
10. Employees receive training on safety risk assessment, occupational health, and the working environment, and can apply this knowledge in practice.	1.27	0.78	Very Low
Overall	3.60	0.28	High

From Table 2., the analysis of safety attitude shows that the overall mean score is 3.60 with a standard deviation of 0.28, interpreted as "High." Specific items such as the ability to apply training knowledge for emergency response, fire drill procedures, and first aid training received the highest ratings with mean scores of 4.67, 4.63, and 4.83 respectively, all interpreted as "Very High." Other aspects such as the participation in Safety Week activities and studying the company's safety manual were also rated highly. However, the application of safety training knowledge and the prioritization of enhancing safety knowledge received lower ratings, indicating areas that may require further attention.

Results of Safety Behavior Analysis in the Workplace

Table 3 Mean and Standard Deviation of Safety Behavior in the Workplace

Safety Behavior in the Workplace	Mean	S.D.	Interpretation
Employee Work Practices			
1. Engaging in unsafe behaviors, such as joking around while working, does not affect normal work.	4.73	0.52	Very High
2. Working while physically or mentally unfit has no effect on accident occurrence.	5.00	0.00	Very High
3. Employees' strict adherence to safety practices reduces accidents.	4.70	0.53	Very High
4. Employees consuming alcohol or intoxicants can still perform their duties normally.	5.00	0.00	Very High
Overall Employee Work Practices	4.86	0.19	Very High
Tools and Equipment			
5. Regular maintenance and checks on machinery ensure it is always ready for use.	4.93	0.25	Very High
6. Updating equipment regularly to prevent workplace hazards.	4.70	0.47	Very High
7. Provision of personal protective equipment meeting safety standards.	4.67	0.55	Very High
8. Regular maintenance of tools and machinery as scheduled.	4.80	0.41	Very High
Overall, Tools and Equipment	4.78	0.30	Very High
Work Environment			
9. Improving the work environment and facilities such as drinking water, restrooms, and break rooms.	4.37	0.56	High

Safety Behavior in the Workplace	Mean	S.D.	Interpretation
10. Workplace cleanliness, proper ventilation, and sufficient lighting.	4.57	0.57	Very High
11. Regular maintenance and repair of the work area to ensure safety.	4.77	0.43	Very High
12. Work environment suitability for the nature of the work to ensure safety.	4.67	0.48	Very High
Overall Work Environment	4.59	0.39	Very High
Safety Management			
13. Immediate first aid provided in case of employee injury.	4.70	0.84	Very High
14. Reporting accidents to supervisors promptly.	5.00	0.00	Very High
15. Reporting hazardous conditions to supervisors immediately to prevent accidents.	4.93	0.25	Very High
16. Ability to work safely without supervision.	4.50	0.78	Very High
Overall Safety Management	4.78	0.33	Very High
Overall Safety Behavior in the Workplace	4.75	0.18	Very High

From Table 3., the study of the mean and standard deviation of safety behavior in the workplace shows that: Employee Work Practices have a very high level of safety behavior ($\bar{x}=4.86$, S.D.=0.19). Tools and Equipment also have a very high level of safety behavior ($\bar{x}=4.78$, S.D.=0.30). Work Environment shows a very high level of safety behavior ($\bar{x}=4.59$, S.D.=0.39). Safety Management indicates a very high level of safety behavior ($\bar{x}=4.78$, S.D.=0.33). Overall, the safety behavior in the workplace is at a very high level ($\bar{x}=4.75$, S.D.=0.18).

Results of the Relationship Between Safety Knowledge, Safety Attitude, and Safety Behavior in the Workplace.

Table 4 Relationship between Safety Knowledge, Safety Attitude, and Safety Behavior in the Workplace

Correlation		Safety Knowledge	Safety Attitude	Safety Behavior
Safety Knowledge	Pearson Correlation		0.133	0.512**
	Sig. (2-tailed)		0.484	0.004
Safety Attitude	Pearson Correlation			0.158
	Sig. (2-tailed)			0.404

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

From Table 4., The analysis of the relationship between safety knowledge, safety attitude, and safety behavior shows that safety knowledge has a significant positive correlation with safety behavior ($r = 0.512$, $p = 0.004$), indicating that higher safety knowledge leads to better safety practices. However, there is no significant correlation between safety knowledge and safety attitude ($r = 0.133$, $p = 0.484$), nor between safety attitude and safety behavior ($r = 0.158$, $p = 0.404$).

Importantly, the correlations do not indicate multicollinearity, meaning Multiple Regression Analysis (MRA) can be safely applied. Overall, the results emphasize that safety knowledge plays a crucial role in influencing safe behavior in the workplace, while safety attitude alone does not have a direct impact.

Table 5 Multiple Regression Analysis of Predicting Factors: Safety Knowledge and Safety Attitude on Safety Behavior in the Workplace

Variable	B	SE	Beta	t	p-value
Constant	3.212	0.548		5.863	0.000
Safety Knowledge (X_1)	0.297	0.098	0.500	3.013	0.006*
Safety Attitude (X_2)	0.060	0.108	0.092	0.552	0.586
R =0.520 R ² = 0.270 Adj.R ² = 0.216 SEE = 0.16277					F = 5.002.

From Table 5. the multiple regression analysis (MRA) Model Evaluation, the results of the multiple regression analysis, showing the relationship between **safety knowledge** (X_1),

safety attitude (X2), and **safety behavior** in the workplace. The following findings are derived from the analysis:

Constant: The constant value is 3.212, with a standard error of 0.548 and a t-value of 5.863, which is highly statistically significant ($p < 0.000$). This constant represents the baseline level of safety behavior when the predictors (safety knowledge and safety attitude) are not considered.

Safety Knowledge (X1): The coefficient (B) for safety knowledge is 0.297, with a standard error of 0.098. The standardized coefficient (Beta) is 0.500, with a t-value of 3.013, which is statistically significant ($p = 0.006$). This demonstrates that safety knowledge is a significant predictor of safety behavior in the workplace, meaning that employees with greater safety knowledge are more likely to engage in safer practices.

Safety Attitude (X2): The coefficient (B) for safety attitude is 0.060, with a standard error of 0.108. The standardized coefficient (Beta) is 0.092, with a t-value of 0.552, which is not statistically significant ($p = 0.586$). This suggests that safety attitude does not have a significant influence on safety behavior in this model.

The overall model explains **27% of the variance in safety behavior** ($R^2 = 0.270$), with an **adjusted R^2 of 0.216**, indicating a moderate fit. The **standard error of the estimate (SEE)** is 0.16277, reflecting the accuracy of the predictions. The model's **F-value is 5.002**, which is statistically significant, confirming that the overall regression model is a good fit for the data ($p < 0.05$).

In conclusion, while safety knowledge significantly predicts safety behavior, safety attitude does not contribute significantly to the model. The findings underscore the importance of enhancing safety knowledge as a key factor in promoting safe practices in the workplace.

Overall, the analysis shows that safety knowledge is a significant predictor of safety behavior, while safety attitude is not.

Regression Equation: $\hat{Y} = 0.297Z_{X1}$

Where:

$\hat{Y}$ is the standardized predicted safety behavior,

Z_{X1} is the standardized score for safety knowledge,

0.297 represents the standardized regression coefficient for safety knowledge.

Discussion.

The regression analysis reveals a significant positive relationship between safety knowledge and safety behavior in the workplace. Specifically, the coefficient of 0.297 indicates that an increase in safety knowledge leads to a corresponding improvement in safety behavior. This relationship is statistically significant, with a p-value of 0.006. The constant value of 3.212 suggests a baseline level of safety behavior that exists even in the absence of explicit safety knowledge, likely due to inherent safety practices or regulatory requirements.

Implications for Practice:

Enhancing Safety Training Programs: The significant impact of safety knowledge on safety behavior highlights the necessity for robust safety training programs. Comprehensive training programs that cover emergency response, safe work practices, and proper equipment use are essential for equipping employees with the knowledge to work safely. This finding is consistent with the work of Clarke (2016), who found that well-structured training programs lead to significant improvements in safety behavior across various industries. However, in contrast, a study by Xia et al. (2019) emphasized that training alone might not always result in long-term behavioral change unless it is paired with continuous reinforcement and real-world application. The possible reason for this discrepancy could be that while training provides foundational knowledge, consistent reinforcement and practical application are necessary to cement safety behaviors in daily work routines.

Continuous Education and Refreshers: As workplace safety protocols and technologies evolve, continuous education and regular refresher courses are critical to maintaining high levels of safety knowledge. Studies such as Mullen et al. (2020) support the idea that continuous education significantly enhances employee competence in responding to new safety challenges. Similarly, Pek et al. (2017) found that regular safety refreshers are crucial in preventing knowledge decay over time. However, this view is not universally held; Liu et al. (2020) argued that refresher courses can lose effectiveness if not properly tailored to the specific risks and context of the workplace. The divergence may stem from differences in course design and relevance to the specific job tasks employees face.

Integration with Safety Management Systems: Integrating safety knowledge within the organization's safety management system is vital. This includes regular assessments, feedback mechanisms, and fostering a culture of continuous learning. This approach aligns with the findings of Wu et al. (2021), who argue that integrating training into the broader safety management framework ensures consistent application and improvement in safety practices. On the other hand, a study by Flatau-Harrison et al. (2020) suggested that without leadership buy-in and ongoing support, even the best safety management systems can fail to influence

behavior effectively. The difference between these studies might be explained by varying levels of leadership engagement and the strength of organizational culture in supporting safety.

Addressing Other Influential Factors: While safety knowledge is crucial, with an R^2 value of 0.270, other factors also significantly influence safety behavior. This is consistent with findings by Khan & Ilyas (2018), who highlighted that factor such as organizational culture, leadership commitment, and safety attitudes play a critical role in shaping safety behavior. Similarly, Cooper (2009) emphasizes that a holistic approach to safety that includes environmental conditions and psychological safety is essential for minimizing workplace accidents. In contrast, Fernández-Muñoz et al. (2019) found that in some cases, focusing too heavily on safety knowledge without addressing other factors could lead to diminishing returns in terms of behavior change. The difference in these findings could be attributed to varying industrial contexts and the relative importance of cultural versus knowledge-based interventions in different settings.

Conclusion

This research aimed to investigate the factors influencing safety behavior among production employees in a manufacturing company located in Gateway City Industrial Estate, Chachoengsao Province. The focus was on understanding how safety knowledge and safety attitude impact safety behavior in the workplace.

Key Findings:

Significant Impact of Safety Knowledge: The regression analysis indicates that safety knowledge significantly influences safety behavior, with a positive coefficient of 0.297. This means that employees with higher levels of safety knowledge are more likely to engage in better safety practices. The relationship is statistically significant ($p = 0.006$), highlighting the critical role of comprehensive safety training programs.

This finding is consistent with a study by Clarke & Taylor (2018), which demonstrated that employees who receive extensive safety training tend to exhibit improved safety behavior in the workplace. Clarke emphasized that knowledge acquisition, particularly through structured training, enhances workers' ability to recognize and mitigate risks. Similarly, Wu et al. (2021) found that integrating safety knowledge into daily operations is key to reducing workplace accidents.

However, a contrasting study by Mullen et al. (2024) suggests that while safety knowledge is important, it does not always directly translate into improved safety behavior. They argue that without continuous reinforcement and real-world application of safety

training, employees may fail to consistently apply their knowledge. The potential reason behind these differing results could be that the practical application of safety knowledge depends heavily on organizational culture and the level of managerial support in reinforcing safety practices.

Baseline Safety Behavior: The intercept value of 3.212 in the regression analysis suggests that a baseline level of safety behavior exists, even in the absence of explicit safety knowledge. This implies that certain inherent safety practices, organizational culture, or regulatory standards contribute to a minimum level of safety behavior among employees. This finding is consistent with a study by Mearns and Yule (2009), which found that organizational culture plays a crucial role in fostering a baseline of safety practices, regardless of individual knowledge. They argue that in organizations with strong safety cultures, employees tend to internalize safety behaviors as part of their routine work practices. Similarly, Fernández-Muñiz et al. (2022) found that regulatory compliance and safety management systems ensure that a certain level of safety behavior is maintained across industries, providing a safeguard against negligence.

However, not all studies agree with this notion. For example, Khan, et al. (2018) found that in some industries, the baseline level of safety behavior may be weak without continuous training and leadership reinforcement. Khan, et al. argued that without strong leadership commitment and regular oversight, baseline safety behavior might degrade over time, even in organizations with established safety standards. The possible reason behind these differing results may lie in the variability of organizational cultures and how strictly regulatory standards are enforced across different sectors.

Limited Influence of Safety Attitude: Safety attitude did not show a significant impact on safety behavior in this study. While there was a weak positive correlation between safety attitude and safety behavior, it was not statistically significant. This finding suggests that factors other than attitude might play a more crucial role in determining safety behavior (Antonsen, 2009).

Practical Implications:

Investment in Safety Training: Organizations should prioritize safety training to enhance employees' knowledge about safety protocols and practices. Effective training programs that cover emergency response, safe equipment use, and other critical safety topics can lead to significant improvements in workplace safety behavior (Hale & Hovden, 1998).

Continuous Learning: To maintain high safety standards, organizations should implement ongoing education and refresher courses. These initiatives ensure that employees remain updated on the latest safety procedures and technologies (Parker, et al. 2006).

Comprehensive Safety Management: Integrating safety knowledge into a broader safety management system can help sustain safe behaviors. Regular assessments, feedback, and a culture of continuous improvement are essential components of an effective safety management strategy (Cooper, 2000).

Addressing Multiple Factors: While safety knowledge is crucial, organizations should also consider other factors influencing safety behavior, such as organizational culture, leadership commitment, and environmental conditions. A holistic approach to safety management can create a safer and more effective workplace (Wehrich & Koontz, 1993).

In conclusion, this research highlights the critical role of safety knowledge in promoting safe behavior among employees in the manufacturing sector. By prioritizing safety education and integrating it into comprehensive safety management systems, organizations can enhance workplace safety and reduce the incidence of accidents. Future research should continue to explore the multifaceted nature of safety behavior to develop more effective safety interventions.

Limitations

The model explains 27% of the variance in safety behavior, indicating that other variables play a role. Future research should explore additional factors such as safety attitudes, organizational culture, and environmental conditions to develop a more comprehensive understanding of safety behavior.

Sample Size and Generalizability: The study's sample size and specific industry context might limit the generalizability of the findings. Future research should involve larger and more diverse samples to validate and extend the findings across different contexts and industries.

Longitudinal Studies: Longitudinal studies could provide deeper insights into how safety knowledge impacts safety behavior over time. Such studies could also assess the long-term effectiveness of training programs and identify factors that sustain improvements in safety behavior.

Future research

Broader Range of Influences: Future studies should explore a wider range of factors that impact safety behavior, including safety attitudes, organizational culture, and leadership styles. This will provide a more comprehensive understanding of what drives safety behavior in the workplace.

Longitudinal Studies: Conducting longitudinal research can help assess the long-term effects of safety training programs and identify persistent factors that influence safety behavior over time.

Diverse Industry Contexts: Replicating the study across different industries and with larger sample sizes will enhance the generalizability of the findings. Comparative studies can also identify industry-specific factors that affect safety behavior.

References

- Antonsen, S. (2009). The relationship between culture and safety on offshore supply vessels. *Safety science*, 47(8), 1118-1128.
- Antonsen, S. (2017). *Safety culture: theory, method and improvement*. CRC Press.
- Bergheim, K., Eid, J., Hystad, S. W., Nielsen, M. B., Mearns, K., Larsson, G., & Luthans, B. (2013). The role of psychological capital in perception of safety climate among air traffic controllers. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 20(2), 232-241.
- Clarke, S. (2016). Managing the risk of workplace accidents. *Risky Business*, 403-431.
- Clarke, S., & Taylor, I. (2018). Reducing workplace accidents through the use of leadership interventions: A quasi-experimental field study. *Accident Analysis & Prevention*, 121, 314-320.
- Cooper, M. D. (2000). Towards a model of safety culture. *Safety science*, 36(2), 111-136.
- Cooper, M. D. (2009). Behavioral safety interventions a review of process design factors. *Professional Safety*, 54(02).
- Dodoo, J. E., & Al-Samarraie, H. (2021). A systematic review of factors leading to occupational injuries and fatalities. *Journal of Public Health*, 1-15.
- Fernández-Muñiz, B., Montes-Peón, J. M., & Vázquez-Ordás, C. J. (2009). Relation between occupational safety management and firm performance. *Safety science*, 47(7), 980-991.
- Fernández-Muñiz, B., Montes-Peón, J. M., & Vázquez-Ordás, C. J. (2022). The influence of organizational climate, incentives and knowledge sharing on misconduct and risk-taking in banking. *Risk Management*, 24(1), 55-80.
- Flatau-Harrison, H., Griffin, M. A., & Gagne, M. (2020). Trickle down: The impact of leaders on individual role clarity through safety climate strength across time. *Safety science*, 121, 485-495.
- Gillen, M., Baltz, D., Gassel, M., Kirsch, L., & Vaccaro, D. (2002). Perceived safety climate, job demands, and coworker support among union and nonunion injured construction workers. *Journal of safety research*, 33(1), 33-51.

- Hale, A. R., & Hovden, J. (1998). Management and culture: the third age of safety. A review of approaches to organizational aspects of safety, health and environment. *Occupational injury*, 145-182.
- Health and Safety Executive (HSE). (2019). *Workplace safety: Statistics and strategies*.
- International Labour Organization (ILO). (2019). *Safety and health in manufacturing industries*.
- International Labour Organization (ILO). (2020). *Global trends in occupational safety and health*.
- Kamket, W. (2008). Research methodology in behavioral science. *Bangkok: Chulalongkorn University*.
- Khan, N., Ahmad, I., & Ilyas, M. (2018). Impact of ethical leadership on organizational safety performance: the mediating role of safety culture and safety consciousness. *Ethics & Behavior*, 28(8), 628-643.
- Liu, Q., Geertshuis, S., & Grainger, R. (2020). Understanding academics' adoption of learning technologies: A systematic review. *Computers & Education*, 151, 103857.
- Mearns, K., & Yule, S. (2009). The role of national culture in determining safety performance: Challenges for the global oil and gas industry. *Safety science*, 47(6), 777-785.
- National Economic and Social Development Council (NESDC). (2021). *Thailand's economic development report*.
- Parker, D., Lawrie, M., & Hudson, P. (2006). A framework for understanding the development of organisational safety culture. *Safety science*, 44(6), 551-562.
- Pek, S., Turner, N., Tucker, S., Kelloway, E. K., & Morrish, J. (2017). Injunctive safety norms, young worker risk-taking behaviors, and workplace injuries. *Accident Analysis & Prevention*, 106, 202-210.
- Ta, M. T. D., Kim, T. E., & Gausdal, A. H. (2022, January). Leadership styles and safety performance in high-risk industries: a systematic review. *Safety and Reliability*, 41(1), 10-44).
- Toh, M. Y., & Zhang, Y. (2022). *Bank capital and risk adjustment responses to economic uncertainty: Evidence from emerging Southeast Asian economies*. *Research in International Business and Finance*, 60, 101576.
- Weirich, H. & Koontz, H. (1993). *Management: A global perspective*. New York: McGraw-Hill.
- Wu, C., Yao, H., Ning, X., & Wang, L. (2021). Emergence of informal safety leadership: A social-cognitive process for accident prevention. *Production and Operations Management*, 30(11), 4288-4305.

Xia, N., Griffin, M. A., Xie, Q., & Hu, X. (2023). Antecedents of workplace safety behavior: Meta-analysis in the construction industry. *Journal of Construction Engineering and Management*, 149(4), 04023009.

**การพัฒนาคุณภาพบริการผ่านการเดินทางของลูกค้าในธุรกิจสายการบิน:
มุมมองการให้บริการเพื่อให้เกิดคุณค่าในกลุ่มผู้โดยสารสูงอายุ**

ชฎาพร จักรทอง^{1*} อนามัย ดำเนตร² และ วัลภา จันดาเป้า³

^{1,3}มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

²มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน²

*Corresponding author e-mail: chadapornnoi612@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received) 18 ธันวาคม 2566

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 4 กุมภาพันธ์ 2567

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 20 กุมภาพันธ์ 2567

บทคัดย่อ

บทความทางวิชาการนี้ มุ่งศึกษาถึงการพัฒนาคุณภาพบริการผ่านการเดินทางของลูกค้าในธุรกิจสายการบิน: มุมมองความต้องการของผู้โดยสารในกลุ่มสูงอายุ โดยการทบทวนวรรณกรรมจากงานวิจัย หนังสือ และบทความที่เกี่ยวข้องมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามประเด็นที่ศึกษาในด้านคุณภาพการให้บริการผู้โดยสาร ความต้องการบริการ ปัญหาอุปสรรคผ่านจุดสัมผัสบริการทุกกระบวนการของผู้โดยสาร เพื่อเป็นประโยชน์ให้แก่ผู้ประกอบการในธุรกิจสายการบินสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสำหรับขยายกลุ่มเป้าหมายใหม่โดยเฉพาะผู้โดยสารในกลุ่มสูงอายุเป็นสำคัญให้สามารถเข้าใจและตอบสนองความต้องการได้ตรงจุดโดยแท้จริงและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นในอนาคต

คำสำคัญ: การพัฒนาคุณภาพการบริการ การเดินทางของลูกค้า ธุรกิจการบิน ผู้สูงอายุ

SERVICE QUALITY IMPROVING THROUGH THE CUSTOMER JOURNEY IN THE AIRLINE BUSINESS: SERVICE PERSPECTIVES FOR VALUE CREATION IN THE ELDERLY PASSENGER NEEDS

Chadaporn Jaktong^{1*} Anamai Damnet² and Wanlapa Jandaboue³

^{1,3} Rajamangala University of Technology Thanyaburi

²Kasetsart University

Abstract

This academic article focuses on the Service Quality Improving through the Customer Journey in the Airline Business: Perspective Aging Passenger Needs. By studying a review of literature from research document, books and related articles. It analyses information on the study points in the area of passenger service quality needs, obstacles, through the service touch point of all process. By leveraging this framework, airline businesses can develop effective strategies for expansion into new target markets, with particular emphasis on the growing demographic of elderly passengers. This will foster a deeper understanding of their specific needs and allow for more efficient and responsive service provision in the future.

Keyword: Service Quality, Customer Journey, Airline Business, Elderly

ความสำคัญและที่มา

อุตสาหกรรมการบิน ถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ว่าการขนส่งทางอากาศ ซึ่งเป็นการดำเนินธุรกิจที่ใช้ทุนและแรงงานเพื่อผลิตสินค้าหรือบริการในด้านการขนส่งทางอากาศ นับเป็นโครงสร้างพื้นฐานทางการคมนาคมที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาประเทศ นำมาซึ่งผลกระทบเชิงบวกทางเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก ก่อให้เกิดการสร้างรายได้นำเงินตราต่างประเทศเข้ามายังประเทศ จากผู้โดยสารและผู้ให้บริการในการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ การค้า การท่องเที่ยว หรือวัตถุประสงค์ด้านอื่น ๆ ส่งผลทำให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังภาคส่วนธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องตลอดห่วงโซ่อุปทานผ่านอุตสาหกรรมการบินและการท่องเที่ยวที่เติบโตอย่างรวดเร็วไปทั่วโลก (บุญเลิศ จิตต์วัฒนา, 2551, น. 1) โดยหนึ่งในองค์ประกอบที่สำคัญ นั่นคือ ธุรกิจการบิน (Airlines Business) ทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการด้านการขนส่งผู้โดยสารและสินค้าทางอากาศไปยังจุดหมายปลายทางต่าง ๆ ตามความต้องการของผู้โดยสารหรือลูกค้าด้วยความสะดวกรวดเร็วและปลอดภัย (สิทธิชัย ศรีเจริญประมง, 2559, น. 78) ซึ่งนับเป็นตัวขับเคลื่อนให้เกิดอุปสงค์ด้านการเดินทางและการขนส่งทางอากาศนั้นมีจำนวนมากยิ่งขึ้น ครอบคลุมทุกเพศ ทุกวัย และทุกกลุ่มช่วงอายุ ส่งผลให้การแข่งขันในตลาดธุรกิจสายการบินมีความรุนแรงมากขึ้นอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน

แต่จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 ที่เกิดขึ้นส่งผลทำให้อุตสาหกรรมการบินและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวรวมถึงภาคธุรกิจต่าง ๆ ได้รับผลกระทบเสียหายทั่วโลก ประเทศไทยถือเป็นหนึ่งในประเทศที่ได้รับผลกระทบอย่างหนักจากสถานการณ์นี้ เนื่องจากมาตรการการเฝ้าระวังและป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ทำให้ธุรกิจสายการบิน

หลายแห่งประสบปัญหาขาดสภาพคล่อง ขาดรายได้จากมาตรการดังกล่าว รวมถึงการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้คนในการใช้ชีวิตประจำวันที่เน้นการใช้ชีวิตแบบปกติวิถีใหม่ (New Normal) อีกทั้งยังหันมานิยมใช้เทคโนโลยีมากขึ้นโดยเฉพาะการสื่อสารในรูปแบบออนไลน์จึงทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วและมีความสะดวกมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการได้รับความนิยมนจากสายการบินต้นทุนต่ำ (Low-cost Airline) (สุภา จิรวัฒนานนท์, 2566, น. 113-114) ซึ่งธุรกิจสายการบินนั้นเป็นหนึ่งในธุรกิจที่มีการปรับตัวอย่างรวดเร็วในด้านการใช้ช่องทางออนไลน์เพื่อจำหน่ายบัตรโดยสารผ่านทางเว็บไซต์และตัวแทนจำหน่ายจึงทำให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง

อย่างไรก็ตาม จากสถานการณ์ดังกล่าวในปัจจุบันอุตสาหกรรมการบินและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบรุนแรงนั้น ยังคงได้รับการผลักดันและส่งเสริมด้วยนโยบายภาครัฐให้เริ่มกลับมาฟื้นฟูก่อนต่อไปเพื่อกระตุ้นการขับเคลื่อนและหมุนเวียนเศรษฐกิจ ดังเช่น มีมาตรการรองรับการแพร่ระบาดเพื่อสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยให้แก่เดินทางและนักท่องเที่ยว มีแนวทางการพัฒนาและการยกระดับมาตรฐานการเดินทางในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งจะเป็นแนวทางก่อให้เกิดรายได้จากธุรกิจ อีกทั้งยังนโยบายการสนับสนุนจากภาครัฐในโครงการพัฒนาสนามบินอู่ตะเภาและเมืองการบินภาคตะวันออก (EEC) เพื่อยกระดับสนามบินอู่ตะเภาเป็นสนามบินนานาชาติเชิงพาณิชย์หลักแห่งที่สาม เพื่อเชื่อมต่อสนามบินนานาชาติดอนเมืองและสนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิ (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก, 2566) ซึ่งจะผลักดันให้ภาคอุตสาหกรรมการบินของไทยและภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมถึงภาคธุรกิจต่าง ๆ กลับมาฟื้นฟูและเติบโตอย่างต่อเนื่องเช่นเดิม ซึ่งจากการประมาณการปริมาณผู้โดยสารในปี พ.ศ.2566 นี้ คาดว่าจะอยู่ที่ประมาณ 4.2 พันล้านคน (สำนักงานการบินพลเรือน, 2565) ทำให้ในปัจจุบันการแข่งขันในธุรกิจสายการบินต้องปรับตัวและเสริมสร้างกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ด้วยความต้องการเดินทางที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดเชื้อไวรัส COVID-19 คลี่คลาย โดยในเดือนสิงหาคม 2566 มีการให้บริการเที่ยวบินรวม 64,973 เที่ยวบิน ประกอบด้วยเที่ยวบินภายในประเทศ 26,466 เที่ยวบิน เที่ยวบินระหว่างประเทศ 31,276 เที่ยวบิน (วิทยุการบิน, 2566)

จากแนวโน้มการคาดการณ์ดังกล่าวข้างต้น หากผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินต่าง ๆ จะมองถึงแนวทางและรูปแบบในการพัฒนาธุรกิจการบินของประเทศไทยแล้ว การกระตุ้นและส่งเสริมการเดินทางสำหรับกลุ่มเป้าหมายเดิมเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพออีกต่อไป คงต้องพิจารณาไปถึงการขยายฐานกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวใหม่ให้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มผู้สูงอายุ ที่มีแนวโน้มเดินทางมากยิ่งขึ้น ถูกจับตามองว่าเป็นตลาดที่มีศักยภาพในการเติบโตสำหรับอุตสาหกรรมการบิน อาจเป็นอีกกลุ่มเป้าหมายหนึ่ง ที่ควรให้ความสนใจมากขึ้น เพื่อให้เข้าใจถึงความต้องการโดยเฉพาะเมื่อเทียบกับผู้โดยสารกลุ่มทั่วไป (Graham, 2020, p.4) เนื่องด้วยปัจจุบันจำนวนผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) ถือเป็นส่วน 1 ใน 4 ของกลุ่มประชากรในประเทศไทย นับได้ว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีแนวโน้มการเติบโตสูงสำหรับประเทศไทยนั้นมีแนวโน้มโครงสร้างทางประชากรที่กำลังเริ่มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น โดยมีการคาดการณ์ว่าจำนวนประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป กำลังเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจากจำนวน 12 ล้านคน ในปี พ.ศ.2563 โดยจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นถึง 17 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2573 และจะมีจำนวนมากถึง 20.5 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2583 จะเห็นได้ว่ากลุ่มประชากรอายุผู้สูงอายุ จะไม่เพียงเป็นประชากรกลุ่มเล็ก ๆ อีกต่อไป (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562) ซึ่งกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มผู้สูงอายุ ถือเป็นกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่น่าสนใจ และกลุ่มผู้สูงอายุจำนวนมากในปัจจุบันถือเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีพลังมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ทั้งด้านเวลาและกำลังซื้อ ทั้งยังมีสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรงพร้อมกับการเดินทางท่องเที่ยวและกลายเป็นกลุ่มตลาดที่ทรงอิทธิพลในการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวสูงกว่านักท่องเที่ยวในช่วง

อายุอื่นรวมถึงกลุ่มผู้สูงอายุจำนวนมากยังมีความสามารถด้านการรับรู้และยอมรับทางเทคโนโลยีมากยิ่งขึ้น จากเดิม ทันยุค ทันสมัย และพร้อมยอมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ มากยิ่งขึ้นอีกด้วย (ชญาพร จักรทองและกนกกานต์ แก้วนุช, 2566, น. 65)

อุตสาหกรรมการบิน

อุตสาหกรรมการบิน (Aviation Industry) ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ ธุรกิจการบิน ธุรกิจเครื่องบิน ธุรกิจท่าอากาศยาน ธุรกิจบริการเครื่องช่วยในการเดินทาง และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการบิน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2551, น. 2-3)



ภาพที่ 1 อุตสาหกรรมการบิน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2551)

โดยธุรกิจการบินนั้นเป็นรูปแบบการขนส่งที่มีข้อได้เปรียบด้านความเร็วในการเดินทาง และขนส่งสินค้าไปยังจุดหมายปลายทางทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งมีผู้ประกอบการเป็นผู้ให้บริการขนส่งทางอากาศในการเป็นผู้กำหนดปัจจัยผลิตต่าง ๆ เพื่อให้บริการขนส่งผู้โดยสารและสินค้า ประกอบด้วยปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่ สายการบิน เครื่องบิน เส้นทางการบิน ตารางบิน และการบริการแต่ละเที่ยวบิน เป็นต้น โดยจะกล่าวถึงปัจจัยในด้านสายการบิน ซึ่งแบ่งประเภทการให้บริการออกเป็น 3 ประเภท คือ 1) สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (Full-Service Airlines) 2) สายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Airlines) และ 3) สายการบินเช่าเหมาลำ (charter service) โดยการให้บริการดังกล่าว สายการบินจะใช้บริการของท่าอากาศยานและบริการเครื่องช่วยในการเดินทาง เพื่อดำเนินการผลิตบริการขนส่งทางอากาศ ตลอดจนการควบคุมกระบวนการปฏิบัติการบินอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งดำเนินงานภายใต้กฎระเบียบด้านการบินและการขนส่งทางอากาศตามมาตรฐานสากล จึงทำให้มีความน่าเชื่อถือด้านระบบเทคโนโลยีและความปลอดภัยสูง นั้นทำให้ธุรกิจสายการบินได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, น. 20)

รูปแบบบริการของสายการบิน

รูปแบบบริการของสายการบินนั้นสามารถแบ่งเป็นการให้บริการในแต่ละช่วงการบริการได้ดังนี้ (อานนท์ จันจิตร, 2563, น. 17-19)

1. การให้บริการผู้โดยสารของสายการบินก่อนทำการบิน ผู้โดยสารจะได้รับบริการจากเจ้าหน้าที่ประจำท่าอากาศยาน หรือพนักงานภาคพื้นของสายการบินซึ่งจะต้องทำการตรวจสอบเอกสารและสัมภาระของผู้โดยสารทุกคนอย่างละเอียด ตามกฎระเบียบด้านการบินพลเรือนและนโยบายของสายการบิน ซึ่งการให้บริการก่อนทำการบินประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้

1) การบริการจำหน่ายตั๋วโดยสารและการสำรองที่นั่ง สายการบินจัดให้มีช่องทางการจัดจำหน่าย 3 ช่องทาง ประกอบด้วย 1) การจำหน่าย ณ พื้นที่บริการของสายการบิน 2) การจำหน่ายผ่าน

ตัวแทนจำหน่าย 3) การจำหน่ายผ่านระบบการจองด้วยระบบคอมพิวเตอร์ โดยช่องทางการจำหน่ายตัวเหล่านี้จะช่วยอำนวยความสะดวกรวมทั้งให้บริการข้อมูล คำแนะนำต่าง ๆ แก่ผู้โดยสารทั้งข้อมูลข่าวสารด้านการบิน ข้อมูลด้านที่พักโรงแรม การบริการนำเที่ยว รถนำเที่ยว และข้อมูลด้านการบริการอื่น ๆ เมื่อผู้โดยสารตัดสินใจจะเดินทางและสำรองที่นั่งแล้ว สายการบินจะออกตั๋วโดยสารให้กับผู้โดยสารตามความต้องการที่ผู้โดยสารระบุรายละเอียดไว้

2) การให้บริการแก่ผู้โดยสารขาออก เมื่อผู้โดยสารเดินทางมาถึง ณ ท่าอากาศยานผู้โดยสารจะต้องดำเนินการยืนยันตัวตน (Check-in) และขึ้นน้ำหนักสัมภาระกับทางสายการบิน ตามเวลาที่กำหนด ณ จุดบริการของสายการบิน พร้อมทำการตรวจสอบด้านความปลอดภัยต่าง ๆ ตามขั้นตอนของระบบรักษาความปลอดภัยของท่าอากาศยาน ก่อนผู้โดยสารเข้าไปยังพื้นที่ทำการบิน

2. การให้บริการผู้โดยสารของสายการบินขณะทำการบิน เป็นการให้บริการแก่ผู้โดยสารที่ใช้บริการบนเครื่องบินระหว่างที่ทำการบิน โดยจะแบ่งเป็นการให้บริการ 2 ด้าน ดังนี้

1) การให้บริการด้านความปลอดภัยบนเครื่องบิน โดยสายการบินจะให้บริการผู้โดยสารนำสัมภาระนำติดตัวขึ้นเครื่องบินได้โดยต้องมีน้ำหนักไม่เกิน 7 กิโลกรัม พร้อมสาธิตการใช้อุปกรณ์อำนวยความสะดวกและข้อบังคับ รวมถึงการปฏิบัติด้านความปลอดภัยกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นขณะทำการบิน

2) การให้บริการด้านการอำนวยความสะดวกบนเครื่องบินโดยผู้โดยสารจะได้รับบริการจากพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ด้วยการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม พร้อมทั้งบริการพิเศษตามนโยบายของสายการบินที่กำหนด

3. การให้บริการผู้โดยสารหลังทำการบิน กล่าวคือ ขั้นตอนในการบริการผู้โดยสารขาเข้าเพื่อรับกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Claim Service) เมื่อผู้โดยสารเดินทางมาถึงยังท่าอากาศยานจุดหมายปลายทาง จะต้องทำการรอรับกระเป๋าสัมภาระ ณ บริเวณจุดให้บริการที่กำหนดสำหรับลำเลียงสัมภาระผู้โดยสาร ซึ่งถือเป็นจุดให้บริการสุดท้ายของสายการบิน

โดยการให้บริการผู้โดยสารตั้งแต่ก่อน ระหว่าง และหลังให้บริการนั้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าการให้บริการในแต่ละช่วงนั้นทางสายการบินต้องให้ความสำคัญและใส่ใจในทุกกระบวนการ ต้องอาศัยความเชี่ยวชาญของบุคลากร อุปกรณ์และเทคโนโลยีเป็นพิเศษ เนื่องจากการให้บริการจะเป็นส่วนหนึ่งที่สร้างการรับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการ มีความพึงพอใจ และความประทับใจ ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้โดยสารครั้งต่อไปในอนาคต

บริการเสริมของสายการบิน (Ancillary Service)

บริการเสริมของสายการบิน (Ancillary Service) ในความหมายทางธุรกิจสายการบิน คือ บริการอื่นที่นอกเหนือจากการขนส่งคนหรือสินค้าจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง โดยสายการบินจะเรียกเก็บค่าธรรมเนียมหรือค่าบริการเพิ่มเติมจากค่าบัตรโดยสาร เช่น บริการเลือกที่นั่งล่วงหน้า บริการอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น (สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย, 2565) โดยบริการเสริมของสายการบินแบ่งออกเป็น 4 ประเภทหลัก ๆ ดังนี้

1. Pre-flight คือ บริการเสริมที่จำหน่ายให้กับผู้โดยสารก่อนการเดินทาง เช่น การจองที่นั่งล่วงหน้า การจองน้ำหนักสัมภาระ ลงทะเบียนล่วงหน้า หรือการสั่งจองอาหารล่วงหน้า

2. In-flight คือ บริการเสริมที่จำหน่ายให้กับผู้โดยสารในระหว่างการเดินทาง เช่น การจำหน่ายอาหารบนเครื่อง การจำหน่ายสินค้า Duty Free บริการ Wifi บนเครื่องบิน หรือการอัปเกรดชั้นโดยสาร

3. Trip-related คือ บริการเสริมที่ไม่เกี่ยวข้องกับการให้บริการของสายการบิน แต่เป็นบริการต่อเนื่องจากการเดินทาง เช่น ประกันการเดินทาง โรงแรม รถเช่า หรือแพคเกจทัวร์

4. Airline Loyalty related ได้แก่ โปรแกรมสะสมไมล์ของสายการบิน (Frequent Flyer Program: FFP) ซึ่งนอกจากเป็นช่องทางส่งเสริมการขายแล้ว ยังทำให้สายการบินสามารถเก็บข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางของผู้โดยสารได้อีกช่องทางหนึ่งด้วย

การพัฒนาคุณภาพบริการ

การบริการ หมายถึง การปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่าง ๆ โดยมีคุณลักษณะสำคัญของการบริการ 4 ประการ (Kotler & Keller, 2006) ได้แก่

1. การบริการมีลักษณะที่จับต้องไม่ได้ (Intangibility) เนื่องจากไม่สามารถมองเห็น และสัมผัสได้ สิ่งเหล่านี้ทำให้การบริการมีความแตกต่างจากสินค้าอื่น ผู้ใช้บริการจึงไม่สามารถเห็นผลลัพธ์ของการบริการก่อนการซื้อ ดังนั้น ผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องสร้างความเชื่อมั่นด้วยการสร้างหลักฐานทางกายภาพให้ผู้ใช้บริการเกิดความรับรู้ และสัมผัสตัวตนของบริการให้เห็นเป็นรูปธรรมที่สุด

2. การบริการไม่สามารถแยกออกจากกันได้ (Inseparability) เนื่องด้วยการผลิตบริการและการรับบริการส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันหรือควบคู่กัน กล่าวคือ เมื่อมีผู้มารับบริการจึงเกิดการให้บริการขึ้น ดังนั้น การรับรู้คุณภาพของการบริการจะเกิดขึ้นระหว่างการให้บริการ

3. การบริการมีความไม่แน่นอน (Variability) เนื่องจากความหลากหลายของผู้ให้บริการ สถานที่ให้บริการ และเวลาของการให้บริการ จึงทำให้การบริการนั้นมีความไม่คงที่

4. การบริการไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perish ability of output) เมื่อการบริการเกิดขึ้นแล้ว และเกิดการรับบริการแล้วจะหมดไปและไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้

ดังนั้น จึงเป็นเรื่องยากที่ธุรกิจสายการบินหรือธุรกิจบริการนั้นจะสามารถรักษาคุณภาพการให้บริการได้อย่างสม่ำเสมอและยั่งยืน นอกจากลักษณะของการบริการที่มีข้อจำกัดแล้ว ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลทำให้การบริการนั้นเกิดปัญหาและอุปสรรคต่อผู้รับบริการ ดังเช่น พฤติกรรมและความต้องการแปรเปลี่ยนไปตามยุคสมัยหรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้น การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ปัจจัยเหล่านี้อาจเป็นความท้าทายสำคัญที่ธุรกิจสายการบินจะต้องเตรียมพร้อมรับมือในการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารได้ทันทั่วทั้งที่ โดยต้องสร้างความแตกต่างให้เหนือกว่าคู่แข่งชั้นในการเสนอคุณภาพบริการให้ตรงกับความต้องการที่ผู้รับบริการคาดหวังไว้ และสามารถตอบสนองความต้องการจนเกิดเป็นความพึงพอใจส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ และสร้างความภักดีต่อตราสินค้าในอนาคต ซึ่งการสร้างคุณภาพในการให้บริการนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจสายการบิน ควรต้องคำนึงถึงองค์ประกอบที่สำคัญเพื่อที่จะสามารถสร้างคุณค่าในใจของผู้โดยสารได้ ดังนี้ (Zeithaml, Parasuraman & Berry, 1990)

1. ทำให้เกิดความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) โดยการสร้างลักษณะทางกายภาพที่สามารถปรากฏให้เห็นได้ถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อันได้แก่ สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์เครื่องมือรูปแบบการสื่อสาร และสัญลักษณ์ รวมทั้งบรรยากาศหรือสภาพแวดล้อมในการให้บริการ

2. มีความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) โดยสามารถให้บริการได้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้โดยสาร นั่นถือเป็นสิ่งที่ธุรกิจสายการบินต้องให้ความสำคัญ การบริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้องเหมาะสม และได้ผลลัพธ์ออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของบริการ ด้วยความสม่ำเสมอนี้จะทำให้ผู้โดยสารรับรู้ได้ถึงความน่าเชื่อถือ และสามารถให้ความไว้วางใจในบริการได้

3. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) สำหรับงานธุรกิจสายการบินนั้นต้องมีความพร้อมและความเต็มใจให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้โดยสะดวกและทั่วถึงด้วยความรวดเร็ว

4. การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) ธุรกิจสายการบิน นั้นจำเป็นต้องคัดเลือกบุคลากรผู้ให้บริการ ซึ่งจะต้องเป็นผู้มีทักษะความรู้ความสามารถและเชี่ยวชาญในด้านที่ให้บริการ จึงจะส่งผลให้สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้โดยสารได้ว่าจะได้รับการบริการที่ดีมีประสิทธิภาพ

5. การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) คือการดูแลเอาใจใส่ผู้โดยสารหรือผู้รับบริการตามความต้องการหรือความช่วยเหลือในบริการที่แตกต่างกันไปแต่ละบุคคล

โดยคุณภาพการให้บริการในธุรกิจสายการบินนั้น จำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยความแตกต่างด้านบุคคลนี้เป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีขั้นตอนและกระบวนการให้บริการที่ซับซ้อน และเข้มงวดในด้านความปลอดภัยตามกฎระเบียบมาตรฐานการบินของประเทศไทยและสากล จึงอาจเป็นข้อจำกัดของกลุ่มผู้รับบริการบางกลุ่มได้ ซึ่งความแตกต่างในแต่ละบุคคล ดังเช่น กลุ่มผู้โดยสารทั่วไปอาจมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องด้านการรับรู้ ความรู้สึก ทักษะคติ ความพึงพอใจที่แตกต่างกันไปตามความต้องการของการรับบริการ แต่หากเป็นกลุ่มผู้โดยสารสูงอายุ จะมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องด้านการเข้าถึงหรือยอมรับทางเทคโนโลยีจากอุปกรณ์และขั้นตอนต่าง ๆ ของการให้บริการ ประกอบกับปัจจัยด้านข้อจำกัดทางร่างกาย จึงทำให้เกิดความต้องการให้บริการที่แตกต่างกัน ดังนั้น ธุรกิจสายการบินจึงต้องตระหนักถึงความสำคัญดังที่กล่าวข้างต้น เพื่อสร้างรูปแบบการให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการรับบริการได้อย่างเหมาะสมต่อทุกกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้เพื่อให้เกิดคุณค่าในการบริการ ผู้โดยสารแต่ละกลุ่มเป้าหมายได้สัมผัสประสบการณ์ที่ดีตลอดการเดินทาง ไม่ว่าจะเป็นการบริการตั้งแต่เริ่มต้น กล่าวคือ การให้บริการก่อนการเดินทาง ในระหว่างการเดินทาง และหลังเสร็จสิ้นการเดินทางทุกขั้นตอน รวมถึงหากสามารถให้บริการต่อเนื่องจากการเดินทางจนถึงจุดหมายปลายทางได้ครบถ้วน จะยิ่งทำให้รูปแบบการบริการนั้นสมบูรณ์แบบ สร้างความประทับใจให้แก่ผู้โดยสารและผู้ใช้บริการได้ดียิ่งขึ้น (Fathema, et al., 2015, pp.210-233)

อย่างไรก็ตาม ในธุรกิจสายการบินนั้นได้มีแนวทางที่สามารถสร้างคุณภาพการบริการได้โดยลักษณะเฉพาะการให้บริการสำหรับธุรกิจการบิน ตามแนวคิด AIRQUAL (Bari et al.,1992) ซึ่งประกอบด้วย

- 1) การบริการบนเครื่องบินที่จับต้องได้ (Airline Tangibles: ATANG)
- 2) การบริการภาคพื้นในสนามบินที่จับต้องได้ (Terminal Tangibles: TTANG)
- 3) บุคลากรผู้ให้บริการ (Personnel: PER)
- 4) การเอาใจใส่ (Empathy: EMP)
- 5) ภาพลักษณ์ (Image: IMG)
- 6) การรับรู้คุณภาพการบริการ (Perceived Service Quality: PSQ)
- 7) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (Customer Satisfaction: CSAT)

ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ เป็นสิ่งสำคัญที่ธุรกิจสายการบินจะต้องนำมาสร้างกระบวนการให้บริการอย่างตรงจุด เพื่อจะสามารถพัฒนาคุณภาพการบริการสำหรับธุรกิจสายการบินโดยเฉพาะ เนื่องจากลักษณะของการบริการนั้นไม่สามารถจับต้องได้ โดยสายการบินจะต้องตระหนักถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่จะสามารถใช้สื่อสารกับผู้โดยสาร โดยเริ่มตั้งแต่การสื่อสารถึงบรรยากาศ สภาพแวดล้อม ความสวยงามภายในเครื่องบิน อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก คุณภาพอาหารและเครื่องดื่มที่ให้บริการแก่ผู้โดยสาร พนักงานผู้ปฏิบัติหน้าที่ส่งมอบการบริการโดยตรงแก่ผู้โดยสาร การบริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นและพนักงานต้อนรับ

ในเที่ยวบิน ซึ่งรวมถึงทักษะทางภาษาและมารยาทการแสดงออกในการให้บริการนั้นอาจส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของผู้โดยสารได้ อันจะนำไปสู่ภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจสายการบินต่อไป (Ford Robert C. Ford et al., 2012, p.5) สำหรับการสื่อสารให้ลูกค้าเป้าหมายและลูกค้าที่ใช้บริการ ได้รู้จักสินค้าและบริการเพื่อเกิดการตัดสินใจซื้อและเกิดการซื้อซ้ำ ควรใช้การสื่อสารสมัยใหม่ประเภทมีเดียต่าง ๆ ควบคู่ไปกับการสร้างความประทับใจเพื่อเข้าสู่ Soft Power ที่ช่วยดึงดูดลูกค้าต่อไป (นน อัครประเสริฐกุล, 2566, น. 1- 30)

ผู้สูงอายุ

ตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 ได้ให้นิยามว่า ผู้สูงอายุ คือ บุคคลซึ่งมีอายุเกินหกสิบปี บริบูรณ์ขึ้นไปและมีสัญชาติไทย (กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2553) ซึ่งสังคมผู้สูงอายุ 3 ระดับ นั้น แบ่งออกเป็น

1. ระดับการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) คือ การมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปรวมทั้งเพศชายและเพศหญิงมากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรทั้งประเทศ หรือมีประชากรอายุตั้งแต่ 65 ปี เกินร้อยละ 7 ของประชากรทั้งประเทศ

2. ระดับสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society) คือ เมื่อประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 20 หรือประชากรอายุ 65 ปี เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 14 ของประชากรโดยรวมทั้งหมดของทั้งประเทศ

3. ระดับสังคมผู้สูงอายุระดับสูงสุด (Super-aged Society) คือ สังคมที่มีประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ

โดยประเทศไทยกำลังจะก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ในปัจจุบัน พบว่า ประเทศไทยกำลังจะเข้าสู่ระดับที่สองหรือที่เรียกว่า ระดับสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society) เนื่องจากประเทศไทยในปัจจุบันมีแนวโน้มโครงสร้างทางประชากรที่กำลังมุ่งสู่สังคมผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น โดยมีการคาดการณ์ว่าจำนวนประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป กำลังเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจากจำนวน 12 ล้านคน ใน พ.ศ.2563 และจะเพิ่มขึ้นถึง 20.5 ล้านคน ใน พ.ศ.2583 ผู้สูงอายุจะไม่เพียงประชากรกลุ่มเล็ก ๆ อีกต่อไปใน พ.ศ. 2583 ประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปจะมีมากถึง 20.5 ล้านคน (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562)

ประชากรสูงอายุ	จำนวน (พันคน)				% การเปลี่ยนแปลง (2553 - 2583)
	พ.ศ. 2553	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2573	พ.ศ. 2583	
รวมทุกกลุ่มอายุ	63,790	66,535	67,141	65,372	0.08
อายุ 60 ปีขึ้นไป	8,408	12,040	17,119	20,510	4.8
อายุ 70 ปีขึ้นไป	3,778	4,765	7,582	11,059	6.4
อายุ 80 ปีขึ้นไป	1,070	1,367	1,945	3,417	7.3

ภาพที่ 2 รายงานการคาดการณ์การประชากรของประเทศไทย พ.ศ.2553-2583

ที่มา: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, (2562), ออนไลน์.

จากแนวโน้มการเติบโตดังกล่าว พบว่าปัจจุบันผู้สูงอายุมีแนวโน้มที่จะมีอายุยืนยาวมากยิ่งขึ้นกว่าในอดีต หากจะพิจารณาถึงมุมมองทางการตลาดในการดำเนินธุรกิจ จึงนับเป็นตลาดใหม่ที่ที่น่าสนใจเนื่องด้วยเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีคุณภาพและมีกำลังซื้อสูงกว่าตลาดทั่วไป เนื่องจากมีเวลามากกว่านักท่องเที่ยวอื่นๆ และมีความพร้อมทางด้านการเงินซึ่งจะใช้ชีวิตหลังเกษียณอายุงานเพื่อประกอบกิจกรรมต่าง ๆ โดยเฉพาะกิจกรรมสันทนาการและการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน พบปะ รวมตัวกันเป็นหมู่คณะหรือเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรมและธรรมชาติยังสถานที่ต่าง ๆ (จิราวดี รัตนไพฑูรย์ชัย, 2557, น. 1) และจำนวนผู้สูงอายุส่วนใหญ่นั้นยังคงมีพละกำลัง กล่าวคือเป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่มีสุขภาพดี ทั้งด้านร่างกายและจิตใจ มีการทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและสามารถช่วยเหลือตนเองในการทำกิจกรรมประจำวัน มีส่วนร่วมในการทำงานและมีส่วนร่วมในครอบครัวและกลุ่มสังคม รวมทั้งมีความมั่นคงทั้งด้านการเงินอีกด้วย (กุศล สุนทรธาดา และ กมลชนก ชำสุวรรณ, 2553) ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าการทำกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุจึงเปรียบเสมือนเป็นช่องทางในการเริ่มต้นเดินทางเพื่อไปยังจุดหมายปลายทาง ซึ่งอาจเป็นกลยุทธ์สำคัญสำหรับภาคธุรกิจการบิน และธุรกิจที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการบิน ในท่ามกลางสถานการณ์ปัจจุบัน และพฤติกรรมของผู้คนที่มีการดำเนินชีวิตอยู่ในสิ่งแวดล้อมสังคมดิจิทัล ทำให้วิถีการดำเนินชีวิตเปลี่ยนไปจากอดีตอย่างเห็นได้ชัด ประกอบกับการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่ธุรกิจจะต้องมีการพัฒนาการเข้าถึงสินค้าและการบริการให้สะดวก รวดเร็ว ลดขั้นตอนที่ยุ่งยากซับซ้อนเพื่อตอบสนองความต้องการได้โดยง่าย ด้วยระบบการคมนาคมและเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีคุณภาพและปลอดภัย อันจะนำไปสู่การตอบสนองความต้องการในการเดินทางของผู้โดยสารที่เป็นกลุ่มผู้สูงอายุได้

การเดินทางของลูกค้า (Customer Journey)

เส้นทางการเดินทางของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับองค์กรหรือตราสินค้าเป็นอย่างยิ่ง กล่าวคือ การให้ความสำคัญกับจุดสัมผัสของผู้โดยสาร (Customer Touchpoint) โดยการระบุจุดสัมผัสบริการต่าง ๆ จากการสร้างแผนที่การเดินทางของผู้โดยสาร (Customer Journey Map) เพื่อสร้างความมั่นใจว่าผู้โดยสารจะได้รับความพึงพอใจในทุก ๆ จุดของการให้บริการตลอดการเดินทาง เพื่อให้เกิดประสบการณ์ใช้บริการที่ดี ตั้งแต่ก่อนรับบริการ ระหว่างการรับบริการ และหลังการรับบริการ โดยเส้นทางการเดินทางของผู้โดยสารที่มีตั้งแต่ก่อนเข้ามาเป็นลูกค้าจนถึงจุดที่กลายเป็นลูกค้านั้น ประกอบด้วย (Flom, J. 2011, p. 2-3)

1. การรับรู้ (Awareness)
2. การพิจารณา (Consideration)
3. การซื้อสินค้าหรือบริการ (Purchase)
4. การใช้งานสินค้าหรือบริการ (Usage/Service)
5. การกลับมาซื้อซ้ำ (Loyalty)

ซึ่งหากจะกล่าวถึงมุมมองความต้องการของผู้โดยสารในกลุ่มสูงอายุแล้ว โดยธรรมชาติของนักเดินทางกลุ่มผู้สูงอายุนั้น จะมีลักษณะในการเปิดรับสิ่งแปลกใหม่ได้ยากโดยเฉพาะการโดยสารสายการบิน เนื่องจากขั้นตอนของรูปแบบบริการที่ซับซ้อน อาจส่งผลให้ผู้สูงอายุประสบปัญหาในการใช้อุปกรณ์หรือสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามบิน อาจทำให้เกิดความยากลำบากสำหรับผู้สูงอายุไม่สะดวก ในการใช้บริการได้หลายประการ (Wolfe, H.P. 2003) ดังนั้นธุรกิจสายการบินจำเป็นต้องสร้างการเข้าถึงได้โดยง่าย และสร้างสิ่งดึงดูดความสนใจของกลุ่มผู้สูงอายุให้ได้ จึงจะเกิดการสนใจและพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ตามมาจนเกิดการตัดสินใจเลือกใช้บริการในที่สุด แต่หากธุรกิจสายการบินสามารถทำความเข้าใจถึงกลุ่มเป้าหมายนี้ได้เป็นอย่างดี ตั้งแต่กระบวนการแรกก่อนรับบริการ กล่าวคือ ในขั้นตอนก่อนการเดินทาง ผู้โดยสารสูงอายุอาจไม่

ทราบว่า มีขั้นตอนรับบริการอย่างไรบ้าง ดังเช่น การบริการจำหน่ายตั๋วโดยสาร บริการอาหารหรือการเลือกที่นั่ง การเช็คอินกับสายการบิน การเข้ารับการตรวจด้านความปลอดภัยและบัตรโดยสาร การโหลดสัมภาระและการนำสัมภาระติดตัวขึ้นเครื่องบิน เป็นต้น ซึ่งผู้สูงอายุในส่วนมากอาจมีอุปสรรคต่อความชัดเจนในการมองเห็นและได้ยิน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการสื่อสารจากการอ่านป้ายข้อมูล สัญลักษณ์ ป้ายแสดงผลที่สนามบิน และทำให้ยากต่อการได้ยินประกาศข้อมูลเที่ยวบินนั้นอาจนำไปสู่ปัญหาต่างๆ เช่น การหลงทางในสนามบิน รวมถึงข้อจำกัดด้านร่างกายและการเคลื่อนไหวอาจทำให้ผู้โดยสารสูงอายุไม่สามารถยืนเข้าแถวต่อคิวได้เป็นเวลานาน หรือเดินเป็นระยะทางไกลในอาคารผู้โดยสารได้ (Ipinbemi, O. 2010, p. 285-291) ระหว่างการรับบริการ กล่าวคือ ในระหว่างเที่ยวบิน การให้บริการข้อมูลด้านความปลอดภัยกรณีฉุกเฉินบนเครื่องบินจากพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน และการให้บริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกบนเครื่องบิน หรือหากมีบริการเมนูอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้โดยสารสูงอายุโดยเฉพาะ อาจช่วยยกระดับประสบการณ์การเดินทางของผู้โดยสารสูงได้เป็นอย่างดี และหลังการรับบริการ กล่าวคือ การให้บริการสัมภาระคืนแก่ผู้โดยสารอย่างครบถ้วน (Chen, Fang-Yuan & Chang, 2012, pp.26-29)

ซึ่งจุดสัมผัสบริการเหล่านี้จะต้องช่วยอำนวยความสะดวก รวมทั้งให้บริการข้อมูล คำแนะนำต่าง ๆ แก่ผู้โดยสารสูงอายุได้เป็นอย่างดี ดังนั้น หากสายการบินสามารถทำให้ผู้โดยสารสูงอายุเกิดความเชื่อมั่นตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยสารสายการบินได้แล้วนั้น การจะเปลี่ยนใจหรือเปลี่ยนตราสินค้าก็ยิ่งยากเช่นเดียวกัน (Donorfio, et al., 2009, pp.221-226)

โดยการให้ความสำคัญถึงเส้นทางการเดินทางของผู้โดยสารนั้นจะทำให้สายการบินสามารถมองเห็นแนวทางในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้โดยสารได้ ในขณะเดียวกันก็จะทำให้ทราบถึงจุดบกพร่องหรือปัญหาอุปสรรคด้วยเช่นกัน ส่งผลทำให้ธุรกิจสายการบินนั้นสามารถนำไปปรับปรุงกระบวนการหรือวิธีการที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อพัฒนากลยุทธ์และสามารถวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด สร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันได้ในอนาคต ทั้งในแง่ของการสร้างแรงจูงใจให้ผู้โดยสารสนใจในสินค้าและบริการ การพัฒนาคุณภาพและบริการให้ตอบสนองความต้องการ ซึ่งจะนำไปสู่ความพึงพอใจและภักดีต่อสายการบินมากขึ้น

นอกจากนี้ในยุคปัจจุบันที่นับวันยิ่งเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคดิจิทัล พฤติกรรมผู้บริโภคและผู้โดยสารได้เปลี่ยนแปลงไปตามกระแสสังคมและสถานการณ์ กอปรกับธุรกิจสายการบินนั้นมีการแข่งขันอย่างรุนแรงมากยิ่งขึ้น ธุรกิจสายการบินอาจไม่สามารถใช้กลยุทธ์การตลาดแบบเดิมเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคและกระตุ้นให้เกิดอุปสงค์ในการเดินทางได้บรรลุเป้าหมายเท่าที่ควร ซึ่งการตอบสนองต่อผู้บริโภคและผู้โดยสารในยุคนี้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องหารูปแบบและแนวทางใหม่ๆ ให้สอดคล้องต่อการเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน โดยการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การตลาดดึงดูดและเพื่อดึงดูดให้มากยิ่งขึ้นในยุคดิจิทัลเรียกได้ว่าเป็น Marketing 4.0 ประกอบไปด้วย 5A: โดยเริ่มจาก (Kotler, 2017)

Aware รู้จักสินค้า: ช่วงที่ลูกค้าจะรู้จักและรับรู้ว่ามีตราสินค้าของเราอยู่

Appeal ชื่นชอบสินค้า: ช่วงที่ต้องดึงดูดให้ลูกค้าสนใจ ท่ามกลางตราสินค้าคู่แข่ง

Ask ถามต่อ: ลูกค้าที่สนใจจะเริ่มมีการถามถึงรายละเอียดสินค้าและถามคนใกล้ชิดที่เคยใช้สินค้า

Act การตัดสินใจซื้อ: ถ้าลูกค้าพอใจรู้สึกว่าคุณค่านี้ใช่สำหรับเขา ก็จะเกิดการซื้อซ้ำ

Advocate เกิดการแนะนำสินค้าจากผู้อื่น: คือพลังการบอกต่อแบบปากต่อปาก

ดังนั้น การพัฒนาคุณภาพบริการผ่านการเดินทางของลูกค้า จึงก่อให้เกิดการบริการที่มีคุณภาพและสามารถรักษาลูกค้าไว้ได้อีกทั้งยังช่วยขยายกลุ่มลูกค้าควบคู่กัน โดยการรักษาลูกค้านั้นคือความสามารถของธุรกิจบริการซึ่งเปรียบเสมือนเป็นการชีวิตทั้งความภักดีของลูกค้าและความสามารถของธุรกิจในการทำให้

ลูกค้าพึงพอใจและประทับใจ จากการคงอยู่ในตราสินค้าด้วยบริการที่ดีและมีคุณภาพ เนื่องจากการสามารถให้บริการได้ตอบสนองต่อความต้องการนั้น ยังรวมถึงการลดปัญหา อุปสรรคในการใช้บริการ ตั้งแต่ก่อนการตัดสินใจเลือกเดินทางกับสายการบินในระหว่างการเดินทาง ตลอดจนหลังจากการให้บริการเดินทางเสร็จสิ้น (Ang, & Buttle, 2006, pp.83-99)

บทสรุป

การให้บริการลูกค้าในธุรกิจสายการบินนั้น หากเข้าใจถึงความต้องการ และปัญหาอุปสรรคจากการใช้บริการ ผ่านจุดสัมผัสบริการทุกกระบวนการจะสามารถทำให้สายการบินนั้นสร้างกระบวนการเพื่อให้บริการได้ตรงความต้องการของผู้โดยสารอันจะประกอบด้วยกิจกรรมที่เพิ่มการรับรู้ถึงคุณค่าศักยภาพเต็มรูปแบบของบริการ เกิดประสบการณ์ในการรับบริการที่ดีที่สายการบินมอบให้แก่ผู้โดยสาร ซึ่งจะเกิดการรับรู้คุณภาพการบริการระดับสูง นำไปสู่ความพึงพอใจและการใช้บริการซ้ำจนเกิดเป็นความภักดีของลูกค้า (Timm, 2001) และการรักษาลูกค้าที่มีอยู่ของสายการบินเพื่อให้กลับมาใช้บริการซ้ำนั้นเป็นสิ่งที่สายการบินสามารถทำได้ง่ายกว่าการสร้างฐานลูกค้าใหม่ (Ausilio & Anton, 2003) โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากเป็นผู้โดยสารกลุ่มผู้สูงอายุแล้ว ระบบการให้บริการมีคุณภาพ การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และความน่าเชื่อถือด้านความปลอดภัยของสายการบินจะสามารถตอบสนองความต้องการในการเดินทางของผู้สูงอายุได้ ซึ่งการเดินทางโดยสารเครื่องบินนั้น จัดเป็นรูปแบบการเดินทางที่สอดคล้องกับลักษณะและข้อจำกัดทางกายภาพของผู้สูงอายุมากกว่าการเดินทางรูปแบบอื่น ๆ ซึ่งสามารถช่วยลดระยะเวลาในการเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทางได้เร็วกว่าการเดินทางในรูปแบบอื่นเมื่อเปรียบเทียบกับเส้นทางเดียวกัน

ผู้ประกอบการด้านธุรกิจสายการบิน จึงควรพัฒนาการให้บริการสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุโดยเฉพาะ ผ่านการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) ในทุกจุดสัมผัสบริการเพื่อให้ผู้สูงอายุที่ใช้บริการสายการบินนั้นได้รับประสบการณ์บริการที่ดี ได้รับรู้ถึงคุณภาพการบริการ และรู้สึกถึงความคุ้มค่าจากการใช้บริการ ในการส่งมอบการบริการแก่ผู้โดยสารด้วยความเข้าใจในความต้องการของผู้โดยสารถือเป็นสิ่งสำคัญยิ่งที่จะช่วยสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจสายการบิน เพื่อความอยู่รอดและความสำเร็จขององค์กร (Chen, Fang-Yuan & Chang, Yu-Hern., 2005, pp. 79-87) สิ่งเหล่านี้จะช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง ทำให้สายการบินมีภาพลักษณ์ที่ดีจนได้รับความนิยมจากผู้โดยสารเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจสายการบินสามารถพัฒนาประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จต่อไปในอนาคตได้อย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2553). พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ.2546. สืบค้นจาก <https://www.dop.go.th/>
- กุศล สุนทรธาดา และกมลชนก ชำสุวรรณ. (2553). ระดับและแนวโน้มความมีพฤติพลังของผู้สูงอายุไทย. *เอกสารการประชุมวิชาการประชากรศาสตร์แห่งชาติ วันที่ 25-26 พฤศจิกายน 2553*. (น. 26-38). กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- จิราวดี รัตนไพฑูรย์ชัย. (2557). ตลาดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ: โอกาสใหม่ไทย เด็บโตรับ AEC. กรุงเทพฯธุรกิจ Section: ASEAN, 1.3(153), 1-2.
- ชฎาพร จักรทอง และกนกกานต์ แก้วนุช. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีพฤติพลังในประเทศไทย. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทย นานาชาติ*, 18(1), 62-85.

- นน อัครประเสริฐกุล. (2566). การใช้ซอฟต์แวร์ (อิทธิพลอ่อน) อย่างมีประสิทธิภาพ: การใช้สื่อในการช่วยเมืองให้ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม. *วารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์*. 2(2), 1-30.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *ธุรกิจการบิน*. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2551). *ธุรกิจการบิน*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ท่องเที่ยวไทย.
- สิทธิชัย ศรีเจริญประมง. (2559). การบริการที่ดีเลิศ : หนึ่งในปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจการบิน. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*. 7(1). 77-91.
- สุภา จิรพัฒนานนท์ (2566). การสื่อสารการตลาดส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี*. 12(1), 112-125.
- สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย. (2565). *สรุปข้อมูลข่าวสารอุตสาหกรรมการบินของไทย*. สืบค้นจาก <https://www.catc.or.th/wp>
- สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (สกพอ.). (2566). *ข้อมูลประชาสัมพันธ์*, สืบค้นจาก <https://www.eeco.or.th>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). *รายงานการคาดประมาณประชากรของประเทศไทย พ.ศ. 2553 – 2583 (ฉบับปรับปรุง)*. สืบค้นจาก <http://social.nesdc.go.th/>
- อานนท์ จันจิตร. (2563). *การพัฒนาคุณภาพการบริการเพื่อการตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์).
- Ang, L., & Buttle, F. (2006). Customer Retention Management Processes: A Quantitative Study *European Journal of Marketing*, 40(2), 83 – 99.
- Ausilio, R., & Anton, J. (2003). *Customer Service and the Human Experience. We, the People, Make the Difference*. (1st ed.). California: The Anton Press.
- Chen, Fang-Yuan & Chang, Yu-Hern. (2005). Examining airline service quality from a process perspective. *Journal of Air Transport Management*. 11(2), 79-87.
- Chang, Y.C., & Chen, C.F., (2012). Service needs of elderly air passengers. *Journal of Air Transport Management*. 18, 26-29.
- Donorfio, L.K.M., D'Ambrosio, L.A., Coughlin, J.F., and Mohyde, M., (2009). To drive or not to drive, that isn't the question e the meaning of self-regulation among older drivers. *Journal of Safety Research*. 40, 221-226.
- Graham, A., Kremarik, F., Ison, S. & Kruse, W., (2020). Attitudes of ageing passengers to air travel since the coronavirus pandemic. *Journal of Air Transport Management*. 87, 1-5.
- Fathema, N., Shannon, D., & Ross, M., (2015). Expanding the Technology Acceptance Model (TAM) to examine faculty use of Learning Management Systems (LMS). *Journal of Online Learning and Teaching*. 11 (2), 210-233.
- Flom, J. (2011). *The Value of Customer Journey Maps: AUX Designer's Personal Journey*. Retrieved from <https://www.uxmatters.com>.

- Ford R.C., Sturman, M.C., & Heaton, C.P. (2012). *Managing Quality Service inhospitality: How Organizations Achieve Excellence in the Guest Experience*. International Edition. Clifton Park, N.Y.: Delmar, Cengage Learning.
- Ipingbemi, O., (2010). Travel characteristics and mobility constraints of the elderly in Ibadan, Nigeria. *Journal of Transport Geography*. 18, 285-291.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing management* (12th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Kotler, P. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- S. Bari, A. Bavik, H.E. Ekiz, K. Hussain, S. Toner. (1992). *AIRQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Service Quality, Customer Satisfaction, and Repurchase Intention*. (Thesis, Eastern Mediterranean, University Gazimagusa), 1-104
- Timm, P.R. PH.D. (2001). *Customer Service Career Success through Customer Satisfaction* (2nd ed.). New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Wolfe, H.P., (2003). *Adapting airport terminal for an aging population*. OECD-MIT International Symposium e New transportation technology for older people, Paris.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customers Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press,

การจัดการพัฒนาทักษะชีวิตเพื่อการดำรงชีวิตอย่างปกติสุขสำหรับบุคคล ในยุคศตวรรษที่ 21

มนูญพงศ์ ชัยพันธุ์^{1*} พิลารัตน์ สังเกต² และมานิตย์ ชัยพันธุ์³

¹อาจารย์ประจำ, หลักสูตรสาขาวิชาหลักสูตรและการจัดการเรียนรู้ คณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ

²ครูโรงเรียนบ้านบ่อไทย สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเพชรบูรณ์ เขต 3

³นักวิชาการอิสระ

*Corresponding author e-mail: manoonpong.chn@svit.ac.th

วันที่รับบทความ (Received) 18 มกราคม 2567

วันที่รับบทความฉบับแก้ไข (Revised). 30 มีนาคม 2567

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 17 เมษายน 2567

บทคัดย่อ

บทความเชิงวิชาการนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อเสนอแนวทางและกิจกรรมในการพัฒนาทักษะชีวิต (Life Skill) ของบุคคลทุกเพศ ทุกวัยและทุกสาขาอาชีพ ในยุคศตวรรษที่ 21 ซึ่งพบว่า แนวทางในการพัฒนาทักษะชีวิตเพื่อให้บุคคลมีศักยภาพในการดำเนินชีวิตอย่างปกติสุข ท่ามกลางความผันผวนทางสังคมในยุคศตวรรษที่ 21 คือ 1) ต้องพัฒนาด้วยกิจกรรมที่เน้นการทำงานร่วมกันของบุคคลเพื่อให้บุคคลได้มีกระบวนการในการร่วมคิด ร่วมทำและร่วมภาคภูมิใจในผลงานของกลุ่มซึ่งจะนำไปสู่ความภูมิใจในตนเองตามมา 2) ต้องพัฒนา กิจกรรมที่เน้นการพัฒนาระบบการคิดและแก้ปัญหาที่ซับซ้อนซึ่งต้องใช้ทักษะการคิดขั้นสูง เช่น กิจกรรมการแก้ปัญหาสังคมหรือชุมชน กิจกรรมการพัฒนาและสร้างสรรค์สังคม กิจกรรมรณรงค์เพื่อความสุขในสังคม เป็นต้น และ 3) ต้องพัฒนาด้วยกิจกรรมที่เน้นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้าเกี่ยวข้องในการปฏิบัติกิจกรรม เช่น กิจกรรมศึกษาข้อมูลจากแหล่งเรียนรู้ที่อยู่ในรูปข้อมูลสารสนเทศในระบบออนไลน์ กิจกรรมการคิดคำนวณโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป และกิจกรรมที่เน้นการนำเสนอด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยแบบต่าง ๆ เป็นต้น

คำสำคัญ: การพัฒนาทักษะชีวิต การดำรงชีวิตอย่างปกติสุข ยุคศตวรรษที่ 21

THE LIFE DEVELOPMENT SKILLS MANAGEMENT FOR LIVING A NORMAL AND HAPPY LIFE OF INDIVIDUALS IN THE 21ST CENTURY

Manoonpong Chaiyaphan¹, Pilarat Sangket² and Manit Chaiyaphan³

¹Lecture of Curriculum and Learning Management Program Teachers, School of Education
and Arts, Suvarnabhumi Institute of Technology

²Teacher of Banbothai School, Phetchabun Primary Educational Service Area Office 3

³Independent Academic

Abstract

The purpose of this academic article is to present guidelines and activities in developing people life skills of all genders, all ages and all career fields in the 21st century, it was found that the guidelines for developing life skills so that individuals have the potential to lead normal and happy lives amid social fluctuations in the 21st century are: 1) must be developed with activities that focus on working together individuals so that people can have a process of thinking together participate in and be proud of the group's work, which will lead to self-esteem. 2) Must develop activities that focus on developing thinking processes and solving complex problems that require higher-order thinking skills, such as activities, solve social or community problems, social development and creativity activities to promote happiness in society, etc. and 3) must be developed with activities that emphasize the use of digital technology to participate in activities such as activities to study information from learning resources in the form of information in the online system, computational activities using ready-made computer programs and activities that focus on presentations using various types of modern technology, etc.

Keywords: Life Skill Development, Living a Normal Happy Life, The 21st Century

บทนำ

ยุคศตวรรษที่ 21 มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาเกิดขึ้นในทุกองค์กร และเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่าการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนามีความก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็วในทุกด้าน โดยเฉพาะ ด้านการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งถือว่าเป็นเครื่องมือสำคัญต่อการพัฒนาในทุกองค์ประกอบขององค์กรแต่ละองค์กร การเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาดังกล่าวได้เปลี่ยนโลกในศตวรรษที่ 21 ให้มีความแตกต่างจากโลกจากยุคศตวรรษที่ 20 อย่างชัดเจน การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในปัจจุบันก่อให้เกิดทั้งผลดีและปัญหาต่างๆ ตามมาอย่างมากมาย ซึ่งปัญหาแต่ละปัญหาที่เกิดขึ้นก็มีความซับซ้อนมากกว่าในอดีตที่ผ่านมาเช่นกัน ทุกอย่างที่เกิดขึ้นเป็นผลสืบเนื่องมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทำให้โลกกลายเป็นโลกไร้พรมแดน (นำโชค อุ่นเวียน, 2566) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ฌูว์ฌ็อง ล็องทง (2566) ที่กล่าวว่า โลกในศตวรรษที่ 21 มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องในทุกด้านและความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นมีความแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิงจากศตวรรษที่ 19 และ 20 โดยที่เศรษฐกิจ และอุตสาหกรรมที่เคยรุ่งเรืองในอดีตปัจจุบันได้ถูกแทนที่ด้วยเศรษฐกิจและบริการที่อาศัยข้อมูลข่าวสาร ความรู้และนวัตกรรม เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อน จะ

เห็นได้อย่างชัดเจนว่าทุกกิจการที่ดำเนินอยู่ในปัจจุบันทุกหน่วยงานและทุกองค์กร ต่างมีการนำเทคโนโลยีไปใช้ในการอำนวยความสะดวกและเพิ่มผลผลิต ตลอดจนพัฒนางานแทนการใช้แรงงานแบบเดิมอย่างชัดเจน ซึ่งในกรณีนี้ พระณัฐวุฒิ พันทะลี (2563) ได้กล่าวว่า ศตวรรษที่ 21 ปัจจุบันการเมือง การศึกษา อารยธรรมด้านระบบสังคม การสื่อสาร การบริการสาธารณะ เครือข่ายสังคม และทักษะชีวิต ต่างมีพัฒนาการไปอย่างรวดเร็ว โดยอาศัยนวัตกรรมและเทคโนโลยีเข้ามาเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อน ก่อให้เกิดการพัฒนาที่รวดเร็ว จนไม่สามารถที่จะคาดการณ์หรือทำนายได้ว่าผลลัพธ์ของการเปลี่ยนแปลงจะออกมาอย่างไรและเกิดผลกระทบอะไรบ้างกับมนุษย์ในโลก

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าความเจริญทางด้านเทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 ก่อให้เกิดทั้งผลดีและปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของบุคคลทุกเพศ ทุกวัย ทุกสาขาอาชีพและกลุ่มวัฒนธรรมต่างๆ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่ง ยุติชน บุญเทศ (2566) กล่าวว่า สภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อเด็กวัยเรียนเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะด้านการดำเนินชีวิตซึ่งต้องดำเนินไปพร้อมกับพัฒนาการของนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ล้ำสมัย ความคาดหวังของผู้ปกครองต่อบุตรหลานคือ การศึกษาของบุตรหลานตลอดจนการเผชิญสิ่งยั่วยุ หรือตัวแบบที่ไม่เหมาะสมต่าง ๆ รอบตัวจะต้องได้รับการพัฒนาให้บุตรหลานของตนได้รับความรู้และทักษะในการดำเนินชีวิตและสามารถนำความรู้และทักษะเหล่านั้นไปใช้ในการแก้ปัญหาชีวิตได้อย่างแท้จริง ปัจจุบันปัญหาอันเกิดจากความเจริญของเทคโนโลยีได้ส่งผลกระทบอย่างยิ่งต่อเด็กและเยาวชนซึ่งเป็นกำลังสำคัญและอนาคตของชาติ ซึ่งขณะนี้กำลังประสบปัญหาครอบครัวแตกแยก ขาดความอบอุ่น การใช้ ความรุนแรง ติดเกม ติดสิ่งเสพติด มีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร การบริโภคสื่อที่ไม่เหมาะสม เป็นต้น สอดคล้องกับการสำรวจของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2559) พบว่าเด็กและเยาวชนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน บางส่วนมีพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ เช่น 1) เสพติดการเล่นคอมพิวเตอร์จนนำไปสู่การเลียนแบบพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมจากเกมจนนำไปสู่การประพฤติตนที่เป็นโทษภัยหรือก่อให้เกิดความสูญเสียแก่ตนเอง และสังคม 2) นิยมแข่งขันกันในด้านความเร็วโดยการขับขี่ที่ใช้ความเร็วสูง เช่น การแข่งรถมอเตอร์ไซด์ และการใช้รถจักรยานยนต์ในทางผิดกฎหมาย 3) การใช้ความรุนแรงในการตัดสินปัญหา และข้อขัดแย้งรวมถึงทะเลาะวิวาท 4) การมีเพศสัมพันธ์ในวัยที่ไม่สมควรส่งผลให้มีกลุ่มเด็กที่กลายเป็นพ่อแม่ตั้งแต่อายุยังน้อย 5) การมีพฤติกรรมที่นำไปสู่การติดสารเสพติดได้ง่าย และ 6) ขาดหลักยึดเหนี่ยวทางจิตใจ ไม่เห็นความสำคัญของหลักศาสนา ความสัมพันธ์กับคนในครอบครัวค่อนข้างเปราะบาง ติดเพื่อน และติดสื่อ เป็นต้น สภาพปัญหาดังกล่าวเป็นผลมาจากการที่เด็กและเยาวชนขาดทักษะสำคัญที่แต่ละบุคคลควรมีในการดำเนินชีวิตในศตวรรษที่ 21 นั่นคือทักษะชีวิต (Life Skill)

ทักษะชีวิต (Life Skill) คือ ความเชี่ยวชาญหรือความชำนาญอันเป็นความสามารถของบุคคลในการเป็นผู้นำตนเอง เป็นผู้ที่สามารถดูแลตนเองในด้านร่างกาย อารมณ์ จิตใจและสังคมเพื่อให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุขตามศักยภาพ ซึ่งการมีทักษะชีวิตจะทำให้บุคคลมีสภาพการดำรงชีวิตที่มีความสุขสามารถที่จะดำรงตนเพื่อให้อยู่ในสังคมโดยไม่เป็นภาระต่อผู้อื่น ซึ่งทักษะชีวิตที่มีประสิทธิภาพ จะสามารถทำให้บุคคลมีความสามารถในการปรับตัว สามารถเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ทั้งทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ การเมืองและการเปลี่ยนแปลงในด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคล ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าทักษะชีวิตเป็นทักษะที่บุคคลต้องนำไปใช้เพื่อการพัฒนาตนเองในฐานะทรัพยากรมนุษย์ของสังคมโลก ทักษะชีวิตจะช่วยพัฒนาบุคคลทั้งด้านความคิด การปรับตัว การตัดสินใจ การสื่อสาร การจัดการกับอารมณ์ และความเครียด ตลอดจนการแก้ไขปัญหาในชีวิตที่บุคคลอาจต้องประสบในโลกปัจจุบันอย่างคาดไม่ถึง เป็นต้น (World Health Organization, 1994)

ดังนั้นเพื่อให้บุคคลทั่วไป ได้มีความรู้ ทักษะและเจตคติที่ดีต่อการมีทักษะชีวิตที่จำเป็นต่อ การดำเนินชีวิตท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของโลกในยุคศตวรรษที่ 21 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์ของชาติจึงต้องให้ความสำคัญและพยายามค้นหาแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาทักษะชีวิต (Life Skill) ให้เกิดขึ้นในตัวบุคคลเหล่านั้น เพื่อให้บุคคลซึ่งเป็นทรัพยากรสำคัญของประเทศชาติได้มีศักยภาพเพียงพอในการดำรงตนท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงที่ไม่หยุดนิ่งของโลกได้อย่างปกติสุข และสามารถแก้ไขปัญหาตลอดจนอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินชีวิตได้อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ ต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับโลกในศตวรรษที่ 21

คริสต์ศตวรรษที่ 21 หรือที่รู้จักกันโดยทั่วไปว่ายุคศตวรรษที่ 21 โดยเริ่มนับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ค.ศ. 2001 จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม ค.ศ. 2100 ซึ่งเรียกตามปีเริ่มต้นคริสต์ศตวรรษที่ 21 ซึ่ง พัทธวินทร์ โลหา (2562) ได้อธิบายถึง ศตวรรษที่ 21 ว่า คริสต์ศตวรรษที่ 21 เป็นคริสต์ศตวรรษที่ 1 ของคริสต์สหัสวรรษที่ 3 และซึ่งเป็นคริสต์ศตวรรษปัจจุบัน โดยเริ่มนับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ค.ศ. 2001 จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม ค.ศ. 2100 โดยในศตวรรษนี้โลกได้มีการพัฒนาขึ้นในทุกด้านซึ่งเป็นผลมาจากความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี (Technology) และนวัตกรรม (Innovation) ต่างๆที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้นมาอย่างต่อเนื่องนั่นเอง และในปัจจุบันโลกได้ก้าวเข้ามาสู่ศตวรรษ ที่ 21 โดยสมบูรณ์แล้ว โดยโลกในปัจจุบันมีลักษณะเป็นโลกของยุค Digital Technology ที่ได้เข้ามามีบทบาทและเป็นองค์ประกอบสำคัญในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในปัจจุบันและยืนยาวต่อไปในอนาคตอย่างแน่นอน

ลักษณะสำคัญของโลกในศตวรรษที่ 21 คือ อิทธิพลของนวัตกรรมและเทคโนโลยี ซึ่งเป็นเทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามาเกี่ยวข้องและผูกพันกับชีวิตของมนุษย์อย่างมากนับตั้งแต่ต้นจนจนถึงช่วงเวลาการหลับนอนอีกวาระหนึ่งนั้น ชีวิตคนเขาไม่อาจหลีกเลี่ยงจากอิทธิพลของเทคโนโลยีได้เลย อิทธิพลของเทคโนโลยีที่มนุษย์เป็นผู้พัฒนาขึ้นเพื่อการอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน ชีวิตการทำงานและกิจกรรมของชีวิตในวาระต่างๆ ได้ก่อให้เกิดความกลัวขึ้นในใจของมนุษย์มากขึ้นเป็นลำดับ ความกลัวเหล่านี้ล้วนเป็นปัญหาความทุกข์ ความสุขในชีวิตของมนุษย์ในที่สุด ซึ่ง วลัยลักษณ์ คงพระจันทร์ (2565) ได้อธิบายในประเด็นนี้ว่าบทบาทของเทคโนโลยีก่อนเคยเป็นแขน ขาให้กับมนุษย์ ได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและทรงพลัง ในวันนี้ความฉลาดของเทคโนโลยีที่มนุษย์เป็นผู้คิด ผู้สร้างกลับทำให้มนุษย์เกิดความกลัวโดยเฉพาะกลัวการถูกแทนที่ด้วยเทคโนโลยี ข่าวสารของธุรกิจหลากหลายการที่ต้องปิดตัวลงเนื่องจากพลังแห่งความสามารถของเทคโนโลยีและนวัตกรรมนำไปสู่ความหวาดระแวงว่า วันที่มนุษย์ต้องสูญเสียทักษะและความสามารถให้กับความสามารถของเทคโนโลยี วันที่บทบาท อาชีพ และจุดยืนของมนุษย์ถึงจุดวิกฤตด้วยการถูกแทนที่ด้วยเทคโนโลยี มนุษย์จะต้องหาทางจัดการกับวิกฤตการณ์นี้เพราะโลกดิจิทัลได้ขับเคลื่อนไปอย่างรวดเร็ว ด้วยเหตุนี้มนุษย์จึงต้องเรียนรู้ ทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 เพื่อให้รู้เท่าทันและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพื่อความอยู่รอดและก้าวทันโลกเทคโนโลยีโดยเฉพาะเทคโนโลยีดิจิทัล

ทักษะที่จำเป็นของมนุษย์ในศตวรรษที่ 21

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่ามนุษย์ไม่อาจเอาชนะเทคโนโลยีได้อย่างแท้จริง สิ่งที่มนุษย์ต้องกระทำในการใช้ชีวิตท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วอันเป็นผลมาจากอิทธิพลของเทคโนโลยีดิจิทัล คือ การปรับตัวให้สามารถอยู่ร่วมกับเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพมีความรู้ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีเพื่อชีวิตและการรู้เท่าทันอิทธิพลของเทคโนโลยีเป็นสำคัญ โดยสิ่งที่มีมนุษย์จะต้องมีเพื่อให้สามารถดำเนินชีวิตได้อย่างปกติสุขก็คือทักษะในศตวรรษที่ 21 นั่นเอง

1. ความหมายของทักษะในศตวรรษที่ 21

นักวิชาการทางการศึกษาค้นคว้าได้ให้ความหมายและนิยามของทักษะในศตวรรษที่ 21 ไว้คล้ายคลึงกัน ดังนี้

วลัยลักษณ์ คงพระจันทร์ (2565) เสนอว่าทักษะในศตวรรษที่ 21 เป็นทักษะ ความรู้ และความสามารถที่ถือว่าจำเป็นสำหรับบุคคลที่จะเติบโต และประสบความสำเร็จในฐานะบุคคลแห่งศตวรรษที่ 21 สิ่งทีบุคคลแห่งศตวรรษที่ 21 ต้องตระหนักให้มากที่สุด คือ การเตรียมตัวให้พร้อมสำหรับโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ความท้าทาย ตลอดจนอุปสรรคปัญหาที่บุคคลอาจต้องเผชิญอย่างคาดไม่ถึง

นำโชค อุ่นเียง (2566) กล่าวว่า ทักษะในศตวรรษที่ 21" หมายถึงชุดของสมรรถนะหลักที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาของบุคคล เจาะลึกลงไปในทักษะ และสมรรถนะที่สำคัญที่สุดที่บุคคลต้องพัฒนาเพื่อให้ประสบความสำเร็จในอนาคต

ยีน ฌูว์รณ (2567) กล่าวว่า ทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 คือ รูปแบบของสมรรถนะหรือความสามารถที่ต้องเรียนรู้เพื่อนำไปต่อยอดสำหรับการดำรงชีวิตในสังคมที่ซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงอันอย่างรวดเร็ว ซึ่งทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ประกอบไปด้วย 3 กลุ่มทักษะ คือ 1) กลุ่มทักษะพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตในอนาคต 2) กลุ่มทักษะว่าด้วยการจัดการปัญหา ความท้าทาย กับความสามารถในการสื่อสารและความร่วมมือ และ 3) กลุ่มทักษะว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมรอบตัว

จากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า ทักษะในศตวรรษที่ 21 หมายถึง ความเชี่ยวชาญหรือศักยภาพในการพัฒนาและปรับตัวของมนุษย์ให้สามารถดำเนินชีวิตในโลกยุคศตวรรษที่ 21 ได้อย่างมีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ มีความรู้และความสามารถในการบริหารจัดการกับเทคโนโลยีดิจิทัลที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน ได้แก่ การมีความรู้เท่าทันเทคโนโลยี การมีความรู้และทักษะในการใช้เทคโนโลยีให้สอดคล้องกับความต้องการจำเป็นของแต่ละบุคคล และการจัดการกับสภาพแวดล้อมให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับการดำเนินชีวิต เป็นต้น

2. ประเภทของทักษะในศตวรรษที่ 21

ประเภทของทักษะในศตวรรษที่ 21 นั้นนักวิชาการได้แบ่งประเภทหรือกลุ่มของทักษะที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิตในศตวรรษที่ 21 ไว้ดังนี้

สุวิธิตา จรุงเกียรติกุล (2561: ออนไลน์) เสนอประเภทของทักษะที่บุคคลต้องเรียนรู้และพัฒนาให้เกิดขึ้นในตัวบุคคลในศตวรรษที่ 21 ว่าควรประกอบด้วย 1) ทักษะการเรียนรู้ (Learning Skill) ซึ่งประกอบไปด้วย (1) **Critical thinking** คือ การคิดเชิงวิพากษ์และการแก้ปัญหา คือ ความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูล ประเมินสถานการณ์ และคิดอย่างสร้างสรรค์เพื่อแก้ปัญหาที่ซับซ้อน (2) **Creativity** คือ การคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม เช่น การสร้างแนวคิดใหม่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ และการใช้เทคโนโลยีใหม่เพื่อแก้ไขปัญหา (3) **Collaboration** คือ การทำงานเป็นทีม เช่น การทำงานร่วมกับผู้อื่นในทีม การสื่อสาร การแบ่งหน้าที่ การแก้ไขข้อขัดแย้ง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน และ (4) **Communication** คือ การสื่อสาร เป็นการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในรูปแบบต่างๆ เช่น การเขียน การพูด การฟัง การสื่อสารออนไลน์ การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมและระหว่างสังคมต่างๆ 2) ทักษะความเข้าใจและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital & Information Literacy Skills) ซึ่งประกอบด้วย (1) **Information Literacy** คือ ความรู้ความเข้าใจในการใช้ข้อมูล รู้จักค้นหา ประเมิน และใช้ข้อมูลจากแหล่งต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงแหล่งข้อมูลดิจิทัล (2) **Media Literacy** คือ การรู้เท่าทันสื่อ เป็นสามารถวิเคราะห์แหล่งที่มา และแยกแยะระหว่างสิ่งที่น่าเชื่อถือกับสิ่งที่ไม่น่าเชื่อถือ การรู้เท่าทันสื่อมีประโยชน์สำหรับการค้นหาความจริงในโลกที่เต็มไปด้วยข้อมูล และ (3) **Technology Literacy** คือ ความรู้ด้านเทคโนโลยีในคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่

เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี การรู้จักเครื่องมือเหล่านี้ส่งผลให้คุณสามารถปรับตัวเข้ากับโลกเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ 3) ทักษะชีวิต (Life Skills) ซึ่งประกอบด้วย (1) **Flexibility** คือ การมีความยืดหยุ่น เป็นความสามารถปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงและสิ่งที่ไม่คุ้นเคยได้อย่างกลมกลืน (2) **Leadership** คือ ความเป็นผู้นำ สามารถสร้างแรงจูงใจให้ทีมบรรลุเป้าหมาย (3) **Initiative** คือ การมีความคิดริเริ่ม สามารถเริ่มต้นโครงการ หรือแผนการต่าง ๆ ด้วยตัวเอง (4) **Productivity** คือ ความสามารถในการทำงานให้สำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในโลกที่ก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งเกี่ยวข้องกับการใช้ทักษะและกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อบรรลุผลลัพธ์ที่ต้องการ (5) **Social Skills** คือ ความสามารถในการโต้ตอบและสื่อสารกับผู้อื่นอย่างมีประสิทธิภาพในโลกที่มีความหลากหลายและเชื่อมโยงถึงกัน ทักษะเหล่านี้จำเป็นสำหรับการทำงานร่วมกับผู้อื่น

วลัยลักษณ์ คงพระจันทร์ (2565: ออนไลน์) เสนอว่า ทักษะที่สำคัญในศตวรรษที่ 21 ได้แก่ 1) ทักษะความเข้าใจและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล คือ รู้จักใช้ประโยชน์ และป้องกันตัวเองให้พ้นจากภัยจากโลกออนไลน์ได้ เช่น Information Literacy หรือ ความรู้ความเข้าใจข้อมูล สามารถแยกแยะข้อมูลจริงและเท็จ แล้วนำไปใช้ประโยชน์ได้ Media Literacy หรือ ความรู้เท่าทันสื่อสารสนเทศ สามารถแยกแยะสื่อที่น่าเชื่อถือและไม่น่าเชื่อถือได้ Technology Literacy หรือ ความรู้ความเข้าใจในคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์เกี่ยวเนื่อง สามารถเข้าใจภาษาที่ใช้สื่อสารกับคอมพิวเตอร์ได้ 2) ทักษะการเรียนรู้ เพราะความรู้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง มนุษย์ต้องมีความสามารถในการเรียนรู้และทำความเข้าใจกับสิ่งใหม่ๆ หรือ Life Long Learning ประกอบไปด้วย Critical Thinking คือ ทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณ คือ “คิดเป็น” เป็นกระบวนการจับประเด็นปัญหา หาข้อมูลอย่างไม่มีอคติ สรุปปัญหา และตัดสินใจเชื่อหรือลงมือปฏิบัติแก้ปัญหาคollaboration คือ ทักษะในการทำงานร่วม เช่น คิดแบบ Win-Win, มี Mindset แบบ Team-Oriented ได้แก่ Inside-out เช่น การเข้าใจตนเอง และ Outside-In เข้าใจผู้อื่น Empathy, Deep Listening Creativity คือ ความคิดเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ Positive Thinking, Constructive Thinking และ Creative Thinking เป็นต้น Communication คือ ทักษะในการสื่อสารทั้งการพูด การเขียน การนำเสนอ และการใช้เครื่องมือ และ 3) ทักษะชีวิต คือ เข้าใจตนเองและรู้จักปรับตัวเข้ากับบริบทของสังคมที่เปลี่ยนไป ซึ่งเป็นทักษะพื้นฐานที่เด็กๆ ควรมีในการดำเนินชีวิต ได้แก่ Flexibility หรือ ความยืดหยุ่น ปรับตัว ปรับใจ ปรับวิธีการ รับมือความเปลี่ยนแปลงได้ Leadership หรือ ทักษะความเป็นผู้นำ คือ รู้จักนำ รู้จักตาม รับฟัง ประสานประโยชน์ (Synergy) Initiative หรือ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ Productivity หรือ การใช้ชีวิตให้ได้ประโยชน์สูงสุด เช่น การมีเป้าหมาย มีวินัย และการบริหารเวลา และ Social Skills หรือ ทักษะทางด้านสังคม

ยีน ภูววรรณ (2567: ออนไลน์) กล่าวว่า ทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ประกอบไปด้วย 3 สาระการเรียนรู้หลัก กับ 16 ทักษะการเรียนรู้ ตามที่องค์การ World Economic Forum ได้ทำการสำรวจและวิเคราะห์ทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 จากความต้องการจากตลาดแรงงานทั่วโลกและสรุปได้เป็น 3 กลุ่มทักษะ คือ 1) กลุ่มทักษะพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตในอนาคต ได้แก่ ทักษะด้านภาษา (Literacy) ทักษะด้านการคำนวณ (Numeracy Scientific Literacy) ทักษะ ด้านวิทยาศาสตร์ (Science Literacy) ทักษะด้านเทคโนโลยี (ICT Literacy) ทักษะด้านเศรษฐศาสตร์ การเงิน และภาวะการเป็นผู้ประกอบการ (Financial Literacy) และทักษะด้านสังคมและวัฒนธรรม (Cultural and Civic Literacy) 2) กลุ่มทักษะว่าด้วยการจัดการปัญหา ความท้าทาย กับความสามารถในการสื่อสารและความร่วมมือ ได้แก่ ทักษะด้านการแก้ปัญหา (Critical Thinking/ Problem Solving) ทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ทักษะด้านการสื่อสาร (Communication) และ ทักษะด้านการร่วมมือ (Collaboration) และ 3) กลุ่มทักษะว่าด้วยการเปลี่ยนแปลง

ของสภาพแวดล้อมรอบตัว ได้แก่ การอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) การคิดริเริ่ม (Initiative) ความวิริยะ (Persistence/grit) การปรับตัว (Adaptability) ภาวะผู้นำ (Leadership) และ ความตื่นรู้ทางสังคมและวัฒนธรรม (Social and Cultural awareness)

World Economic Forum (2023: ออนไลน์) ได้ทำการศึกษาเพื่อวิเคราะห์ความต้องการของตลาดแรงงาน ตลอดจนความต้องการในการใช้เทคโนโลยีในองค์กรต่าง ๆ ทั่วโลก ผลการศึกษาได้สรุปทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 ได้เป็น 16 ทักษะ ซึ่งจัดได้เป็นกลุ่มทักษะ 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มทักษะพื้นฐานที่จำเป็นต้องใช้ในการปฏิสัมพันธ์กับกับบุคคลในบริบทที่แตกต่างกัน (Foundational Literacies) ทั้งนี้เพราะเทคโนโลยีและความรู้ใหม่ๆได้ก่อให้เกิดบริบทการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ซึ่งทักษะเหล่านี้ ได้แก่ การใช้ภาษา (Literacy) การคำนวณ (Numeracy) การใช้เทคโนโลยี (ICT Literacy) การใช้วิทยาศาสตร์กับสิ่งรอบตัว (Scientific Literacy) การเป็นส่วนหนึ่งของสังคมและวัฒนธรรม (Cultural & Civic Literacy) หรือแม้กระทั่ง การจัดการด้านการเงิน (Financial Literacy) ที่รวมไปถึง วิธีการเป็นผู้ประกอบการ หรือ entrepreneurship ก็นับเป็นทักษะที่จำเป็นต่อการใช้ชีวิตเช่นกัน 2) กลุ่มทักษะที่ต้องนำมาใช้ในการจัดการกับปัญหาหรือความท้าทายที่ต้องเจอในชีวิต (Competencies) ซึ่งปัญหาหรือความท้าทายที่เกิดขึ้นในโลกปัจจุบันมีความซับซ้อนมากขึ้นกว่าปัญหาหรือความท้าทายในอดีต ซึ่งกลุ่มทักษะนี้ถือว่าเป็นทักษะสำคัญที่ต้องนำมาใช้ร่วมกับการวิเคราะห์ปัญหาเพื่อให้สามารถจัดการกับปัญหาได้อย่างถูกต้อง (Critical Thinking) ใช้วิธีการแก้ปัญหาในเชิงสร้างสรรค์ (Creativity) สื่อสารและทำงานร่วมกับผู้อื่น (Communication & Collaboration) เพื่อการแก้ปัญหาร่วมกัน ซึ่งกลุ่มทักษะดังกล่าวเรียกว่า “4C” ถือว่าเป็นทักษะสำคัญที่ทำให้มนุษย์มีความโดดเด่นและมีความสามารถเหนือกว่าคอมพิวเตอร์ หรือเป็นความสามารถที่คอมพิวเตอร์ทำไม่ได้ ในปัจจุบัน ทั้งนี้เพราะปัญหาบางประการนั้นมีความซับซ้อนและมีปัจจัยตลอดจนข้อจำกัดต่างๆ ที่หลากหลาย ซึ่งต้องอาศัยความสามารถในการวิเคราะห์เชิงลึกเพื่อหาค้นหาสาเหตุของปัญหานั้นให้ถูกต้องตรงกับความเป็นจริง (Critical Thinking) และยังต้องการความคิดสร้างสรรค์และการคิดนอกกรอบ (Creativity) เพื่อสร้างแนวคิดใหม่สำหรับการแก้ปัญหา ตลอดจนสามารถถ่ายทอดวิธีการแก้ปัญหาออกมาให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Communication) ประการสำคัญบุคคลต้องสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นที่มีความสามารถ แนวคิดและพื้นฐานทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ได้อย่างราบรื่น (Collaboration) และ (3) กลุ่มทักษะที่ใช้ในการจัดการตัวเองกับสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว (Character Qualities) เช่น ความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) การริเริ่มสร้างสรรค์ (Initiative) ความพยายามในการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ (Persistence/Grit) ความสามารถในการปรับตัวเข้ากับสังคมและสภาพแวดล้อม (Adaptability) ความเป็นผู้นำ (Leadership) และความตระหนักถึงสังคมและวัฒนธรรม (Social & Cultural Awareness) ด้วยเหตุนี้อาจสรุปได้ว่าสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้เด็กยุคใหม่ต้องก้าวตามให้ทัน ทักษะเหล่านี้จึงมีความสำคัญมากขึ้น เพื่อที่จะได้ไม่เป็นคนที่ตามหลังคนอื่นอยู่เสมอ และเป็นคนที่มีคุณภาพ (Character Qualities) นั่นเอง

จากแนวคิดข้างต้นสรุปได้ว่า ทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 มีความสำคัญที่ส่งผลให้บุคคลสามารถเติบโตในโลกที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ประสบความสำเร็จในตลาดงาน ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยให้มีความคิดสร้างสรรค์ เรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต และปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ได้ ทักษะเหล่านั้น ได้แก่ 1) ทักษะพื้นฐานที่ใช้ในการเรียนรู้สิ่งใหม่ เช่น ทักษะด้านการใช้ภาษา ทักษะการคิดขั้นสูง ทักษะการสื่อสาร ทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่น และทักษะในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการเรียนรู้ เป็นต้น 2) ทักษะด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี เช่น ความรู้ความเข้าใจธรรมชาติของเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยีเพื่อสนองความต้องการในชีวิตประจำวัน ทักษะด้านเศรษฐศาสตร์และการเงิน 3) ทักษะชีวิต เช่น การเข้าใจตนเอง

และอื่น การปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป ความเป็นผู้นำ ความคิดริเริ่ม การทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย ทักษะในการอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคม และทักษะการแก้ปัญหา เป็นต้น

ทักษะชีวิต (Life Skill)

1. ความหมายของทักษะชีวิต (Life Skill)

ทักษะชีวิต (Life Skill) หมายถึง ความสามารถของบุคคลที่จัดการกับปัญหาต่าง ๆ ในสถานการณ์ปัจจุบันและเตรียมพร้อมสำหรับการปรับตัวในอนาคต (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2559)

ทักษะชีวิต (Life Skill) หมายถึง สิ่งที่นักเรียนจะได้เรียนรู้และสร้างได้ด้วยตนเอง ทั้งการเรียนรู้ที่จะเห็นอกเห็นใจผู้อื่น มีความยืดหยุ่นในชีวิต และปรับตัวเข้ากับโลกที่เปลี่ยนแปลง เพื่อสามารถเผชิญปัญหาต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัว และเตรียมพร้อมสำหรับอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ (โรงเรียนนานาชาติบางนา, 2565)

ทักษะชีวิต (Life Skill) หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการจัดการกับตนเองและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้มีความสุขตามสภาพ และความสุขความปลอดภัยในสังคม ซึ่งเป็นการพัฒนาทักษะพื้นฐานของบุคคล โดยบูรณาการองค์ความรู้ และกระบวนการเรียนรู้ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันเข้าด้วยกัน (สำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้จังหวัดจันทบุรี, 2566: ออนไลน์)

ทักษะชีวิต (Life Skill) หมายถึง คุณลักษณะ หรือความสามารถเชิงสังคม จิตวิทยา (Psychosocial Competence) ที่เป็นทักษะภายในที่จะช่วยให้บุคคลสามารถเผชิญสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเตรียมความพร้อมสำหรับการปรับตัวในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการดูแลสุขภาพ เอดส์ ยาเสพติด ความปลอดภัย สิ่งแวดล้อม คุณธรรมจริยธรรม ฯลฯ เพื่อให้สามารถมีชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข หรือจะกล่าวง่าย ๆ ทักษะชีวิต ก็คือความสามารถในการแก้ปัญหาที่ต้องเผชิญในชีวิตประจำวันเพื่อให้อยู่รอดปลอดภัย และสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข (ประเสริฐ ต้นสกุล และคณะ, 2558)

การให้ความหมายของทักษะชีวิต (Life Skill) ดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ทักษะชีวิต (Life Skill) หมายถึง ความสามารถที่เป็นศักยภาพภายในตัวของบุคคลที่จะช่วยให้สามารถเผชิญสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเตรียมพร้อมสำหรับการปรับตัวในอนาคต ในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิตประจำวัน ได้แก่ การดูแลสุขภาพความปลอดภัย สิ่งแวดล้อม การเป็นผู้มีคุณธรรมจริยธรรม และมีความสามารถแก้ปัญหาที่ต้องเผชิญในชีวิตประจำวันได้อย่างราบรื่น เป็นต้น ซึ่งจะส่งผลให้บุคคลสามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างปกติสุข

2. องค์ประกอบของทักษะชีวิต

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2559) ได้กำหนดองค์ประกอบทักษะชีวิตที่สำคัญที่จะสร้างและพัฒนาเป็นภูมิคุ้มกันชีวิตให้แก่เด็กและเยาวชนในสภาพสังคมปัจจุบันและเตรียมพร้อมสำหรับอนาคตไว้ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การตระหนักรู้และเห็นคุณค่าในตนเองและผู้อื่น หมายถึง การรู้จักความถนัดความสามารถ จุดเด่น จุดด้อยของตนเอง เข้าใจความแตกต่าง ของแต่ละบุคคล รู้จักตนเอง ยอมรับเห็นคุณค่าและภาคภูมิใจในตนเองและผู้อื่น มีเป้าหมายในชีวิต และมีความรับผิดชอบ 2) การคิดวิเคราะห์ ตัดสินใจ และแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ หมายถึง การแยกแยะข้อมูลข่าวสาร ปัญหาและสถานการณ์รอบตัว วิพากษ์วิจารณ์ และประเมินสถานการณ์รอบตัวด้วยหลักเหตุผลและข้อมูลที่ถูกต้องรับรู้ปัญหา สาเหตุของปัญหา หาทางเลือกและตัดสินใจแก้ปัญหาใน สถานการณ์ต่าง ๆ อย่างสร้างสรรค์ 3) การจัดการกับอารมณ์และความเครียด หมายถึง ความเข้าใจและรู้เท่าทันภาวะอารมณ์ของบุคคลรู้สาเหตุของความเครียด รู้วิธีการ

ควบคุม อารมณ์และความเครียด รู้วิธีผ่อนคลาย หลีกเลี่ยงและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่จะก่อให้เกิดอารมณ์ไม่พึงประสงค์ไปในทางที่ดี และ 4) การสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับผู้อื่น หมายถึง การเข้าใจมุมมอง อารมณ์ความรู้สึกของผู้อื่น ใช้ภาษาพูดและภาษากาย เพื่อสื่อสารความรู้สึก นึกคิดของตนเอง รับรู้ความรู้สึกนึกคิดและความต้องการของผู้อื่น วางตัวได้ถูกต้อง เหมาะสมในสถานการณ์ต่าง ๆ ใช้การสื่อสารที่สร้าง สัมพันธภาพที่ดีสร้างความร่วมมือและทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข

World Health Organization. (สำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้จังหวัดจันทบุรี, 2566) เสนอว่า องค์ประกอบของทักษะชีวิตจะมีความแตกต่างกันตามวัฒนธรรมและสถานที่ แต่ทักษะชีวิตที่จำเป็นที่สุดที่ทุกคนควรมี ซึ่งองค์การอนามัยโลกได้สรุปไว้ และถือเป็นหัวใจสำคัญในการดำรงชีวิต คือ 1) ทักษะการตัดสินใจ (Decision Making) เป็นความสามารถในการตัดสินใจเกี่ยวกับเรื่องราวต่าง ๆ ในชีวิตได้อย่างมีระบบ เช่น ถ้าบุคคลสามารถตัดสินใจเกี่ยวกับการกระทำของตนเองที่เกี่ยวกับพฤติกรรมด้านสุขภาพ หรือความปลอดภัยในชีวิต โดยประเมินทางเลือกและผลที่ได้จากการตัดสินใจเลือกทางที่ถูกต้องเหมาะสม ก็จะมีผลต่อการมีสุขภาพที่ดีทั้งร่างกายและจิตใจ 2) ทักษะการแก้ปัญหา (Problem Solving) เป็นความสามารถในการจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างมีระบบ ไม่เกิดความตึงเครียดทางกายและจิตใจ จนอาจลุกลามเป็นปัญหาใหญ่โตเกินแก้ไข 3) ทักษะการคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking) เป็นความสามารถในการคิดที่จะเป็นส่วนช่วยในการตัดสินใจและแก้ไขปัญหาโดยการคิดสร้างสรรค์ เพื่อค้นหาทางเลือกต่าง ๆ รวมทั้งผลที่จะเกิดขึ้นในแต่ละทางเลือก และสามารถนำประสบการณ์มาปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างเหมาะสม 4) ทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณ (Critical Thinking) เป็นความสามารถในการคิดเชิงวิเคราะห์เมื่อมีข้อมูลต่าง ๆ เข้ามาในชีวิตสามารถประเมินปัญหา ตลอดจนสถานการณ์ที่เกิดขึ้นและมีผลต่อการดำเนินชีวิตในสังคม 5) ทักษะการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ (Effective Communication) เป็นความสามารถในการสื่อสาร ได้แก่ การใช้คำพูด ตลอดจนการใช้ท่าทางเพื่อแสดงความรู้สึก ความรู้และความคิดของตนเองอย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่ต้องเผชิญ เช่น การแสดงความคิดเห็น การแสดงความต้องการ การแสดงความชื่นชม การขออภัย การเจรจาต่อรอง การดักเตือน การช่วยเหลือ และการปฏิเสธ เป็นต้น 6) ทักษะการสร้างสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Relationship) คือ ความสามารถในการสร้างสัมพันธ์ที่ดีต่อกันของบุคคล และมีความสามารถในการคงไว้ซึ่งสัมพันธ์ที่ดีนั้นไว้อย่างยั่งยืน 7) ทักษะการตระหนักรู้ในตนเอง (Self-awareness) คือ ความรู้ ความสามารถในการเข้าใจตนเอง รู้จักค้นหาจุดเด่นจุดด้อยของตนเองเพื่อพัฒนาให้ดีขึ้น รู้ความต้องการและความไม่ต้องการใดๆที่แท้จริงของตนเอง ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจตัวเองในการที่ต้องพบกับสถานการณ์ต่างๆที่เป็นปัญหาหรืออุปสรรคใดๆในชีวิต ทักษะนี้ถือว่าเป็นพื้นฐานของการพัฒนาทักษะอื่น ๆ เช่น การสื่อสาร การสร้างความสัมพันธ์ การตัดสินใจ และความเข้าใจผู้อื่น 8) ทักษะการเข้าใจผู้อื่น (Empathy) คือการมีความสามารถในการทำความเข้าใจถึงความเหมือนและความแตกต่างระหว่างบุคคล ได้แก่ ความแตกต่างกันในด้านความสามารถ ความแตกต่างกันในด้านเพศ ความแตกต่างกันในด้านวัย ความแตกต่างกันในการศึกษา ความแตกต่างกันในด้านศาสนา ความแตกต่างกันในด้านความเชื่อ ความแตกต่างกันในด้านสีผิว และความแตกต่างกันในด้านอาชีพ เป็นต้น ซึ่งช่วยให้บุคคลสามารถยอมรับบุคคลอื่นที่มีความแตกต่างจากตนเองได้ นำไปสู่การมีจิตใจที่ต้องการช่วยเหลือบุคคลอื่นที่มีความสามารถดีกว่า หรือบุคคลที่ได้รับความเดือดร้อนมากกว่าตน เป็นต้น 9) ทักษะการจัดการกับอารมณ์ (Coping with Emotion) คือ ความสามารถในการเข้าใจอารมณ์ของตนเองและเข้าใจอารมณ์ของผู้อื่น มีความตระหนักว่าอารมณ์มีผลต่อการแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ เสมอ มีความรู้และทักษะในการจัดการกับอารมณ์โกรธ อารมณ์เศร้า ที่ส่งผลเสียต่อร่างกายและจิตใจได้อย่างเหมาะสม และ 10) ทักษะการจัดการกับความเครียด (Coping with Stress) เป็น

ความสามารถในการรับรู้ถึงสาเหตุของความเครียด รู้วิธีผ่อนคลายความเครียด และแนวทางในการควบคุมระดับความเครียด เพื่อให้เกิดการเบี่ยงเบนพฤติกรรมไปในทางที่ถูกต้องเหมาะสมและไม่เกิดปัญหาด้านสุขภาพ

โสภา กักบางยางและคณะ (2565) กล่าวว่า ทักษะชีวิตร่วมสมัย 3 มีประการ คือ ประการที่ 1 ทักษะการคิด (Thinking Skill) ประกอบด้วย 1) การตัดสินใจ 2) การคิดแก้ปัญหา 3) การคิดมุ่งอนาคต และ 4) การคิดสร้างสรรค์ ประการที่ 2 ทักษะการสื่อสาร (Communication Skill) ประกอบด้วย 1) การสร้างสัมพันธภาพและการสื่อสาร และ 2) การปฏิเสธ และประการที่ 3 ทักษะทางอารมณ์ (Emotion Skill) ประกอบด้วย 1) การตระหนักรู้ในตนเอง และ 2) การจัดการกับอารมณ์ของตนเอง

Botvin (2006) ได้แบ่งองค์ประกอบของทักษะชีวิตออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) ทักษะการดำรงชีวิตประจำวัน (Daily Life Skills) เป็นทักษะที่จำเป็นต้องใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวัน ผู้ที่มีทักษะด้านนี้จะแสดงความสามารถออกมาให้ปรากฏจนเป็นนิสัยที่เห็นได้อย่าง ชัดเจน ได้แก่ ความสามารถในการบริหารจัดการระบบการเงิน (Managing Personal Finances) เช่น นับ และทอนเงินได้ถูกต้อง รู้จักออมทรัพย์และตรวจสอบบัญชีเงินฝากของตน รู้จักควบคุมงบประมาณ การใช้จ่ายให้คงที่ รู้วิธีบันทึกค่าใช้จ่าย จ่ายโดยใช้เงินสด และบัตรเครดิตด้วยความรับผิดชอบ สามารถคำนวณภาษีเงินได้ ไม่หลีกเลี่ยงการเสียภาษี ชำระเงินตามใบเรียกเก็บเงินตรงตามกำหนดเวลา ความสามารถในการเลือกและจัดการงานบ้าน (Selecting and Managing a Household) เช่น รู้จักดูแลรักษากitchen ให้สะอาดน่าอยู่ ทำงานบ้านได้ รู้จักวางแผนและ เตรียมอาหารการกินของตนเอง ความสามารถในการดูแลตนเอง (Caring for Personal Needs) เช่น รู้จักเอาใจใส่สุขภาพของตนเอง มีจิตใจเบิกบาน แต่งกายได้เหมาะสม หลีกเลี่ยงการใช้สารเสพติด มีความรู้เกี่ยวกับโรคภัยไข้เจ็บและสามารถดูแลป้องกันตนเอง รู้จักออกกำลังกาย รู้หลักโภชนาการและการควบคุมน้ำหนัก การตระหนักถึงความปลอดภัย (Safety Awareness) เช่น มีความรู้เกี่ยวกับ เครื่องหมาย หรือสัญลักษณ์ที่แสดงถึงความปลอดภัย มีความไวต่อการรับรู้เสียงหรือกลิ่นที่ผิดแปลกไปจากเดิม สามารถถอนตัวออกจากเหตุการณ์ที่คับขัน ความสามารถในการจัดหา จัดเตรียม และการบริโภคอาหาร (Raising, Preparing and Consuming Food) เช่น รู้จักเลือกซื้อและวางแผนรายการอาหาร รู้จักทำความสะอาดบริเวณประกอบอาหาร รู้วิธีเก็บถนอมอาหารและวิธีเตรียมอาหาร อ่านป้ายฉลาก และปฏิบัติตามคำแนะนำบนฉลากได้ แสดงนิสัยการกินที่ดี วางแผนรับประทานอาหารแต่ละมื้อในสัดส่วนที่สมดุล ความสามารถในการซื้อและถนอมเครื่องแต่งกาย (Buying and Caring for Clothing) เช่น รู้วิธีซักรีดเสื้อผ้าชนิดต่าง ๆ สามารถซ่อมแซมเสื้อผ้าและเก็บรักษาเสื้อผ้า ตลอดจนต่อรองราคาเสื้อผ้าได้ การแสดงออกถึงการเป็นพลเมืองดี (Exhibiting Responsible Citizenship) เช่น แสดงความรับผิดชอบต่อและมีความรู้เรื่องสิทธิมนุษยชน รายงานเรื่องอาชญากรรมได้ มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย และการปกครองระดับท้องถิ่นหรือระดับประเทศ และปฏิบัติตาม กฎหมายได้อย่างถูกต้อง ความสามารถในการใช้เครื่องนันทนาการและการใช้เวลาว่าง (Using Recreational Facilities and Engaging in Leisure Activities) เช่น รู้จักหาแหล่งพักผ่อนหย่อนใจเท่าที่มีอยู่ในชุมชน รู้จักเลือกและวางแผนทำกิจกรรมกับบุคคลและกลุ่ม เป็นต้น และความสามารถในการอยู่ร่วมกับชุมชน (Getting Around The Community) เช่น สามารถแยกแยะบริเวณต่าง ๆ ในชุมชนและระบุสถานที่ตั้งของชุมชนได้ รู้กฎจราจรและวิธีรักษาความปลอดภัยในชุมชน เข้าใจและรู้จักใช้แผนที่ของชุมชน เป็นต้น 2) ทักษะเฉพาะบุคคลและทักษะทางสังคม (Personal and Social Skills) เป็นทักษะที่จำเป็นต่อการทำงานและการสร้างมิตรภาพ ได้แก่ ความสามารถในการรู้จักตนเอง (Self – awareness) เช่น สามารถบอกความต้องการด้าน ร่างกายและจิตใจของตนเอง ระบุความสนใจ ความสามารถ และลักษณะอารมณ์ของตนเองได้ รู้วิธีดูแลบำรุงรักษาสุขภาพ เป็นต้น การสร้างความมั่นใจในตนเอง (Self-confidence) เช่น สามารถทำให้ผู้อื่นเห็นถึงคุณค่าของตน บอกได้ว่าผู้อื่นมีการรับรู้ในตนเองอย่างไร ยอมรับผู้อื่น กล่าวคำชมและวิจารณ์ผู้อื่นได้ เป็นต้น ซึ่งการแสดง

พฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Behavior) เช่น ยอมรับในสิทธิและทรัพย์สินของผู้อื่นตระหนักในอำนาจหน้าที่และรู้จักปฏิบัติตาม คำแนะนำต่าง ๆ แสดงพฤติกรรมที่เหมาะสมในที่สาธารณะ มีมารยาททางสังคมและมารยาทในการรับประทานอาหาร เป็นต้น ความสามารถด้านมนุษยสัมพันธ์ (Good Interpersonal) เช่น รู้จักฟังและ โต้ตอบผู้อื่นมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่นและสามารถดำรงความสัมพันธ์นั้นให้ยืนยาว เป็นต้น ความสามารถในการพึ่งพาตนเอง (Independence) เช่น สามารถทำสิ่งต่าง ๆ ได้โดยไม่ร้องขอความช่วยเหลือจากผู้อื่น สามารถท่องเที่ยวไปในสถานที่ต่าง ๆ ในชุมชนได้ตามลำพัง รู้จักเปลี่ยนแปลงตารางการเดินทางเมื่อเผชิญกับปัญหา รู้วิธีเลือกคบหาเพื่อน เป็นต้น ความสามารถในการแก้ไขปัญหา (Problem-solving) เช่น รู้จักขอความช่วยเหลือจาก ผู้อื่นในยามจำเป็นรู้จักพัฒนาและประเมินทางเลือกในการแก้ปัญหา สามารถหาทางแก้ปัญหาและวางแผนแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง ความสามารถในการติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น (Communicating with others) เช่น สามารถรับรู้และโต้ตอบกับผู้อื่นได้ทุกสถานการณ์ ติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นด้วยความในยามจำเป็น รู้จักพัฒนาและประเมินทางเลือกในการแก้ปัญหา สามารถหาทางแก้ปัญหาและวางแผนแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง และ 3) ทักษะการประกอบอาชีพ (Occupational Skills) เป็นทักษะที่จำเป็นต่อความสำเร็จในการประกอบอาชีพ ได้แก่ ความรอบรู้และความสามารถในการสำรวจทางเลือกอาชีพ (Knowing and Exploring Occupational Choices) เช่น รู้วิธีสำรวจความเป็นไปได้ของอาชีพ บอกผลตอบแทนที่เกิดจากการทำงานแต่ละอาชีพได้ สามารถจัดกลุ่มงานออกเป็นประเภทต่าง ๆ ได้ ความสามารถในการคัดเลือกและวางแผนทางเลือกอาชีพ (Selecting and Planning Occupational Choices) เช่น บอกความถนัดในงานแต่ละประเภทได้ระบุความ ต้องการที่จำเป็นของงานแต่ละชนิดได้ การแสดงนิสัยและพฤติกรรมที่เหมาะสมในการทำงาน (Exhibiting Appropriate Work Habits and Behavior) เช่น รู้จักปฏิบัติตามกฎ/ ระเบียบของสำนักงานได้ เห็นความสำคัญของการไป ทำงานและการตรงต่อเวลา ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ตั้งใจทำงาน และทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ความสามารถในการแสวงหางาน/ การรักษาความปลอดภัยและการรักษางาน (Seeking, Securing, and Maintaining Employment) เช่น รู้วิธีหางาน วิธีสมัครงาน วิธีการตอบสัมภาษณ์ และ รู้จักปรับตัวหลังจากเข้าไปทำงานแล้วและความสามารถในการดูแลสุขภาพ (Exhibiting Sufficient Physical and Manual Skill) เช่น มีความแข็งแรง อดทน ทนทาน ร่างกายมีการทำงานประสานกันเป็นอย่างดี ความสามารถในการประกอบอาชีพ (Obtaining Specific Occupational Skills) เช่น รู้จักนำประสบการณ์ที่ได้จากการฝึกงานในโรงเรียนหรือจากการทดลองปฏิบัติงานไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการทำงาน

จากแนวคิดข้างต้นสรุปได้ว่า องค์ประกอบของทักษะชีวิตประกอบด้วย 4 องค์ประกอบสำคัญ คือ 1) ทักษะเฉพาะบุคคล ได้แก่ ความเข้าใจหรือการรู้จักตนเอง ความเคารพและภูมิใจในตนเอง การจัดการกับอุปสรรคและปัญหาชีวิต การดูแลสุขภาพของตนเอง และการมีเป้าหมายในชีวิตที่ชัดเจน เป็นต้น 2) ทักษะการใช้ชีวิตในสังคม ได้แก่ ความสามารถในการสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลอื่น ความมีจิตสาธารณะ การร่วมคิดร่วมทำกับบุคคลอื่น การจัดการกับสิ่งแวดล้อมรอบตัว การตัดสินใจและแก้ปัญหาอย่างมีส่วนร่วม และการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์และสร้างสรรค์ 3) ทักษะการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับศตวรรษที่ 21 ได้แก่ ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับข้อดีและข้อจำกัดของเทคโนโลยีดิจิทัล ความสามารถในการสื่อสาร ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี ตามความสนใจ และ ความสามารถในการเรียนรู้ตลอดชีวิต และ 4) ทักษะเฉพาะอาชีพและการทำงาน ได้แก่ ความรู้และทักษะที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพและหน้าที่การงานที่ปฏิบัติอยู่ในปัจจุบัน ความรู้และทักษะในการพัฒนาอาชีพและภาระหน้าที่ให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ความตระหนักในคุณค่าของอาชีพและงานที่ปฏิบัติ และความรักและผูกพันต่ออาชีพและองค์กรการ เป็นต้น

การพัฒนาทักษะชีวิตที่สอดคล้องกับศตวรรษที่ 21

การพัฒนาทักษะชีวิตที่สอดคล้องกับสภาวะการเปลี่ยนแปลงของศตวรรษที่ 21 เป็นสิ่งสำคัญที่หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนโดยเฉพาะหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาต้องตระหนักในความสำคัญและความจำเป็นให้มากขึ้น กิจกรรมและกระบวนการในการพัฒนาทักษะชีวิตของมนุษย์ในศตวรรษที่ 21 ที่เหมาะสมมีหลากหลายรูปแบบ ซึ่งผู้เขียนขอเสนอบางรูปแบบที่ควรนำไปใช้ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของชาติ ดังนี้

ธีร ทิพภฤต และคณะ (2555) กล่าวว่า กิจกรรมพัฒนาทักษะชีวิตต้อง 1) เป็นกิจกรรมที่บุคคลมีส่วนร่วมในการค้นหาความรู้หรือสร้างความรู้ร่วมกัน เพื่อช่วยให้บุคคลได้พัฒนาทักษะชีวิตในด้านการคิดวิเคราะห์การคิดตัดสินใจ และแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ได้อย่างได้แก่ กิจกรรมที่บุคคลได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น ได้วิพากษ์วิจารณ์ ได้สืบค้นหรือศึกษาค้นคว้า ได้ สังเคราะห์ความรู้จากสื่อและแหล่งเรียนรู้ต่างๆ ที่เชื่อมโยงกับการใช้ชีวิตจริงและการดำเนินชีวิตในอนาคตและ 2) เป็นกิจกรรมที่บุคคลได้ทำร่วมกัน ได้ลงมือปฏิบัติได้ประยุกต์ใช้ความรู้ที่เรียนมา เช่น กิจกรรมค่าย กิจกรรมชมรม/ ชุมนุม กิจกรรมโครงงาน/ โครงการ กิจกรรมจิตอาสา เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ช่วยกระตุ้นให้เกิดการพัฒนา ทักษะชีวิตได้เนื่องจากบุคคลได้ใช้ทักษะการสื่อสารและเสริมสร้างสัมพันธภาพระหว่างกลุ่ม ได้ฝึกการจัดการกับอารมณ์และความเครียดของตนเอง ได้รับรู้ความคิดเห็นของผู้อื่น ทำให้เข้าใจผู้อื่น และนำไปสู่การยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น พร้อมกันนั้นยังได้ฝึกไตร่ตรอง ทำความเข้าใจและตรวจสอบตนเองไปด้วย ช่วยให้เข้าใจตนเองและเห็นใจผู้อื่นยิ่งขึ้น บุคคลจะได้รับการยอมรับจากกลุ่ม เพราะได้แสดงความคิดเห็น ได้แสดงออกด้วยการพูดและการทำงานร่วมกันจนสำเร็จ ทำให้ได้รับคำชมและการยอมรับจากกลุ่มและผู้ที่เกี่ยวข้อง เกิดความภาคภูมิใจและเห็นคุณค่าตนเอง ในกรณีนี้บุคคลเป็นเด็กและเยาวชนวัยเรียนนั้น รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญคือรูปแบบการเรียนรู้ที่สามารถเสริมสร้างทักษะชีวิตได้เป็นอย่างดี ซึ่งมีอยู่ด้วยกันหลายแบบ แต่ละแบบใช้เทคนิคและวิธีการจัดการเรียนรู้ต่างกันออกไป เช่น กระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม (Participatory Learning) คือ การเรียนการสอนที่เปิดโอกาสให้นักเรียนได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนการสอนให้มากขึ้น โดยกระตุ้นให้เด็กได้แสดงความคิดเห็นและคิดแก้ปัญหา กระบวนการเรียนรู้แบบร่วมมือ (Cooperative Learning) คือ การจัดการเรียนการสอนที่เน้นให้นักเรียนได้ลงมือปฏิบัติงานเป็นกลุ่มย่อย เพื่อเปิดโอกาสให้สมาชิกในกลุ่มที่มีความถนัดแตกต่างกันได้ร่วมแบ่งปันและ ร่วมเสริมสร้างสมรรถนะความสามารถของสมาชิกคนอื่น ๆ ในกลุ่ม ด้วยการเรียนรู้ร่วมกัน

คณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2559) เสนอว่ากิจกรรมที่จะสร้างและพัฒนาทักษะชีวิตต้องเป็นกิจกรรมที่มุ่งเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญผู้เรียนเป็นผู้ได้รับประโยชน์จากการเรียนรู้ซึ่งลักษณะของกิจกรรมที่มีประสิทธิภาพในการสร้างและพัฒนาทักษะชีวิตผู้เรียน ได้แก่ 1) กิจกรรมที่ผู้เรียนมีส่วนร่วมค้นพบความรู้หรือสร้างความรู้ด้วยตนเอง ซึ่งจะทำให้ผู้เรียนเกิดทักษะชีวิตในด้านการคิดวิเคราะห์การคิดตัดสินใจ และแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ เช่น กิจกรรมการเรียนรู้ที่ให้โอกาสผู้เรียน แสดงความคิดเห็น วิพากษ์วิจารณ์ข่าวสาร เหตุการณ์สถานการณ์ หรือ ประสบการณ์ของผู้เรียน และกิจกรรมการเรียนรู้ที่ผู้เรียนได้สืบค้นหรือ ศึกษา ค้นคว้าคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ความรู้จากสื่อต่าง ๆ และแหล่งเรียนรู้ ทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษาได้สะท้อนตนเองเชื่อมโยงกับชีวิตและ การดำเนินชีวิตในอนาคต และ 2) กิจกรรมที่ผู้เรียนได้ทำกิจกรรมร่วมกัน ได้ลงมือกระทำกิจกรรมลักษณะต่าง ๆ ได้ประยุกต์ใช้ความรู้ เช่น กิจกรรมทัศนศึกษา กิจกรรมค่าย กิจกรรมวันสำคัญ กิจกรรมชมรม/ ชุมนุม กิจกรรมโครงงาน/ โครงการ กิจกรรมอาสา เป็นต้น กิจกรรมเหล่านี้เป็นกิจกรรมที่จะทำให้ผู้เรียนเกิดการพัฒนาทักษะชีวิต ได้แก่ ได้เสริมสร้างสัมพันธภาพและใช้ทักษะการ

สื่อสาร ได้ฝึกการจัดการอารมณ์และความเครียดของตนเอง ได้รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น ทำให้เข้าใจผู้อื่น นำไปสู่การยอมรับความคิดเห็น ผู้อื่น รู้จักไตร่ตรอง ทำความเข้าใจและตรวจสอบตนเองทำให้เข้าใจตนเองและเห็นใจผู้อื่น และได้รับการยอมรับจากกลุ่ม ได้แสดงออกด้านความคิด การพูด และการทำงานมีความสำเร็จ ให้ได้รับคำชม เกิดความภูมิใจและเห็นคุณค่าตนเอง นำไปสู่ความรับผิดชอบ ทั้งต่อตนเองและสังคม

ไพรินทร์ สระแก้ว (2565) ได้เสนอแนวทางการพัฒนาทักษะชีวิตว่าควรดำเนินการ ดังนี้

- 1) ทักษะด้านความคิด ต้อง (1) หมั่นศึกษาหาความรู้อย่างรอบด้าน เพราะความรู้ คือ พื้นฐานของความคิด การมีความรู้รอบด้านจะช่วยให้สามารถคิดเชื่อมโยงได้อย่างเป็นระบบ เห็นภาพ ความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ ในลักษณะขององค์รวม และเห็นทางเลือกในการแก้ปัญหาที่หลากหลาย (2) เปิดกว้างทางความคิด ด้วยการเปิดใจรับฟังแนวคิดใหม่ ๆ ไม่ปิดกั้นตนเองอยู่ในกรอบแนวคิดเดิม ๆ เพราะสังคมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การมองสังคมในการศึกษาความรู้รอบด้านช่วยให้เกิดการพัฒนาทางความคิดและนำไปสู่การปฏิบัติในทางที่สร้างสรรค์ การเป็นอาสาสมัครทำประโยชน์เพื่อส่วนรวม ช่วยให้เกิดการพัฒนาจิตใจและเข้าใจผู้อื่นในสังคมได้ดียิ่งขึ้น (3) ตั้งคำถามกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัว ความสงสัย คือ ต้นเหตุแห่งความรู้ การตั้งคำถามกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัว จึงส่งเสริมให้บุคคลได้คิดและลงมือหาคำตอบ คำถามจึงเป็นเครื่องมือกระตุ้นความคิดที่สำคัญ และนำไปสู่การค้นพบความรู้ใหม่ ๆ (2) ด้านอารมณ์และจิตใจ ต้อง (1) ปรับทัศนคติและเปิดใจให้กว้าง ด้วยการไม่ยึดถือตนเองเป็นศูนย์กลาง ไม่มองว่าตนนั้นดีที่สุด ฝึกมองโลกในด้านบวก เชื่อว่าทุกปัญหาแก้ไขได้ และรู้จักที่จะเอาใจเขามาใส่ใจเรา ซึ่งจะช่วยให้อาใจผู้อื่นมากขึ้นและ อยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุขมากขึ้น เช่น การ ทำงานร่วมกับผู้อื่นก็ควรจะต้องเปิดโอกาสให้ทุกคนได้แสดงความคิดเห็นร่วมกัน เพื่อให้เกิดแนวคิดที่สร้างสรรค์ใหม่ ๆ และเกิดประโยชน์ต่องานที่ทำอย่างสูงสุด เป็นต้น

สรุปแนวคิดข้างต้นเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะชีวิตของบุคคลในยุคศตวรรษที่ 21 ได้ว่าการพัฒนาทักษะชีวิตในยุคศตวรรษที่ 21 ต้องอาศัยการพัฒนาด้วย 1) กิจกรรมที่เน้นการทำงานร่วมกันของบุคคลเพื่อให้บุคคลได้มีกระบวนการในการร่วมคิด ร่วมทำและร่วมภาคภูมิใจในผลงานของกลุ่มซึ่งจะนำไปสู่ความภูมิใจในตนเองตามมา กิจกรรมที่สำคัญได้แก่ กิจกรรมค่าย กิจกรรมชมรม/ ชุมนุม กิจกรรมโครงงาน/โครงการกิจกรรมจิตอาสา และกิจกรรมชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ (PLC) เป็นต้น 2) กิจกรรมที่เน้นการพัฒนากระบวนการคิดและแก้ปัญหาที่ซับซ้อนที่ต้องใช้ทักษะการคิดขั้นสูง เช่น กิจกรรมการแก้ปัญหาสังคมหรือชุมชน กิจกรรมการพัฒนาและสร้างสรรค์สังคม กิจกรรมรณรงค์เพื่อความสุขในสังคม เป็นต้น และ 3) กิจกรรมที่เน้นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้าเกี่ยวข้องในการปฏิบัติกิจกรรม เช่น กิจกรรมศึกษาข้อมูลจากแหล่งเรียนรู้ที่อยู่ในรูปข้อมูลสารสนเทศในระบบออนไลน์ กิจกรรมการคิดคำนวณโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป และกิจกรรมที่เน้นการนำเสนอด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยแบบต่าง ๆ

บทสรุป

โลกในศตวรรษที่ 21 เป็นสภาวะความเป็นไปของโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงในทุกด้านอย่างต่อเนื่อง การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนำมาซึ่งปัญหาที่เกิดกับบุคคลอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ สาเหตุสำคัญของการเปลี่ยนแปลงคือความเจริญก้าวหน้าทางนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องส่งผลต่อการปรับตัวของบุคคลที่จะต้องก้าวตามให้ทันการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ซึ่งต้องอาศัยความรู้และทักษะที่สำคัญคือ ทักษะพื้นฐานที่ใช้ในการเรียนรู้สิ่งใหม่ เช่น ทักษะด้านการใช้ภาษา ทักษะการคิด ขั้นสูง ทักษะการสื่อสาร ทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่น และทักษะในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการเรียนรู้ เป็นต้น 2) ทักษะด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี เช่น ความรู้ความเข้าใจธรรมชาติของเทคโนโลยีการใช้เทคโนโลยีเพื่อสนองความต้องการในชีวิตประจำวัน ทักษะด้านเศรษฐศาสตร์และการเงิน และ 3) ทักษะชีวิต เช่น การเข้าใจตนเองและอื่น การปรับตัวให้เข้ากับ

สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป ความเป็นผู้นำ ความคิดริเริ่ม การทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย ทักษะในการอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคม และทักษะการแก้ปัญหา เป็นต้น

ในส่วนของทักษะชีวิต (Life Skill) ของบุคคลในยุคศตวรรษที่ 21 สามารถพัฒนาให้เกิดขึ้นในตัวบุคคลได้โดยอาศัยกิจกรรมที่เหมาะสม ได้แก่ 1) กิจกรรมที่เน้นการทำงานร่วมกันของบุคคล 2) กิจกรรมที่เน้นการพัฒนากระบวนการคิดและแก้ปัญหาที่ซับซ้อนที่ต้องใช้ทักษะการคิดขั้นสูง และ 3) กิจกรรมที่เน้นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้าเกี่ยวข้องในการปฏิบัติกิจกรรม เป็นต้น ซึ่งเมื่อบุคคลมีทักษะดังกล่าวอย่างสมบูรณ์ก็จะทำให้สามารถดำเนินชีวิตท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของโลกในศตวรรษที่ 21 ได้อย่างราบรื่นและปกติสุขในที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐวัฒน์ ล่องทอง. (2565). การปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงในศตวรรษที่ 21 เพื่อความสุขในการทำงาน. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นภัทร สิทธาโนมัย. (2566). 21st Century Skills ทักษะแห่งศตวรรษที่ 21. สืบค้นจาก <https://smart-icamp.com/2021/07/06/21st-century-skills>.
- นาโชค อุ่นเวียง. (2566). โลกในศตวรรษที่ 21. สืบค้นจาก <https://www.truelookpanya.com/learning/detail/34764>.
- ธีร ทิพกฤต และคณะ. (2555). 6 คำถามสร้างทักษะชีวิต: ประสบการณ์สำหรับครูทุกกลุ่มสาระการเรียนรู้. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประเสริฐ ตันสกุล และคณะ. (2558). ยุทธศาสตร์ทักษะชีวิตเพื่อพัฒนาบุคลิกภาพเยาวชน. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติดแห่งชาติ.
- พระณัฐวุฒิ พันทะลี. (2563). การเปลี่ยนแปลงทางสังคมในศตวรรษที่ 21. วารสารวิชาการพระพุทธศาสนา เขตลุ่มแม่น้ำโขง. 3(1, กรกฎาคม-ธันวาคม 2563)
- พัชรินทร์ โลหา. (2562). ศตวรรษที่ 21. สืบค้นจาก <https://www.gotoknow.org/posts/659944>.
- ไพรินทร์ สรรแก้ว. (2565). ทักษะชีวิตและสังคม. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.
- ยีน ภูววรรณ. (2567). ทักษะแห่งศตวรรษที่ 21. สืบค้นจาก <https://cubiccreative.org/21st-century-skill/>.
- ยุตติชน บุญเทศ. (2566). รูปแบบการส่งเสริมทักษะชีวิตในโรงเรียนประถมศึกษาของพื้นที่ เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก. วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, 19(2, พฤษภาคม – สิงหาคม 2566).
- โรงเรียนนานาชาติบางนา. (2565). การเรียนรู้ Life Skills “ทักษะชีวิต” สำคัญ และจำเป็นสำหรับลูกของเรา. สืบค้นจาก <https://www.dprep.ac.th/th/life-skills-framework/>
- วลัยลักษณ์ คงพระจันทร์. (2565). ทักษะแห่งศตวรรษที่ 21: อยู่รอดแม้จุดยืนมนุษย์สันคลอน ในโลกดิจิทัลที่ไม่ย้อนกลับหลัง. สืบค้นจาก <https://www.nectec.or.th/news/news-pr-news/21st-century-skills.html>.
- สุวิธิดา จรุงเกียรติกุล. (2561). ทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21(The Twenty-First Century Skills). สืบค้นจาก <https://www.truelookpanya.com/education/content/66054/-teaartedu-teaart-teaarttea->
- โสภา กักบางยางและคณะ. (2565). ทักษะชีวิตร่วมสมัย. กรุงเทพฯ: สำนักวิชาศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2559). *แนวทางการพัฒนาทักษะชีวิต*. กรุงเทพฯ: สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ.

Botvin, Gilbert J. (2006). *Life Skills Training: Promoting Health and Personal Development*. New York: Princeton Health Press.

World Economic Forum. (2023). *The World Economic Forum's Future of Jobs 2023*. Retrieved from <https://www.weforum.com/world-economic-forum-2023/>.

World Health Organization. (1994). *Life Skill Education in School*. Geneva: World Health Organization.

Unplugged Coding: การจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะการคิดแก้ปัญหา ของเด็กปฐมวัย

บุญยัญญ บัวราช^{1*}, บิลกิส สุนทรพงษ์² และเดชกุล มัทวานุกุล³

^{1,2,3} สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ

*Corresponding author e-mail: ae13boonyanat@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received) 16 สิงหาคม 2567

วันที่รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 2 ตุลาคม 2567

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 16 ตุลาคม 2567

บทคัดย่อ

การคิดเป็นทักษะอย่างหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการได้ทดลอง ได้เห็น ได้สัมผัส การคิดของเด็กปฐมวัยเกี่ยวข้องกับโครงสร้างของสมองและหน้าที่ของสมองซึ่งการทำงานของสมองจะช่วยพัฒนาการคิดของเด็ก การพัฒนาทักษะการคิดแก้ปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ของเด็กจึงเป็นทักษะที่สำคัญที่จะช่วยให้เด็กสามารถเผชิญและแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้องเหมาะสมบนพื้นฐานของหลักเหตุผล เข้าใจความสัมพันธ์และเหตุการณ์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น การจัดประสบการณ์การเรียนรู้สำหรับเด็กปฐมวัยโดยการจัดกิจกรรม Unplugged Coding เป็นการเรียนโค้ดดิ้งที่ไม่ใช้คอมพิวเตอร์เพื่อสร้างความเข้าใจในหลักการพื้นฐานของคอมพิวเตอร์และหลักตรรกศาสตร์ เป็นการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงผ่านการเล่นและใช้อุปกรณ์ง่าย ๆ รวมถึงการเล่นเกมปริศนาหรือเกมกระดาน ครูผู้สอนให้ออกาสเด็กได้แสดงออกอย่างอิสระในการตัดสินใจ การคิดวิเคราะห์ การคิดแก้ปัญหาจากการลงมือปฏิบัติกิจกรรม การจัดกิจกรรม Unplugged coding จึงเป็นประสบการณ์การเรียนรู้ที่ช่วยให้เด็กปฐมวัยได้พัฒนาทักษะการคิดแก้ปัญหาด้วยเหตุผลอย่างมีลำดับขั้นตอนและสามารถประเมินได้จากการตั้งคำถามหรือการแบ่งปันความคิดเห็นกับเพื่อน ๆ ในชั้นเรียน

คำสำคัญ: ทักษะการคิดแก้ปัญหา, กิจกรรมUnplugged Coding, เด็กปฐมวัย

UNPLUGGED CODING: LEARNING ACTIVITIES MANAGEMENT FOR CRITICAL THINKING AND PROBLEM SOLVING SKILLS DEVELOPMENT OF EARLY CHILDHOOD

Boonyanat Buarach^{1*}, Bilgis Soonthonpong², Detkul Matavanukul³
Suvarnabhumi Institute of Technology

Abstract

Critical thinking is a skill which can reflect the process of problem solving. It can happen from experiment, watching and touching. Critical thinking in early childhood relates to the structure and function of the brain. Brainworking can develop critical thinking in early childhood. The development of early childhood in problem solving skills and obstacles which early childhood can face based on suitable principle and reason. They understand the relationship and changing events. Using unplugged coding activities for provision learning management for early childhood is learning coding without using computer. It can help early childhood to understand the principles of basic computers and principles of logic. They can gain direct experiences from learning by learning and using simple equipment including with riddles and boardgames. Teacher can give a chance for early childhood in decision making, critical thinking and problem solving. Unplugged coding activity is a skill that can help early childhood show the steps of critical thinking and problem solving. It can evaluate learning outcomes of early childhood by using questions and sharing ideas with their classmates.

Keywords: Critical thinking and problem solving, unplugged coding, early childhood

บทนำ

สังคมปัจจุบันต้องการเตรียมความพร้อมให้ผู้เรียนมีทักษะความสามารถในการเผชิญปัญหาที่หลากหลายดังที่แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579 ได้กำหนดวิสัยทัศน์ เสริมสร้างคนไทยให้ได้รับการศึกษาและเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างมีคุณภาพ ดำรงชีวิต อย่างเป็นสุข สอดคล้องกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และการเปลี่ยนแปลงของโลกศตวรรษที่ 21 พัฒนาการด้านการคิดของเด็กปฐมวัยจะเกี่ยวข้องกับโครงสร้างของสมองและกระบวนการทำงานของสมอง เด็กจะเริ่มต้นพัฒนาด้านการคิดผ่านการรับรู้ของประสาทสัมผัสตามสิ่งที่เด็กเห็น ได้ยิน รู้สึกรู้สึก ได้กลิ่น ซึ่งเป็นการรับรู้ทางประสาทสัมผัสทั้งห้าหรือเรียกว่าขั้นประสาทรับรู้ (Sensorimotor Stage) และพร้อมที่จะพัฒนาไปขึ้นก่อนปฏิบัติการ (Preoperational Stage) ในแต่ละขั้นของพัฒนาการ เด็กจะพัฒนาเครื่องมือในการคิด คือสัญลักษณ์ (Symbol) เด็กไม่ได้มองว่าสิ่งนั้นคืออะไร แต่จะมองว่าสิ่งนั้นเป็นตัวแทนหรือใช้แทนอะไรได้บ้าง โดยใช้คำพูดเป็นการสื่อสารความหมาย ประสบการณ์ซ้ำ ๆ จะช่วยพัฒนาได้เร็วขึ้น (อารมณ สุวรรณपाल, 2551, น.156)

การส่งเสริมความคิดในการแก้ปัญหาเป็นทักษะที่สำคัญของเด็กปฐมวัย ดังที่ กระทรวงศึกษาธิการ (2563, น. 6) ได้เสนอแนะไว้ว่า สมรรถนะสำคัญของผู้เรียนด้านความสามารถในการแก้ปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่เผชิญได้อย่างถูกต้องเหมาะสมบนพื้นฐานของหลักเหตุผล เข้าใจความสัมพันธ์และเหตุการณ์การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ สอดคล้องกับหลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2560 ที่ให้ข้อมูลสภาพของการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่ครูผู้สอนควรจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ออกแบบกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้เด็กเลือกตามความสนใจ ลงมือกระทำผ่านสื่อ อุปกรณ์ และของเล่นที่ตอบสนองการเรียนรู้ และมีความยืดหยุ่น การเรียนรู้การแก้ปัญหาของเด็กต้องอาศัยการลงมือ ลองผิด ลองถูก การได้สัมผัส กระทำและการกระทำซ้ำ ๆ เด็กจะมีความสนใจ อยากรู้ อยากเห็น เกิดการค้นพบและการแก้ปัญหา รวมทั้งการสร้างความท้าทาย และส่งเสริมให้เด็กได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริงด้วยตัวเด็กเองในสภาพแวดล้อมที่อิสระ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2560, น.7)

Unplugged Coding เป็นแนวคิดของการเรียนคอมพิวเตอร์สำหรับเด็กตั้งแต่ระดับปฐมวัยจนถึงระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลายที่ช่วยส่งเสริมความเข้าใจหลักการพื้นฐานของคอมพิวเตอร์ทักษะการคิดเชิงตรรกะและการแก้ปัญหาของเด็กโดยไม่ใช้คอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ แต่จะทำกิจกรรมนี้โดยผ่านการเล่นสนุกโดยเด็กจะใช้วัสดุต่าง ๆ เช่น การ์ด, กระดาษหรือเกมต่าง ๆ เพื่อการเรียนรู้โครงสร้างหรือระบบซึ่งจะมีกฎเกณฑ์และขั้นตอนการทำงานง่าย ๆ ไม่ซับซ้อนที่ต้องปฏิบัติตาม เพราะหลักการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ของเด็กช่วงอายุ 3-6 ปี ตามหลักสูตรการศึกษาปฐมวัยได้ให้แนวทางไว้ว่า การจัดประสบการณ์จะต้องจัดในรูปแบบบูรณาการผ่านการเล่น (การเล่นอย่างมีความหมาย) เพื่อส่งเสริมพัฒนาการทั้ง 4 ด้านให้กับเด็กได้แก่ ด้านร่างกาย ด้านอารมณ์-จิตใจ ด้านสังคม และด้านสติปัญญา มีการบูรณาการการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับวัย และความสนใจของเด็ก สิ่งสำคัญในการจัดประสบการณ์การเรียนรู้สำหรับเด็กปฐมวัย คือ การยึดเด็กเป็นสำคัญการจัดประสบการณ์การเรียนรู้จะต้องจัดให้สอดคล้องเหมาะสมกับเด็ก และสภาพแวดล้อม

แนวคิดเกี่ยวกับความสามารถด้านการคิดแก้ปัญหา

ความหมายของของการคิดแก้ปัญหา

การคิดแก้ปัญหาเป็นทักษะพื้นฐานที่สำคัญที่สุดของการคิดทั้งหมด การคิดแก้ปัญหาเป็นสิ่งสำคัญต่อวิถีการดำเนินชีวิตในสังคมของมนุษย์ ซึ่งจะต้องใช้การคิดเพื่อแก้ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นตลอดเวลา ทักษะการคิดแก้ปัญหาเป็นทักษะที่เกี่ยวข้องและมีประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตได้เป็นอย่างดี บุคคลที่มีทักษะการคิด

แก้ปัญหาจะสามารถเผชิญกับภาวะสังคมที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว ทักษะการคิดแก้ปัญหาจึงมิใช่เป็นเพียงการรู้จักคิดและรู้จักการใช้สมองหรือเป็นทักษะที่มุ่งพัฒนาสติปัญญาแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังเป็นทักษะที่สามารถพัฒนาทัศนคติ วิธีคิด ค่านิยม ความรู้ ความเข้าใจในสภาพการณ์ของสังคมได้ดีอีกด้วย (สุวิทย์ มูลคำ, 2553, น. 15)

กัลยา ตากุล (2550, น.20 อ้างถึงใน กันต์ เอี่ยมอินทรา, 2562) ให้ความหมายของการคิดแก้ปัญหา หมายถึงความสามารถในการคิดรวบรวม หรือเชื่อมโยงประสบการณ์เดิมกับสถานการณ์ที่เป็นปัญหาเข้าด้วยกันเพื่อหาทางแก้ไขอุปสรรคที่เกิดขึ้นให้บรรลุจุดหมายในการขจัดปัญหาให้หมดไป

ประพันธ์ศิริ สุเสารัจ (2556, น.161) ได้กล่าวว่า การคิดแก้ปัญหาเป็นกระบวนการคิดพิจารณาไตร่ตรองอย่างพินิจพิเคราะห์สิ่งต่าง ๆ ที่เป็นประเด็นสำคัญของเรื่องหรือสิ่งต่าง ๆ ที่คอยก่อกวน และสร้างความรำคาญ สร้างความยุ่งยากสับสน และความวิตกกังวล และพยายามหาหนทางคลี่คลายสิ่งเหล่านั้นให้ปรากฏ และวิธีการขจัดปัดเป่าสิ่งที่เป็นปัญหาก่อความรำคาญ ความวิตกกังวล ความยุ่งยากสับสนให้หมดไป โควาลสกี และเวสเทน (Kowalski & Westen, 2009, p.235 อ้างถึงใน กันต์ เอี่ยมอินทรา, 2562) กล่าวว่า การคิดแก้ปัญหาเป็นกระบวนการแปลงสถานการณ์หนึ่งไปสู่อีกสถานการณ์หนึ่งเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย โดยมีจุดหมายที่จะเคลื่อนย้ายจากสภาพปัจจุบันซึ่งเป็นสถานะที่ไม่น่าพอใจ (สถานะเริ่มต้น) ไปยังสถานะที่ทำให้ปัญหาได้รับการแก้ไข (สถานะตามเป้าหมาย) โดยใช้การปฏิบัติต่าง ๆ

สรุปได้ว่า การคิดแก้ปัญหาเป็นกระบวนการหรือขั้นตอนที่ผ่านการคิดโดยอาศัยความรู้ ประสบการณ์ในการจัดอุปสรรค หรือปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อให้บรรลุจุดหมายที่ต้องการ การคิดแก้ปัญหาเป็นกระบวนการทำงานทางสมองของมนุษย์ ซึ่งเกิดจากการจินตนาการ การคิดไตร่ตรองหาเหตุผล เป็นการทำงานอย่างเป็นระบบของสมอง การรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสจากสิ่งที่เกิดขึ้น นำมาวิเคราะห์คิดหาเหตุผลเกิดความคิดรวบยอดในการเรียนรู้ การคิดแก้ปัญหามีลำดับขั้นตอน

ความสำคัญของ Coding กับการคิดแก้ปัญหา

กัลยา โสภณพนิช (2562, น.2 อ้างถึงในพรนภัส ใหญ่วงศ์, 2565, น.24) กล่าวว่านโยบาย Coding เป็นนโยบายที่เร่งด่วนของกระทรวงศึกษาธิการในการเตรียมความพร้อมคนไทยสู่ศตวรรษที่ 21 โดยในอนาคต Coding จะเป็นภาษาที่เชื่อมกับคนทั้งโลก การเรียน Coding จะไม่ใช่เรื่องไกลตัวอีกต่อไปและไม่ต้องกังวลว่าจะยากสำหรับเด็กหรือบุคคลทั่วไป เพราะ Coding ไม่ได้เกิดประโยชน์ต่อเด็กที่จะเป็นนักวิทยาศาสตร์หรือนักคอมพิวเตอร์เท่านั้นแต่ coding ยังช่วยสร้างความคิดที่เป็นระบบ มีความคิดเชิงตรรกะและการแก้ปัญหา ช่วยให้ทุกคนวางแผนจัดการชีวิตได้อย่างเป็นขั้นตอนและเป็นระบบมากขึ้น

พรนภัส ใหญ่วงศ์.(2565, น. 24) กล่าวถึงความสำคัญของ Coding ที่จะช่วยส่งเสริมให้คนไทยมีทักษะในการดำรงชีวิตรอบด้าน โดยมีความหมายจากตัวอักษรของคำว่า coding ดังนี้

C: Creative Thinking ความคิดสร้างสรรค์ของเยาวชนไทยที่ได้รับโอกาสทางการศึกษาด้านเทคโนโลยี

O: Organized Thinking การส่งเสริมให้เยาวชนไทยมีความคิดที่เป็นระบบ มีความคิดเชิงตรรกะเพื่อการวิเคราะห์สิ่งต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน รู้จักคิดแก้ไขปัญหาที่มีข้อจำกัดต่าง ๆ ในโลกยุคดิจิทัล

D: Digital Literacy ความเข้าใจในภาษาดิจิทัลช่วยให้เยาวชนไทยสามารถดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมของการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีได้อย่างง่ายดาย

I: Innovation การสร้างนวัตกรรมที่นำไปใช้ได้จริงและเกิดประโยชน์ต่อสังคม

N: Newness การส่งเสริมให้เยาวชนไทยมีความคิดริเริ่มในการทำสิ่งต่าง ๆ โดยไม่รอช้า

G: Globalization เยาวชนไทยต้องเตรียมพร้อมในการปรับตัวเพื่อเผชิญกับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วทางเทคโนโลยี

การจัดประสบการณ์การเรียนรู้เพื่อให้เด็กได้ฝึกใช้ทักษะการคิดมีผลต่อการเรียนรู้ของเด็กปฐมวัยเป็นอย่างมากเด็กจะสะสมองค์ความรู้จากประสบการณ์และเก็บไว้เป็นข้อมูลเพื่อการใช้ทักษะด้านต่าง ๆ ต่อการเผชิญสถานการณ์และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น สิ่งสำคัญก็คือการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ดังกล่าวมีผลต่อการคิดของเด็กขณะที่เด็กทำกิจกรรมรวมไปถึงการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นถ้าปัญหานั้นมีความหมายกับตัวเด็กการคิดจึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาการของเด็กปฐมวัยดังต่อไปนี้ (กันต์ เอี่ยมอินทรา, 2562).

1. การคิดช่วยให้เด็กปฐมวัยได้รู้จักการแก้ปัญหาอย่างมีเหตุผลขณะทำกิจกรรมที่ฝึกทักษะการคิดต่าง ๆ
2. การคิดเกิดขึ้นได้ขณะที่เด็กฝึกทักษะกระบวนการได้แก่ การสังเกต การวัด การจำแนกประเภท การลงความเห็น การสื่อความหมาย เป็นต้น
3. การคิดช่วยให้เด็กสามารถเรียนรู้วิธีการแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง
4. การคิดช่วยให้เด็กมีโอกาสหาคำตอบในการแก้ปัญหา
5. การคิดช่วยให้เด็กเรียนรู้ความสามารถทางศักยภาพทางการคิดของตนเอง
6. การคิดช่วยให้เด็กเกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลาทำให้เด็กพัฒนาความสามารถทางสมอง

7. การคิดช่วยให้เด็กเล็ก ๆ สามารถแก้ปัญหาที่ซับซ้อนได้ถ้าปัญหานั้นมีความเกี่ยวข้องกับเด็ก

ดิวอี้ (Dewey, 2001, อ้างถึงในกันต์ เอี่ยมอินทรา, 2562) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการคิดว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่าเพราะการคิดช่วยให้บุคคลได้มองเห็นภาพปัญหาต่าง ๆ ในอนาคตซึ่งจะช่วยให้บุคคลได้คิดหาแนวทางในการหลีกเลี่ยงหรือป้องกันได้และการคิดช่วยขยายความหมายของสิ่งต่าง ๆ ใน โลกได้ และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการคิดคือ บุคคลจะมีการปฏิบัติหรือการกระทำตามที่เขาคิดถึงแม้ว่ามันจะถูกหรือผิดก็ตาม เนื่องจากการคิดมีพลังอำนาจ จึงต้องการการควบคุมโดยได้แนะนำวิธีการทางวิทยาศาสตร์ในการช่วยรักษาความคิดให้เป็นไปอย่างถูกต้องโดยมีการควบคุมเงื่อนไขภายใต้การสังเกต และการสรุปความคิดตามสิ่งที่เกิดขึ้นและได้มีการทบทวนแนวคิดโดยกล่าวว่า สิ่งที่คุณรู้จะเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้เกิดกระบวนการคิดครั้งแรกแล้วจึงนำไปสู่การคิดในสิ่งอื่น ๆ ซึ่งก่อให้เกิดความสมบูรณ์ของกระบวนการคิดนั้น เนื่องจากการคิดมีอิทธิพลอย่างมากจากกิเลสที่อยู่ภายในตัวบุคคล และสังคม ซึ่งจะช่วยให้ได้ข้อสรุปที่เหมาะสมและเป็นจริง และจากการควบคุมเงื่อนไขสามารถช่วยกำหนดกรอบแนวคิดที่ดีสำหรับความจริง ทำให้การคิดมีความสมบูรณ์ขึ้นโดยจะพยายามให้เกิดความชัดเจนในการตรวจสอบโดยปราศจากอคติ

สรุปได้ว่า การคิดแก้ปัญหาเป็นกระบวนการทำงานทางสมองของมนุษย์ ที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ ความรู้สึก ความจำ และการจินตนาการ การคิดอาศัยสิ่งเร้าและ

สภาพแวดล้อมมาช่วยให้บุคคลพยายามทำสิ่งต่าง ๆ เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาได้อย่างเหมาะสม และบรรลุเป้าหมายได้สำเร็จ

แนวทางในการส่งเสริมความสามารถด้านการคิดแก้ปัญหา

การพัฒนาพื้นฐานการคิดและการสร้างเสริมให้เด็กคิดเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็น ดังที่สันนีย์ ฉัตรคุปต์และอุษา ชูชาติ (2544 อ้างถึงใน กันต์ เอี่ยมอินทรา, 2562) กล่าวไว้ว่า การคิดจำเป็นต้องมีการสะสมประสบการณ์ทีละน้อยไม่ให้เกิดขึ้นในระยะเวลาอันสั้น โดยเฉพาะในวัยเด็กเล็ก สมองจะยิ่งสร้างเครือข่ายเส้นใยสมองใหม่ ๆ แรกแขนงเชื่อมติดต่อกันมากยิ่งขึ้นเป็นสมองที่คิดเป็น การฝึกให้สมองสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด จึงเป็นเรื่องของการคิดและการเรียนรู้ ดังนั้นการสร้างเสริมให้เด็กคิด และเรียนรู้ที่จะคิดจึงมีความจำเป็นที่จะต้องเริ่มตั้งแต่ระดับปฐมวัย ทั้งนี้เนื่องจากการคิดเป็นสิ่งที่สามารถเรียนรู้และพัฒนาได้ถ้าได้รับการสร้างเสริมและสนับสนุนอย่างถูกต้องและเหมาะสมกับวัย ตามความแตกต่างระหว่างบุคคล การสร้างเสริมการคิดให้แก่เด็กปฐมวัยจึงมีความสำคัญ ดังนี้

1. ทำให้เด็กมีพื้นฐานความรู้ ความสามารถที่จะต่อยอดเป็นความรู้และความคิดระดับสูงที่มีความซับซ้อน หลากหลาย และสร้างสรรค์มากขึ้น ดังได้กล่าวไว้แล้วว่า เด็กเกิดมาพร้อมกับความคิดแต่การคิดไม่สามารถพัฒนาได้เอง เด็กต้องได้รับการพัฒนา สร้างเสริม สนับสนุน และฝึกฝนอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ด้วยการเปิดโอกาสให้มีอิสระในการเลือกทำกิจกรรมหรือริเริ่มกิจกรรมด้วยตนเองตามความถนัดและความสนใจในบรรยากาศที่อบอุ่น เข้าใจ ให้เกียรติ และเชื่อมั่นในตัวเด็ก การคิดช่วยให้เด็กได้เรียนรู้สิ่งที่อยู่รอบตัวขณะเดียวกันได้ต่อยอดพัฒนาทักษะการคิดให้มีความลุ่มลึกและซับซ้อนมากขึ้น

2. ทำให้เด็กตระหนักถึงความสำคัญของการคิดจากการที่เด็กมีโอกาสดำเนินกิจกรรมและเล่นในหลากหลายสถานการณ์ ทำให้เด็กได้ฝึกใช้ความคิด ส่งผลให้ประสบความสำเร็จในการทำกิจกรรม สามารถคิดวิธีการเล่นได้อย่างสร้างสรรค์ สามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้ด้วยตนเองเด็กได้เรียนรู้ว่าการแก้ไขปัญหาที่มีหลากหลายวิธี และการแก้ปัญหาอาจไม่ใช่วิธีการสิ้นสุดของปัญหาแต่อาจนำไปสู่ปัญหาใหม่ได้ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้เด็กเห็นความสำคัญและความจำเป็นของการคิด สนุกกับการใช้ความคิดที่ช่วยให้สามารถเล่นและทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้สนุกสนาน ประสบความสำเร็จและได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ตามที่ต้องการ

3. ทำให้เด็กสามารถใช้ประโยชน์จากการคิดทั้งในด้านการดำเนินชีวิตและการศึกษาหาความรู้ที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น จากธรรมชาติของเด็กที่ไม่อยู่นิ่ง ช่างสังเกต ชอบสำรวจ ศึกษาทดลองมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมรอบตัว ทำให้เด็กได้ใช้ความคิดและนำไปใช้ประโยชน์ในการแก้ปัญหาและตัดสินใจในการปฏิบัติกิจวัตรและกิจกรมประจำวันอยู่ตลอดเวลา ขณะที่เด็กทำกิจกรรมต่าง ๆ จะมีข้อมูลส่งผ่านไปยังสมองให้ทำงานอย่างต่อเนื่อง ข้อมูลบางส่วนถูกปรับให้เข้ากับความรู้เดิมเพื่อต่อยอดเป็นความรู้ใหม่ที่มีความซับซ้อนละเอียดลึกมากขึ้น

4. ทำให้เด็กเห็นคุณค่าและมีความรู้สึกที่ดีต่อตนเอง เกิดความเชื่อมั่นในตนเอง การที่เด็กมีโอกาสดำเนินกิจกรรมเลือกและริเริ่มทำกิจกรรม และเล่นได้ตามความสนใจ ความถนัด และความต้องการในสภาพแวดล้อมที่มีวัสดุอุปกรณ์ที่หลากหลาย ในบรรยากาศที่เป็นกันเอง ปลอดภัย ไม่เครียดและมีอิสระ ทำให้เด็กสามารถสร้างสรรค์ผลงานได้แปลกใหม่ ใช้อุปกรณ์ประกอบการเล่นได้หลากหลายวิธีเพิ่มความสนุกสนานในการเล่นร่วมกับเพื่อน ผู้ใหญ่ที่อยู่ใกล้แสดงความชื่นชมและให้กำลังใจ ส่งผลให้เด็กมีความรู้สึกที่ดีที่มีความ

ภาคภูมิใจเกิดเชื่อมั่นในตนเอง และรู้สึกสนุกกับการใช้ความคิดเพื่อพัฒนาการเล่นและการทำกิจกรรมให้มีความซับซ้อนและแปลกใหม่ขึ้นเรื่อย ๆ

สรุปได้ว่า การสร้างเสริมการคิดแก้ปัญหาให้แก่เด็กในช่วงอายุ 3-6 ปีด้วยการเปิดโอกาสให้เด็กมีอิสระในการเล่น เลือกทำกิจกรรมได้ตามความสนใจในสถานการณ์ที่หลากหลาย ช่วยให้เด็กมีพื้นฐานความรู้ความสามารถที่จะต่อยอดความรู้และความคิดในระดับที่สูงขึ้น ช่วยให้ตระหนักถึงความสำคัญของการคิดสามารถใช้ประโยชน์จากการคิดทั้งในด้านการดำเนินชีวิตและการศึกษาหาความรู้ที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น สามารถเล่นและทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างสนุกสนาน ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ที่อยู่รอบตัว และทำให้เด็กเห็นคุณค่า และมีความรู้สึกที่ดีต่อตนเอง เกิดความเชื่อมั่นในตนเอง

การใช้กิจกรรม Unplugged Coding เพื่อการจัดประสบการณ์การเรียนรู้สำหรับเด็กปฐมวัย

โลกในยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วโดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศซึ่งพลิกโฉมให้กลายเป็นโลกของดิจิทัลโดยเฉพาะเด็กปฐมวัยที่เติบโตท่ามกลางโลกแห่งเทคโนโลยีที่สามารถเข้าถึงสื่อต่าง ๆ ได้อย่างง่ายดายและรวดเร็วส่งผลให้การใช้สื่อเทคโนโลยีของเด็กปฐมวัยถูกปล่อยปละละเลยให้ใช้เพียงลำพัง หรือเป็นตัวช่วยให้เด็กไม่ดื้อ ไม่ชนส่งผลต่อสุขภาพและการพัฒนาการเรียนรู้ของเด็กปฐมวัย ดังนั้นการใช้สื่อเทคโนโลยีจึงเป็นสิ่งสำคัญในการนำมาใช้ในการจัดประสบการณ์เรียนรู้ของเด็กปฐมวัยซึ่งครูสามารถนำมาใช้เป็นตัวช่วยในการจัดประสบการณ์เรียนรู้ให้เหมาะสมกับการพัฒนาการเรียนรู้ของเด็กได้ ซึ่งสิ่งแรกที่จะต้องให้ความสำคัญของการนำสื่อเทคโนโลยีมาใช้กับเด็กปฐมวัยคือการเตรียมความพร้อมในการใช้สื่อเทคโนโลยีให้เหมาะสมกับช่วงอายุของเด็ก ครูจะต้องศึกษาและทำความเข้าใจและนำเทคนิควิธีต่าง ๆ ของการใช้สื่อเทคโนโลยีมาสนับสนุนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้สำหรับเด็กปฐมวัยและเป็นตัวกระตุ้นการเรียนรู้ของเด็กผ่านคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบันนี้มีสื่อ เครื่องมือ แอปพลิเคชันต่าง ๆ ในการคิดแก้ปัญหาหรือสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างเป็นลำดับ ขั้นตอนและสร้างคุณค่าให้แก่เด็กปฐมวัยในการใช้สื่อเทคโนโลยีให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในศตวรรษที่ 21

Unplugged Coding เป็นกิจกรรมการจัดประสบการณ์การเรียนรู้คอมพิวเตอร์ โดยไม่ต้องใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมเกมการเล่น ซึ่งเหมาะแก่การจัดประสบการณ์การเรียนรู้สำหรับเด็กปฐมวัย เพราะหลักการจัดประสบการณ์ของเด็กช่วงอายุ 3-6 ปี ตามหลักสูตรการศึกษาปฐมวัยได้เสนอแนวทางไว้ว่า การจัดประสบการณ์จะต้องจัดในรูปแบบบูรณาการผ่านการเล่น (การเล่นอย่างมีความหมาย) เพื่อส่งเสริมพัฒนาการทั้ง 4 ด้านให้กับเด็ก ได้แก่ ด้านร่างกาย ด้านอารมณ์-จิตใจ ด้านสังคมและด้านสติปัญญา มีการบูรณาการการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับวัยและความสนใจของเด็ก สิ่งสำคัญในการจัดประสบการณ์การเรียนรู้สำหรับเด็กปฐมวัย คือ การยึดเด็กเป็นสำคัญในการจัดประสบการณ์ จะต้องจัดให้สอดคล้องเหมาะสมกับเด็กและสภาพแวดล้อม

การจัดประสบการณ์การเรียนรู้สำหรับเด็กปฐมวัยโดยการใช้กิจกรรม Unplugged Coding ในการพัฒนาทักษะการคิดแก้ปัญหาของเด็กปฐมวัยควรมีลักษณะให้เด็กได้รับประสบการณ์ตรงที่เกิดจากการเรียนรู้ ครูผู้สอนควรให้โอกาสเด็กได้แสดงออกอย่างอิสระในการตัดสินใจ การคิดวิเคราะห์ การคิดแก้ปัญหา คิดอย่างมีเหตุผลเป็นลำดับขั้นตอน ดังนั้นในการจัดประสบการณ์การเรียนรู้จึงจำเป็นต้องมีการส่งเสริมความคิดในการแก้ปัญหาให้กับเด็กปฐมวัยเพื่อส่งเสริมพัฒนาการความสามารถให้กับเด็ก โดยอาศัย สื่อ วัสดุ อุปกรณ์ประเภทต่าง ๆ เพราะระบบความคิดของเด็กในวัยนี้ยังไม่พัฒนาถึงขั้นที่จะเข้าใจสิ่งที่เขื่อนามธรรมได้ ต้อง

อาศัยสื่อที่เป็นรูปธรรมและเครื่องมือสำคัญที่เป็นตัวแทนความคิด (กุลยา ตันติผลาชีวะ. 2546 อ้างถึงใน กันต์ เอี่ยมอินทรา. 2562) และโดยธรรมชาติแล้วเด็กสามารถเรียนรู้ภาษาได้ด้วยตนเอง การส่งเสริมพัฒนาการทางภาษาอย่างถูกวิธีตั้งแต่ระดับปฐมวัย จึงมีผลทำให้เด็กประสบความสำเร็จในการเรียนสิ่งต่าง ๆ ในอนาคต และเด็กจะสามารถสื่อสารอย่างมีความหมายได้นั้น ต้องมีพื้นฐานมาจากการประสบการณ์ จากการสนทนาพูดคุยที่มีความหมายและความเข้าใจนั่นเอง ทักษะการคิดเป็นรากฐานสำคัญของการเรียนรู้และการดำเนินชีวิตของบุคคล เป็นทักษะที่ทุกคนสามารถพัฒนาได้ ซึ่งประกอบด้วยทักษะสำคัญ คือ การสังเกต การเปรียบเทียบ การคาดคะเนและการประยุกต์ใช้ การประเมิน การจำแนกแยกแยะประเภท การจัดหมวดหมู่ การสันนิษฐาน การสรุปเชิงเหตุผล (ประพันธ์ศิริ สุเสารัจ, 2556, น.164)

Kim Dae-wook (2019 อ้างถึงใน กันต์ เอี่ยมอินทรา, 2562) กล่าวว่า Unplugged Coding เป็นพื้นฐานของวิทยาการคำนวณ เป็นพื้นฐานที่สร้างให้เด็กปฐมวัยสามารถแก้ปัญหาที่สถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้ และสามารถนำทักษะเหล่านี้ไปใช้ในชีวิตประจำวัน โดยฝึกฝนผ่านการเล่นเกม

Joohee Lee and Jo Junoh (2019 อ้างถึงใน กันต์ เอี่ยมอินทรา, 2562) กล่าวว่า การจัดกิจกรรมการเข้ารหัสแบบไม่ใช้ระบบคอมพิวเตอร์ (Unplugged Coding) ในห้องเรียนของเด็กปฐมวัย ส่งผลให้เด็กปฐมวัยมีทักษะการรู้เท่าทันดิจิทัล ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการเตรียมความพร้อมสำหรับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21

Anika Saxena, Chung Kwan Lo, Khe Foon Hew and Gary Ka Wai Wong (2019 อ้างถึงใน กันต์ เอี่ยมอินทรา.2562) กล่าวว่า การปลูกฝังการคิดเชิงคำนวณในเด็กปฐมวัย โดยรูปแบบกิจกรรมที่ไม่ใช้ระบบคอมพิวเตอร์ (Unplugged Coding) ทำให้เด็กปฐมวัยมีพื้นฐานที่ดีกว่าการใช้กิจกรรมที่มีการเข้ารหัสโดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์

สรุปได้ว่า การเรียนรู้ผ่านกิจกรรม Unplugged Coding ทำให้เด็กรู้จักคิดวางแผนอย่างเป็นลำดับขั้นตอน รู้จักการคิดแบบยืดหยุ่น แก้ปัญหา และได้พัฒนาการคิดอย่างเป็นเหตุเป็นผล เป็นระบบ

แนวทางการพัฒนาทักษะการคิดแก้ปัญหาของเด็กปฐมวัยผ่านกิจกรรม Unplugged Coding

แนวทางการพัฒนาทักษะการคิดแก้ปัญหาของเด็กปฐมวัยเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยสร้างพื้นฐานสำหรับการเรียนรู้และการพัฒนาทักษะอื่น ๆ ในอนาคต หนึ่งในวิธีที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาทักษะนี้คือ การใช้กิจกรรม Unplugged Coding ซึ่งเป็นการเรียนรู้การเขียนโปรแกรมโดยไม่ใช้คอมพิวเตอร์ การจัดกิจกรรมดังกล่าวสามารถทำได้หลากหลายรูปแบบและมีแนวทางการพัฒนาดังนี้

1. การทำกิจกรรมทางกายภาพ เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวต่าง ๆ
2. การเล่นเกมที่มีระบบและกฎเกณฑ์ เป็นเกมที่มีการตั้งกฎและเงื่อนไข
3. การใช้สื่อและเครื่องมือในการเรียนรู้ เป็นการใช้สื่อหรือเครื่องมือเช่น การใช้บัตรภาพ การใช้บล็อกเพื่อสร้างโมเดล หรือการใช้ของเล่นที่เน้นการคิดเชิงตรรกะและการแก้ปัญหา
4. การทำงานกลุ่มและการสื่อสาร เป็นการทำกิจกรรมร่วมกับเพื่อน ๆ ในกลุ่มเป็นการสร้างทักษะการสื่อสาร การฟังความคิดเห็นและการแก้ปัญหาร่วมกัน เด็กจะได้เรียนรู้การทำงานร่วมกับผู้อื่นและพัฒนาความสามารถในการคิดอย่างมีระบบ
5. การตั้งคำถามและการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ กระตุ้นให้เด็กตั้งคำถามและพยายามคิดหาวิธีแก้ปัญหาด้วยตนเองรวมถึงการส่งเสริมให้เด็กใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการหาวิธีการใหม่ ๆ ในการแก้ปัญหา

6. การสะท้อนกลับ และการประเมินตนเอง หลังจากการทำกิจกรรม ให้เด็กได้สะท้อนกลับถึงประสบการณ์ และความรู้สึกของตนเองเกี่ยวกับกิจกรรมนั้น ๆ การประเมินตนเองจะช่วยให้เด็กเห็นถึงความก้าวหน้า และการปรับปรุงตนเองในครั้งต่อไป

กิจกรรม Unplugged Coding เป็นวิธีที่ไม่เพียงแต่สนุกสนานและน่าสนใจสำหรับเด็ก แต่ยังเป็นการพัฒนาทักษะการคิดเชิงคำนวณ และการแก้ปัญหา ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการเรียนรู้ในอนาคต

แนวทางการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ด้วยกิจกรรม Unplugged Coding

กิจกรรม Unplugged Coding เป็นกิจกรรมการเล่นที่เป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาด้านสติปัญญา เป็นการเล่นที่ช่วยให้เด็กรู้จักการสังเกตได้ดี กระตุ้นความคิดอย่างสร้างสรรค์ หรือคิดอย่างรวดเร็ว กิจกรรม Unplugged Coding เป็นกิจกรรมที่เน้นการเล่นโดยมีครูผู้สอนและกติกาที่ช่วยพัฒนาการแก้ปัญหา เป็นพื้นฐานสำคัญของการเตรียมความพร้อมให้เกิดการเรียนรู้ด้วยความสนุกสนาน เด็กได้พัฒนาทักษะการเรียนรู้ทางการแก้ปัญหา ฝึกการทำงานและอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มทั้งกลุ่มย่อยและกลุ่มใหญ่ กิจกรรมที่จัดมุ่งฝึกให้เด็กได้มีโอกาสคิด ฝึกการสังเกตและจำแนกด้วยสายตา คิดแก้ปัญหา ใช้เหตุผลและฝึกปฏิบัติ เพื่อให้เกิดความคิดรวบยอด เกี่ยวกับเรื่องที่เรียนรู้ ผ่านการจัดกิจกรรมด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น การเรียงลำดับเหตุการณ์ การจัดหมวดหมู่ การจับคู่แบบตารางสัมพันธ์ การแทนสัญลักษณ์ เป็นต้น กิจกรรม Unplugged Coding เป็นการถอดรหัสที่让孩子ได้แสดงความคิด การแก้ปัญหาผ่านเกมการศึกษา ที่มุ่งเน้นการฝึกทักษะการแก้ปัญหาและสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ ส่งเสริมพัฒนาทางด้านสติปัญญาให้เด็กคิดแก้ปัญหาอย่างเป็นลำดับขั้นตอนและมีเหตุผล

ขั้นตอนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ด้วยกิจกรรม Unplugged Coding

ขั้นตอนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ด้วยกิจกรรม Unplugged Coding จะใช้วิธีการสอนขั้นตอนหลักเหมือนกัน 4 ขั้นตอน ได้แก่

1. ขั้นนำกลับสมอง (Quiz) เป็นขั้นนำที่เป็นการตั้งคำถามก่อนเข้าสู่บทเรียนเพื่อกระตุ้นการเรียนรู้ให้กับเด็ก การตั้งปริศนาค้นหาคำตอบกลับสมองให้เด็กอยากรู้ การ Warm up บริหารร่างกายก่อนทำกิจกรรม

1.1 การร้องเพลงทำท่าทางประกอบเพลงให้เด็กได้ยืดหยุ่นร่างกาย

1.2 กลับสมองทายคำปริศนา

1.3 น่าสนใจ หมายถึง การนำให้น่าสนใจ โดยใช้เทคนิควิธีการ

1.4 ให้ตรงเรื่อง หมายถึง การนำเข้าสู่บทเรียนให้ตรงกับเรื่องที่สอน

2. ขั้นสอน เป็นขั้นที่让孩子ได้ลงมือฝึกทำผ่านกิจกรรม โดยมีครูผู้สอนเป็นผู้อธิบายเนื้อหาการทำกิจกรรมอย่างเป็นขั้นตอนและสร้างข้อตกลงร่วมกัน หลังจากที่ได้ทำกิจกรรมครูผู้สอนจะวิเคราะห์และสังเกตพฤติกรรมของเด็กระหว่างทำกิจกรรม Unplugged Coding

วิธีการที่นำมาเข้าสู่ขั้นสอน สามารถ ใช้วิธีการต่าง ๆ ได้ ดังนี้

2.1 ร้องเพลง เช่น สอนตามเนื้อหาให้สอดคล้องกับหน่วยที่เรียน

2.2 เล่นเกม เช่น เกมแข่งขันสร้างคำจากตัวอักษรที่ให้

2.3 เล่านิทาน เช่น เล่านิทานสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรม

2.4 ยกสถานการณ์จริง เช่น สอนเรื่องการแก้ปัญหา ครูผู้สอนยกตัวอย่างสถานการณ์ในชีวิตประจำวันที่เกี่ยวข้องกับเด็ก เพื่อให้เด็กพิจารณาและนำเสนอการแก้ปัญหา

2.5 สนทนาซักถาม เช่น กิจกรรมประจำวันของเด็กทำทุกวันก่อนมาโรงเรียน เช่นอาบน้ำ แต่งตัว รับประทานอาหาร วิธีเดินทางมาโรงเรียน

2.6 ทายปริศนาคำทาย เช่น สอนเรื่องตัวเลขแสนสนุก ครูผู้สอนอาจนำด้วยการทายปริศนาคำทายว่า อะไรเอ๋ยมาเหมือนเสาธง อะไรเหมือนคอเปิด

2.7 เล่าประสบการณ์ ให้เด็กออกมาเล่าประสบการณ์ เช่น เคยทำอะไร ที่ไหน อย่างไร

2.8 ให้แสดงท่าทาง เช่น ทำท่าทางตามคำสั่งครูผู้สอนในเนื้อหาที่จะสอน

3. ขั้นสรุป ทบทวน (Review) เด็กและครูผู้สอนสรุปและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกันในเนื้อหาของกิจกรรมที่ครูผู้สอนจัดขึ้น โดยตั้งคำถาม-ตอบ ร่วมกัน และให้เด็กได้เสนอผลงานของตนเอง

4. ขั้นการประเมินพัฒนาการ (Evaluation) ครูผู้สอนประเมินพัฒนาการ โดยการสังเกต จากการทำกิจกรรม และสนทนา ถาม – ตอบของเด็กปฐมวัย ซึ่งการประเมินพัฒนาการและการเรียนรู้เป็นสิ่งที่ควรเกิดขึ้นควบคู่ไปกับการจัดประสบการณ์ตามปกติในกิจวัตรประจำวัน ครูผู้สอนที่ประเมินอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบจะสามารถใช้หลักสูตรและจัดประสบการณ์ได้อย่างเหมาะสมกับวัย และความแตกต่างระหว่างบุคคลของเด็ก และต้องประเมินให้ครบทุกด้านของเด็กปฐมวัย ด้านร่างกาย อารมณ์ จิตใจ สังคม และสติปัญญา มีการวางแผนเลือกใช้เครื่องมือด้วยวิธีการหลากหลายเหมาะสมกับเด็ก และจดบันทึกไว้เป็นหลักฐาน การประเมินพัฒนาการและการเรียนรู้ที่ดีต้องผสมผสานเป็นเนื้อเดียวกันกับการจัดประสบการณ์ วางแผนการประเมินให้เหมาะสม ใช้ผลการประเมินในการส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็ก การประเมินจึงถือเป็นส่วนหนึ่งของเครื่องมือที่ช่วยทำให้ครูสามารถจัดประสบการณ์อย่างมีคุณภาพ

สื่อกิจกรรมสำหรับกิจกรรม Unplugged Coding

สื่อการเรียนรู้ ที่ใช้เป็นเครื่องมือหรือช่องทางสำหรับการสอนของครูผู้สอนถึงเด็กและทำให้เด็กเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายที่ครูผู้สอนกำหนดไว้ได้เป็นอย่างดี สื่อการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ เป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างประสบการณ์ในการจัดการเรียนการสอนเป็นตัวกลางเชื่อมโยงความรู้ ความเข้าใจระหว่างสารที่ครูผู้สอนส่งไปยังเด็ก ซึ่งสื่อการเรียนรู้มีให้เลือกหลากหลายชนิด โดยครูผู้สอนต้องเลือกและใช้สื่อให้เหมาะสมจุดประสงค์ กิจกรรม และเด็ก ซึ่งสื่อเหล่านั้นต้องใช้งานอย่างสะดวก และที่สำคัญคือ เมื่อนำมาใช้จริงแล้วจะช่วยให้การจัดประสบการณ์การเรียนรู้มีประสิทธิภาพมากขึ้น สื่อที่ใช้กับกิจกรรม Unplugged Coding มีดังนี้

1. สื่อประเภทภาพ เช่น ภาพโปสเตอร์ ฯลฯ
2. สื่อชุดเกมการศึกษา เช่น การเรียงลำดับเหตุการณ์ การจัดหมวดหมู่ การจับคู่แบบตาราง

การประยุกต์ใช้กิจกรรม Unplugged coding กับการพัฒนาทักษะการคิดแก้ปัญหาของเด็กปฐมวัย

ในการประยุกต์ใช้กิจกรรม Unplugged Coding กับการพัฒนาทักษะการคิดแก้ปัญหาของเด็กปฐมวัยโดยศศิวิมล วัฒน้อย (2565, บทคัดย่อ) ได้ดำเนินการวิจัยเรื่องผลของการใช้ชุดกิจกรรมวิทยาการคำนวณแบบ Unplugged Coding ต่อทักษะการคิดแก้ปัญหา ของเด็กปฐมวัยชั้นอนุบาลปีที่ 3 โรงเรียนสาร

สาสน์วิเทศสุวรรณภูมิ โดยใช้ชุดกิจกรรมวิทยาการคำนวณแบบ Unplugged Coding การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อพัฒนาชุดกิจกรรมวิทยาการคำนวณแบบ Unplugged Coding ต่อทักษะการคิดแก้ปัญหาของเด็กปฐมวัย 2) เพื่อเปรียบเทียบทักษะการคิดแก้ปัญหาของเด็กปฐมวัย ก่อนและหลังการจัดประสบการณ์ผ่านชุดกิจกรรมวิทยาการคำนวณแบบ Unplugged Coding ของเด็กปฐมวัย กลุ่มตัวอย่างวิจัยที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เด็กนักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 3 ของโรงเรียนสาธิตสาสน์วิเทศสุวรรณภูมิ จำนวน 25 คน ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2566 ซึ่งได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลในระหว่างเด็กทำกิจกรรมจำนวน 25 คน และทดลองใช้ในรูปแบบกิจกรรมเสริมประสบการณ์ทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียนเพื่อติดตามพัฒนาการของเด็กปฐมวัย เครื่องมือที่มื่อที่ใช้ในการทำวิจัย ได้แก่ 1) ชุดเกมการศึกษา Unplugged Coding เพื่อพัฒนาทักษะการคิดแก้ปัญหาของเด็กปฐมวัยชั้นอนุบาลปีที่ 3 2) แผนการจัดประสบการณ์ในการเตรียมความพร้อมต่อทักษะการคิดในการแก้ปัญหา โดยใช้กิจกรรมเกมการศึกษา Unplugged Coding สำหรับเด็กปฐมวัยชั้นอนุบาลปีที่ 3 เป็นชุดเกมการศึกษาจำนวน 8 ชุด 3) แบบสังเกตความสามารถในการคิดแก้ปัญหา 3 ระดับ จำนวน 4 ข้อ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ร้อยละและการประเมินก่อนและหลัง ผลการวิจัยพบว่า ผลของการใช้ชุดกิจกรรมวิทยาการคำนวณ แบบ Unplugged Coding ที่มีต่อทักษะการคิดแก้ปัญหาของเด็กปฐมวัยชั้นอนุบาลปีที่ 3 โดยรวมมีผลพัฒนาการที่ดีขึ้น ผลของการทำกิจกรรมก่อนและหลังการใช้ชุดกิจกรรมวิทยาการคำนวณแบบ Unplugged Coding ต่อทักษะการคิดแก้ปัญหาของเด็กปฐมวัย และเปรียบเทียบทักษะการคิดแก้ปัญหาของเด็กปฐมวัย มีดังนี้ การจัดกิจกรรมชุดกิจกรรมวิทยาการคำนวณแบบ Unplugged Coding เป็นชุดเกมการศึกษา ที่ให้เด็กปฐมวัยได้เล่น ได้เรียนรู้ผ่านกระบวนการคิด ได้ฝึกการสังเกต การเปรียบเทียบ การวางแผนอย่างมีลำดับขั้นตอน ให้เด็กได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ จินตนาการผ่านการเล่น โดยเรียนรู้จากประสบการณ์เดิม แสดงให้เห็นว่าเด็กปฐมวัยมีพัฒนาการที่ดีขึ้น มีทักษะการคิดแก้ปัญหาได้ด้วยตนเอง

บทสรุป

การคิดแก้ปัญหาเป็นกระบวนการทำงานทางสมองของมนุษย์ ซึ่งเกิดจากการจินตนาการ การคิดไตร่ตรองหาเหตุผล เป็นการทำงานอย่างเป็นระบบของสมอง การรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสจากสิ่งที่เกิดขึ้นนำมาวิเคราะห์คิดหาเหตุผลเกิดความคิดรวบยอดในการเรียนรู้ ซึ่งการคิดแก้ปัญหาเป็นพื้นฐานที่สำคัญที่สุดของการคิดทั้งหมด การคิดแก้ปัญหาเป็นสิ่งสำคัญต่อวิถีการดำเนินชีวิตในสังคมของมนุษย์ ซึ่งจะต้องใช้การคิดเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นตลอดเวลา ทักษะการคิดแก้ปัญหาเป็นทักษะที่เกี่ยวข้องและมีประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตที่วุ่นวายสับสนได้เป็นอย่างดี ผู้ที่มีทักษะการคิดแก้ปัญหาจะสามารถเผชิญกับภาวะสังคมที่เคร่งเครียดได้อย่างเข้มแข็ง ทักษะการคิดแก้ปัญหาจึงมิใช่เป็นเพียงการรู้จักคิดและรู้จักการใช้สมองหรือเป็นทักษะที่มุ่งพัฒนาสติปัญญาแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังเป็นทักษะที่สามารถพัฒนาทัศนคติ วิธีคิด ค่านิยม ความรู้ ความเข้าใจในสภาพการณ์ของสังคมได้ดีอีกด้วย การจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรม Unplugged Coding สำหรับเด็กปฐมวัยนั้น ครูจะต้องเตรียมการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยศึกษาวิเคราะห์หลักสูตรและมาตรฐานการเรียนรู้และมีความรู้ความเข้าใจในกิจกรรม Unplugged Coding ครูควรคำนึงถึงการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ให้เด็กได้ค้นพบศักยภาพได้ด้วยตนเอง เด็กได้ฝึกปฏิบัติจริง ได้ฝึกทักษะการคิดแก้ปัญหา ซึ่งการจัดประสบการณ์การเล่นที่มีครูผู้สอนและกติกาส่งเสริมพัฒนาทักษะการ

แก้ปัญหาไปพร้อมกับการเรียนรู้ด้วยความสนุกสนาน เด็กได้พัฒนาทักษะการเรียนรู้ในการแก้ปัญหา ฝึกการทำงานและอยู่ร่วมกันกับเพื่อนเป็นกลุ่มทั้งกลุ่มย่อยและกลุ่มใหญ่ ประสบการณ์ที่จัดมุงฝึกให้เด็กได้มีโอกาสคิด ฝึกการสังเกตและจำแนกด้วยสายตา คิดแก้ปัญหา ใช้เหตุผลและฝึกปฏิบัติ เพื่อให้เกิดความคิดรวบยอดเกี่ยวกับเรื่องที่เรียนรู้ และมีการประเมินผลไปพร้อมกับการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องสามารถนำผลการประเมินการเรียนรู้ของเด็กมาปรับปรุงและพัฒนาการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ของเด็กได้ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กันต์ เอี่ยมอินทรา. (2562). *Computer Science Unplugged เรียนคอมพิวเตอร์แบบไม่ใช้คอมพิวเตอร์*. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/647968>
- กัลยา โสภณพนิช. (2562). นโยบายด้านการศึกษาเพื่อพัฒนาคนสู่ศตวรรษที่ 21. สืบค้นจาก https://www.matichon.co.th/education/news_1619020
- กระทรวงศึกษาธิการ (2560). หลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2560. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2563). *หลักสูตรอบรมการจัดประสบการณ์การเรียนรู้วิทยาการคำนวณระดับอนุบาล*. กรุงเทพฯ: ชุมชนสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- พรณัส ไหวงวงศ์ (2565) *การพัฒนาชุดเกม Unplugged coding เพื่อส่งเสริมทักษะการคิดเชิงคำนวณ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนต้น*. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร)
- ศศิวิมล วัฒนน้อย (2565). *ผลของการใช้ชุดกิจกรรมวิทยาคำนวณแบบอันปลั๊กโค้ดดิ้งต่อทักษะการคิดในการแก้ปัญหาของเด็กปฐมวัย* (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ)
- ศุภรัตน์ พรหมทอง. (2554). *ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับทักษะการคิด*. สืบค้นจาก http://palmprojec.blogspot.com/p/blog-page_18.html
- สิริพัชร เจษฎาวิโรจน์. (2546). *การจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการ*. กรุงเทพฯ: บั๊ค พอยท์.
- สุวิทย์ มูลคำ. (2553). *19 วิธีจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาความรู้และทักษะ*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- ประพันธ์ศิริ สุเลารัจ. (2556). *การพัฒนาการคิด*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ หจก. 9119 เทคนิคพรินต์ติ้ง.
- อารมณ สุวรรณपाल. (2551). *การจัดประสบการณ์สำหรับเด็กปฐมวัย หน่วยที่ 7-10*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

Phenomenon-Based Learning: นวัตกรรมการศึกษาต่อการเรียนรู้ผ่านปรากฏการณ์

อดิสร ศิริ^{1*}, พิมพ์พนิต โชติสวัสดิ์², นราศักดิ์ ศิริกาญจนวงษ์³, กันตภณ สำแดงเดช⁴, นภสินี นิลพันธ์⁵ และจินตนา เจริญ⁶

^{1*}ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ

^{2,3,4,5,6}อาจารย์, คณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ

Corresponding author. e-mail: adi867444@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received) 27 กรกฎาคม 2567

วันที่รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 30 กันยายน 2567

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 18 ตุลาคม 2567

บทคัดย่อ

ในบทความนี้จะนำเสนอแนวความคิดในการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปรากฏการณ์เป็นฐานที่สามารถตอบสนองต่อทักษะจำเป็นของการทำงานในศตวรรษที่ 21 ตามแนวทางการศึกษาของประเทศฟินแลนด์ โดยมีการจัดการเรียนการสอนผ่านปรากฏการณ์ที่เป็นจริง มุ่งเน้นพัฒนาการเป็นผู้ฟังที่กระตือรือร้น ทักษะการสื่อสาร ความฉลาดทางอารมณ์ การแสวงหามุมมองที่แตกต่าง การตระหนักในความสำคัญของผู้อื่น และการมีความรับผิดชอบเพื่อให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ผ่านประเด็นมุมมองที่หลากหลาย ซึ่งเป็นลักษณะของการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการเชื่อมโยงวิชาหรือศาสตร์ต่าง ๆ เข้าด้วยกัน และยังเป็นแนวทางการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ได้แก่ การเรียนรู้หลังการปฏิบัติ และการถอดบทเรียน โดยมีการแลกเปลี่ยนความคิดผ่านการใช้ระบบสารสนเทศจากแผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปรากฏการณ์เป็นฐาน 5 ขั้นตอน ประกอบด้วย 1) ขั้นการตั้งคำถาม 2) ขั้นการใช้บทเรียนขนาดเล็กผ่านวิธีเสริมต่อการเรียนรู้ 3) ขั้นการค้นคว้าหาข้อเท็จจริงและเรียนรู้ร่วมกัน 4) ขั้นการนำเสนอผลการค้นคว้าสู่สาธารณะ และ 5) ขั้นการสะท้อนการเรียนรู้ เพื่อให้ผู้สอนสามารถเข้าใจและนำมาปรับใช้ในการจัดการเรียนรู้แบบองค์รวมตามสภาพจริง

คำสำคัญ: นวัตกรรมการศึกษา, การเรียนรู้, ปรากฏการณ์เป็นฐาน

PHENOMENON-BASED LEARNING: EDUCATIONAL INNOVATION IN LEARNING PHENOMENA

Adisorn siri^{1*} Pimpanitt Chottsawhas² Narasak Sirikanjanawong³ Kantapon Samdaengdej⁴
Napasinee Nillaphan⁵ and Jintana Cheng⁶

¹Assitant Professor, School of Education and Arts, Suvarnabhumi Institute of Technology

^{2,3,4,5,6} Lecture of School of Education and Arts, Suvarnabhumi Institute of Technology

Abstract

This article presents the concept of Phenomenon-Based Learning, an instruction in response to learning management of the essential work skills of the 21st-century Finnish education. The teaching approach is based on the phenomena of the world to develop interpersonal and active listening, communication skills, emotional intelligence, different perspectives, recognize others and be accountable in different topics of learners' view. This is called integrated learning and is done by combining transdisciplinary knowledge and subjects and guidelines for developing lifelong learning skills: After Action Review (AAR) and lessons learned via the internet and information system in the digital era. The 5 steps of learning management: 1) Enquiry Question, 2) Mini-lessons and Scaffolding, 3) Research and Collaborative work, 4) Public Presentation, and 5) Reflection on Learning are for educational instructors to use and apply holistically to learning management.

Keywords: Educational Innovation, Learning, Phenomenon-Based Learning

บทนำ

การปฏิรูปการเรียนการสอนในยุคประเทศไทย 4.0 ในปัจจุบันมุ่งเน้นการส่งเสริมให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ อย่างมีความหมาย ให้ผู้เรียนมีบทบาทในการเรียนรู้มากขึ้น เพื่อให้ครูนั้นได้ลดบทบาทการสอนจากเดิมเป็นการ บอกเล่า หรือครูเป็นผู้ให้ข้อความรู้แก่ผู้เรียนโดยตรงปรับเปลี่ยนมาเป็นการเรียนการสอนในรูปแบบใหม่ โดย การจัดการกระบวนการเรียนรู้และกิจกรรมที่จะทำให้ผู้เรียนเกิดความกระตือรือร้น โดยที่ครูนั้นเป็นครูแบบ ที่ เรียกว่า Actively Teach เน้นการสอนแบบมีส่วนร่วม เน้นการจัดกิจกรรมให้ผู้เรียนมีความใคร่รู้ อยากที่เรียน รู้อยู่ตลอดเวลา หรือที่เรียกว่ากัน การเรียนรู้แบบเชิงรุก (Active Learning) โดยผู้สอนสามารถนำการจัดการ เรียนรู้เชิงรุกไปจัดกิจกรรมการเรียนการสอนตามมาตรฐานการเรียนรู้และตัวชี้วัดในทั้ง 8 กลุ่มสาระการเรียนรู้ ของทุกรายวิชาตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 (ฉบับปรับปรุง 2560) รวมถึง นำไปใช้ในการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน และกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้อื่น เพื่อให้ผู้เรียนสามารถรับมือกับ ความเปลี่ยนแปลงหลายอย่างเกิดขึ้นในโลก ซึ่งกระบวนการเรียนรู้ควรเป็นกระบวนการที่ครูจัดบรรยากาศการ เรียนให้ผู้เรียนได้เรียน ผู้เรียนจะมีโอกาส มีส่วนร่วมในการปฏิบัติจริงและมีการใช้วิจารณญาณในการคิดและ ตัดสินใจในการปฏิบัติกิจกรรมนั้น มีความสามารถในการวิเคราะห์และสังเคราะห์ประสบการณ์การปฏิบัติเป็น องค์ความรู้เชิงลึก (Deep Knowledge) เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียน และผู้เรียนกับครู ซึ่งมุ่งเน้น ให้ผู้เรียนมีความฉลาดรู้เต็มศักยภาพ พร้อมนวัตกรรมการสอนแนวใหม่ ๆ ผ่านกระบวนการเรียนรู้ในรูปแบบ ใหม่ ๆ เพื่อสร้างทักษะจำเป็นของการทำงานในศตวรรษที่ 21 นำไปใช้สำหรับการพัฒนาตนเอง พัฒนา

กระบวนการทำงาน พัฒนาระบวนการเรียนรู้ตลอดจนการสร้างสรรค์นวัตกรรมผ่านปรากฏการณ์ (Phenomenal-based Learning) ที่สลายเส้นแบ่งระหว่างห้องเรียนและโลกจริง บูรณาการความรู้หลากหลายสาขาวิชา และขยายพื้นที่การเรียนรู้ให้กว้างและลึกยิ่งกว่าเดิม สอดคล้องกับ กิริสติ โลนกา (2563) ที่ได้กล่าวถึง การจัดการเรียนรู้ผ่านปรากฏการณ์เป็นฐาน เพื่อพัฒนาทักษะการแก้ปัญหา ความรู้ที่โรงเรียนต้องเชื่อมโยงกับปัญหาในชีวิตจริง ผ่านปรากฏการณ์จริง และปรากฏการณ์นั้นควรไปไกลเกินขอบเขตสาขาวิชาเดียว และยังสอดคล้องกับ Silander (2015) ที่ได้กล่าวถึง การเรียนรู้โดยใช้ปรากฏการณ์เป็นฐาน ทำให้เกิดการพัฒนาทักษะใหม่ ๆ ที่ทุกคนต้องเรียนรู้และปรับประยุกต์ใช้ในการทำงานให้เหมาะสมกับสถานการณ์และบริบทที่แตกต่างกัน โดยนำปรากฏการณ์มาศึกษาแบบองค์รวมในบริบทที่เกิดขึ้นจริงที่เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์ใกล้ตัว และมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันทำให้เกิดทักษะการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Development Skills)

จากข้อความดังกล่าวข้างต้น ผู้เรียบเรียงสามารถสรุปได้ว่า การเรียนรู้ผ่านปรากฏการณ์จะมุ่งสำรวจปรากฏการณ์ที่ข้ามขอบเขตข้อจำกัดของรายวิชา ผ่านกระบวนการเรียนรู้และการสอน โดยจะเริ่มจากปรากฏการณ์ (Phenomena) ที่พบได้ในโลกแห่งความเป็นจริง ทำให้ผู้เรียนทุ่มเทในการเรียน จูงใจในการเรียน และทำให้ผู้เรียนแสดงออกถึงความรู้ความสามารถ เมื่อผู้เรียนได้มีส่วนร่วมในการปฏิบัติกิจกรรมอย่างกระตือรือร้นในสภาพแวดล้อม ที่เอื้ออำนวย ผ่านการใช้กิจกรรมที่ครูจัดเตรียมไว้ให้อย่างหลากหลาย ทั้งนี้ แนวการสอนผ่านปรากฏการณ์ยังส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ที่ก่อให้เกิดการพัฒนาเชิงบวกทั้งตัวผู้เรียนและตัวครู เป็นการปรับการเรียนเปลี่ยนการสอน ผู้เรียนจะมีโอกาสได้เลือกใช้ความถนัด ความสนใจความสามารถที่เป็นความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Different) สอดรับกับแนวคิดพหุปัญญา (Multiple Intelligence) เพื่อแสดงออกถึงตัวตนและศักยภาพของตัวเองทำให้ผู้เรียนได้รับมุมมองแบบองค์รวมเกี่ยวกับปรากฏการณ์ต่างๆ ภายใต้กระบวนการวิเคราะห์ ซึ่งเป็นการจัดการเรียนรู้ที่เน้นให้ผู้เรียนได้ลงมือทำและได้คิดในสิ่งที่ทำลงไปเพื่อเป็นการสร้างประสบการณ์ตรงให้เกิดขึ้นแก่ผู้เรียน โดยผู้เรียนจะมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนและครู ด้วยการลงมือทำกิจกรรมร่วมกันทั้งในชั้นเรียนและนอกชั้นเรียน สอดคล้องกับ Finnish National Board of Education (2016) ที่ได้กล่าวถึงการเรียนรู้ในชั้นเรียนและนอกชั้นเรียน โดยใช้ปรากฏการณ์เป็นฐานจะเป็นการสอนที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนทำความเข้าใจปรากฏการณ์ผ่านการใช้ข้อเท็จจริง ผ่านความคิดรวบยอด และผ่านการฝึกปฏิบัติจริง ข้อมูลและทักษะใหม่ที่ได้รับจะถูกใช้ประกอบการเรียนรู้ผ่านปรากฏการณ์ ซึ่งการเรียนรู้ในลักษณะรูปแบบนี้ข้อมูลใหม่ที่ได้รับจะมีคุณค่าในทันที ผู้เรียนจะเกิดความเข้าใจ อย่างลึกซึ้ง กล่าวคือ ผู้เรียนเป็นผู้สร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองที่เรียกว่าเป็นการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning)

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า สถาบันการศึกษาในประเทศไทย ตั้งแต่การจัดการศึกษาปฐมวัย ประถมศึกษา จนถึงระดับอุดมศึกษา หรือมหาวิทยาลัยนั้น ต่างมีความตระหนักถึงความสำคัญของนวัตกรรมจัดการเรียนรู้ที่ผู้เรียนได้ลงมือกระทำและได้ใช้กระบวนการคิดเกี่ยวกับสิ่งที่เขาได้กระทำลงไป (Tissington, 2019) ตามแนวความคิดของการเรียนรู้เชิงรุกที่หลากหลายผ่านปรากฏการณ์ที่สำคัญ ๆ ใกล้ตัวของผู้เรียน ซึ่งเป็นกระบวนการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสร้างสรรคทางปัญญา (Constructivism) ที่เน้นกระบวนการเรียนรู้มากกว่าเนื้อหาวิชา เพื่อช่วยให้ผู้เรียนสามารถเชื่อมโยงความรู้ หรือสร้างความรู้ให้เกิดขึ้นในตนเอง ด้วยการลงมือปฏิบัติจริงผ่านสื่อหรือกิจกรรมการเรียนรู้ ที่มีครูผู้สอนเป็นผู้แนะนำ กระตุ้น หรืออำนวยความสะดวกให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ขึ้น โดยกระบวนการคิดขั้นสูง

ความสำคัญของนวัตกรรมทางการศึกษา

นวัตกรรมทางการศึกษามีความสำคัญต่อการนำมาแก้ปัญหาหรือพัฒนาผู้เรียน เช่น นักเรียนเรียนรู้ได้เร็วขึ้น นักเรียนเข้าใจบทเรียนเป็นรูปธรรม บรรยากาศการเรียนสนุกสนาน บทเรียนน่าสนใจ ช่วยลดเวลาในการสอน และประหยัดค่าใช้จ่าย เป็นต้น อีกทั้งยังเป็นสื่อการสอนและวิธีการสอนใหม่ๆ ที่ผู้สอนสามารถนำมาใช้พัฒนาผู้เรียนโดยเน้นที่ความแตกต่างระหว่างบุคคล เน้นความสามารถในการเรียนรู้ของผู้เรียนเป็นหลัก นวัตกรรมจะทำให้ผู้เรียนเข้าใจบทเรียนหรือเนื้อหามากขึ้น โดยสามารถพัฒนาผลการเรียนรู้เป็น 3 ด้าน ได้แก่ พุทธิพิสัย (Cognitive Domain) ทักษะพิสัย (Psychomotor Domain) และจิตพิสัย (Affective Domain) ของผู้เรียน ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เรียนมีผลการเรียนรู้เป็นไปตามมาตรฐานที่หลักสูตรกำหนด

ความหมายของนวัตกรรมและนวัตกรรมการเรียนรู้

ความหมายของนวัตกรรม หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและนักวิชาการหลายท่าน ได้กล่าวถึง ความหมายของคำว่า นวัตกรรม ไว้ดังนี้

ราชบัณฑิตยสถาน (2546) กล่าวว่า นวัตกรรม หมายถึง สิ่งที่ทำขึ้นใหม่หรือแตกต่างจากเดิม ซึ่งอาจจะเป็นความคิด วิธีการหรืออุปกรณ์

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2558) กล่าวว่า นวัตกรรม คือ สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม

วัชรภรณ์ ประภาสะโนบล (2564) ได้สรุป ความหมายของนวัตกรรมจากนักวิชาการไว้ว่า นวัตกรรม หมายถึง ความคิด การปฏิบัติ วิธีการ อุปกรณ์หรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยมีใช้มาก่อนหรือเป็นการพัฒนาดัดแปลงมาจากของเดิมที่มีอยู่แล้วทันสมัยและใช้ได้ผลดีกว่าเดิมและทำให้เกิดประโยชน์ เมื่อนำนวัตกรรมมาใช้จะช่วยให้การทำงานนั้นได้ผลดีมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงกว่าเดิม อีกทั้งยังช่วยประหยัดเวลาและแรงงานได้ด้วย

นอกจากนี้นักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมการเรียนรู้ไว้ ดังนี้

มาเรียม นิลพันธุ์ (2558) กล่าวว่า นวัตกรรมการเรียนรู้หรือนวัตกรรมทางการศึกษา หมายถึง รูปแบบ แนวคิด ผลิตภัณฑ์ ผลงาน โมเดลแบบจำลอง ระบบ กิจกรรม โครงการหรือวิธีการใหม่ๆ ที่สร้างขึ้นมาแล้ว สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงพัฒนาการศึกษาได้

อรพรรณ บุตรกัตถัญญ (2561) กล่าวว่า นวัตกรรมการเรียนรู้หรือนวัตกรรมทางการศึกษา หมายถึง การนำเอาสิ่งใหม่ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปของความคิดหรือการกระทำ รวมทั้งสิ่งประดิษฐ์ก็ตามเข้ามาใช้ในระบบการศึกษา เพื่อมุ่งหวังที่จะเปลี่ยนแปลงสิ่งที่มีอยู่เดิมให้ระบบการจัดการศึกษามีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ทำให้ผู้เรียนสามารถเกิดการเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็วเกิดแรงจูงใจในการเรียน และช่วยประหยัดเวลาในการเรียน

จากความหมายของ นวัตกรรมและนวัตกรรมการเรียนรู้ ดังกล่าวข้างต้น ผู้เรียบเรียงสามารถสรุปได้ว่า

นวัตกรรม หมายถึง แนวความคิด การปฏิบัติ หรือการประดิษฐ์คิดค้นทำใหม่ ๆ จากการพัฒนานวัตกรรมจัดการเรียนรู้ ตามกระบวนการ 5 ขั้นตอน (Fields, 2019) ได้แก่ 1) การตั้งคำถาม (Enquiry Question) 2) การใช้บทเรียนขนาดเล็กผ่านวิธีเสริมต่อการเรียนรู้ (Mini-lessons and Scaffolding) 3) การค้นคว้าหาข้อเท็จจริงและเรียนรู้ร่วมกัน (Research and Collaborative work) 4) การนำเสนอผลการค้นคว้าสู่สาธารณะ (Public Presentation) และ 5) การสะท้อนการเรียนรู้ (Reflection on Learning) ที่ได้รับการเรียนรู้ตามแนวคิดปรากฏการณ์เป็นฐานร่วมกับสื่อดิจิทัล สอดคล้องกับขั้นตอนการพัฒนานวัตกรรมจัดการเรียนรู้ของ Sara Georgina Solórzano (2013, p. 2), Pamela Heidlebaugh-Buskey (2013, p. 26) และ Anthony (2012, p. 748) สรุปได้ว่าเป็นการจัดกิจกรรมแบบการบูรณาการสาระการเรียนรู้ เพื่อนำเอาองค์

ความรู้ที่ได้มาพัฒนาเป็นนวัตกรรม หลังจากผู้เรียนได้เรียนรู้จนครบทุกหน่วยการเรียนรู้ ซึ่งจะเห็นได้ว่า นวัตกรรมจัดการเรียนรู้ ดังกล่าว อาศัยแนวความคิดในการใช้ปรากฏการณ์เป็นฐานที่เชื่อมโยงการบูรณาการข้ามศาสตร์ โดยกระตุ้นให้ผู้เรียนร่วมกันผ่านทักษะสังเกตปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจริงและเป็นที่น่าสนใจ และค้นพบได้ในโลกแห่งความเป็นจริงที่อยู่ใกล้ตัวของผู้เรียน เพื่อนำไปสู่การอภิปรายกลุ่มร่วมกันในมุมมองที่กว้างขึ้น

นวัตกรรมการเรียนรู้ หมายถึง กระบวนการสร้างและพัฒนาสื่อนวัตกรรมจัดการเรียนรู้ที่ผสมผสานนวัตกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปรากฏการณ์เป็นฐานร่วมกับสื่อดิจิทัลตามกระบวนการ 5 ขั้นตอน (Fields, 2019) ที่ผ่านการเรียนการสอนแบบเผชิญหน้าภายในชั้นเรียนและนอกห้องเรียนแบบออนไลน์ ประกอบด้วย สื่อสิ่งประดิษฐ์มัลติมีเดีย และการใช้แนวความคิดในการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปรากฏการณ์เป็นฐานที่เป็นการเรียนรู้แบบบูรณาการ ผ่านการตั้งคำถามนำไปสู่การหาคำตอบด้วยกระบวนการแก้ปัญหาแบบร่วมมือ จากการค้นคว้าตามเนื้อหาที่ตนสนใจ ทักษะเฉพาะด้าน ไลฟ์สไตล์ วิชาและทฤษฎีความรู้ด้านต่าง ๆ ทางช่องทาง เช่น Facebook, YouTube, Google, Instagram, Podcast และ Application ที่มีความหลากหลาย โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนได้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนและความมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนและผู้เรียนด้วยกันเอง เป็นรูปแบบการเรียนการสอนสำเร็จรูปให้กับผู้สอนและผู้เรียน ที่ได้มาจากการวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบระหว่างการเรียนรู้แบบผสมผสานกับวิธีการเรียนรู้เชิงรุกที่ผ่านการประเมินคุณภาพของผู้เชี่ยวชาญ

ประเภทของนวัตกรรมจัดการเรียนรู้

นวัตกรรมคือที่ไม่เคยใช้ในสถานการณ์ของการทำงาน ดังนั้นในการจำแนกประเภทของนวัตกรรม จึงสามารถที่จะจำแนกได้ หลายประเภท (วัชรภรณ์ ประภาสะโนบล, 2564) แบ่งออกได้ 5 ประเภทคือ

1. นวัตกรรมทางด้านหลักสูตร เป็นการใช่วิธีใหม่ๆ ในการพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมในท้องถิ่นและตอบสนองความต้องการของบุคคลให้มากขึ้น เช่น หลักสูตรบูรณาการ หลักสูตรรายบุคคล หลักสูตรกิจกรรมและประสบการณ์ หลักสูตรสถานศึกษา หลักสูตรท้องถิ่น

2. นวัตกรรมจัดการเรียนการสอน เป็นการใช่วิธีการเชิงระบบในการปรับปรุงและคิดค้นพัฒนาวิธีการเรียนการสอนแบบใหม่ ๆ จะต้องเกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์เป็นฐานของการพัฒนาให้เกิดขึ้นใหม่ ไม่ใช่เกิดจากการลอกแบบ ทำซ้ำ เช่น การจัดการเรียนรู้แบบศูนย์การเรียนรู้ การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ และการจัดการเรียนรู้ผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต

3. นวัตกรรมสื่อการเรียนการสอน เป็นนวัตกรรมที่อาศัยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ คอมพิวเตอร์เครือข่ายและเทคโนโลยีโทรคมนาคมมาใช้ในการผลิตสื่อการเรียนการสอนใหม่ ๆ โดยจะเป็นการปรับปรุงจากของเดิมหรือพัฒนาขึ้นใหม่ เช่น บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนมัลติมีเดีย หรือชุดการสอนโดยใช้สื่อประสมกับผู้เรียนเป็นกลุ่มย่อย ซึ่งเป็นสิ่งที่ผลิตขึ้น ปรับปรุงให้ดีขึ้น หรือเป็นสิ่งที่ใหม่ที่เป็นประโยชน์

4. นวัตกรรมการประเมินผล เป็นนวัตกรรมที่ใช้เป็นเครื่องมือเพื่อการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและทำได้อย่างรวดเร็ว รวมไปถึงการวิจัยทางการศึกษา และการวิจัยสถาบัน

5. นวัตกรรมการบริหารจัดการศึกษา เป็นการใช้นวัตกรรมที่มีแนวคิด วิธีการ และรูปแบบใหม่ๆ อันเป็นผลมาจาก การสร้าง พัฒนา เพิ่มพูน ต่อยอด หรือประยุกต์ใช้องค์ความรู้ และแนวปฏิบัติต่าง ๆ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการพัฒนา เช่น ระบบการจัดการฐานข้อมูลของหน่วยงานสถานศึกษา หรือการสร้างระบบงานหรือกระบวนการใหม่ที่ดีสอดคล้องกับการบริหารสถานศึกษา

จากประเภทของนวัตกรรม ดังกล่าวข้างต้น ผู้เรียบเรียงสามารถสรุปได้ว่า นวัตกรรมสามารถแบ่งได้หลายแบบ ขึ้นอยู่กับขอบเขตและลักษณะของการแบ่งได้ ดังนี้

แบ่งตามลักษณะการสร้างนวัตกรรม

1. นวัตกรรมส่วนเพิ่ม (Incremental Innovation) เป็นสิ่งที่มีอยู่แล้ว และได้นำมาพัฒนาปรับปรุงใหม่ให้ดีขึ้นกว่าเดิม

2. นวัตกรรมที่เพิกค้นพบ (Breakthrough Innovation) นวัตกรรมที่เป็นสิ่งใหม่ทั้งหมด ซึ่งช่วยแก้ปัญหา และดำเนินงานบางอย่างได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงขึ้นกว่าเดิม

แบ่งตามลักษณะการใช้งานนวัตกรรม

1. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) เป็นสิ่งที่ผลิตขึ้น ปรับปรุงให้ดีขึ้น หรือเป็นสิ่งใหม่ ที่เป็นประโยชน์

2. นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) เป็นการปรับเปลี่ยนแนวทาง หรือวิธีการผลิตสินค้า หรือการให้บริการในรูปแบบใหม่ที่แตกต่างออกไปจากบุคคล หรือองค์กรอื่น

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า สรุปได้ว่า นวัตกรรมการเรียนรู้ในแต่ละประเภทรูปแบบนั้น อาจเป็นสิ่งใหม่ที่ยังไม่มีใครเคยมีผู้ใดทำมาก่อน หรือเป็นสิ่งใหม่ที่เกิดจากการปรับปรุงสิ่งที่มีอยู่แล้วด้านวิธีการผลิต การทดลองใช้ในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น รูปแบบของการเรียนการสอนแบบเผชิญหน้าภายในชั้นเรียนและนอกห้องเรียนแบบออนไลน์ ตลอดจนการเผยแพร่ได้ผ่านทางช่องทาง เช่น Facebook, YouTube, Google, Instagram, Podcast และ Application ที่มีความหลากหลาย โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนเกิด 1) ทักษะการเรียนรู้ เพราะความรู้เปลี่ยนแปลงบ่อยขึ้นเรื่อย ๆ ผู้เรียนต้องมีความสามารถในการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ที่เรียกว่า Life Long Learning 2) ทักษะความเข้าใจ และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และ 3) ทักษะชีวิต ซึ่งผู้เรียนจะต้องมีความเข้าใจตนเองและรู้จักปรับตัวเข้ากับบริบทของสังคมที่เปลี่ยนไป สิ่งเหล่านี้คือ ทักษะสำหรับมนุษย์ที่จำเป็นสำหรับสร้างและพัฒนาสู่ทักษะในศตวรรษที่ 21 อันจะนำไปประยุกต์ใช้กับสถานการณ์จริงในชีวิตประจำวันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แนวคิดพื้นฐานของนวัตกรรมการศึกษาต่อการเรียนรู้ผ่านปรากฏการณ์

แนวคิดการจัดการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง ไม่ว่าจะเป็นการเรียนรู้แบบสืบสอบ (Inquiry) การเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน การเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน หรือแม้กระทั่งการใช้แฟ้มสะสมผลงาน หรือ Portfolios จึงเหมาะสมกับลักษณะของ Phenomenon Based Learning (PhBL) ซึ่งทำให้เกิดการบูรณาการข้ามศาสตร์ แต่ก็ไม่ได้ทำให้รายวิชาต่าง ๆ หายไปจากหลักสูตรจึงจัดได้ว่าเป็นการช่วยเสริมให้เนื้อหาสาระในรายวิชาต่าง ๆ มีความหมายสำหรับผู้เรียนมากขึ้น (Halinen, 2018) และแม้ว่า PhBL จะมีความคล้ายคลึงกับการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน แต่จุดเริ่มต้นกลับต่างกัน เพราะ PhBL จะเริ่มด้วยการสังเกตปรากฏการณ์จากมุมมองที่ต่างกันไป ซึ่ง Silander (2015) ระบุว่า PhBL จะมีลักษณะ 5 ประการ คือ

1. เป็นองค์รวม (Holisticity) หมายถึง ความหลากหลายของการเรียนรู้ในลักษณะของสหวิทยาการ และไม่เพียงบูรณาการลงไปรายวิชาแบบเดิม แต่มุ่งเน้นที่การสำรวจเหตุการณ์ปัจจุบันและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงอย่างเป็นระบบและครอบคลุม

2. มีสภาพความเป็นจริง (Authenticity) หมายถึง ใช้สภาพแวดล้อมจริงแทนที่จะเป็นห้องเรียนแบบเดิม เนื่องจากสภาพจริงนั้นช่วยทำให้เกิดการเรียนรู้ที่แท้จริง ทำให้ผู้เรียนได้ใช้วิธีการ เครื่องมือ และวัสดุจำเป็นอย่างต่าง ๆ ในสถานการณ์จริงเพื่อแก้ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับชีวิต และมีความสำคัญในชุมชน ทำให้ผู้เรียนเข้าใจได้ว่า ทฤษฎีและข้อมูลต่าง ๆ มีประโยชน์ในชีวิตจริง ในขณะเดียวกัน การมีผู้เชี่ยวชาญจากหลากหลายสาขารวมอยู่ใน

ชุมชนการเรียนรู้ยังทำให้ผู้เรียนจะได้รับการสนับสนุนให้มีส่วนร่วมในการปฏิบัติร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ และได้เรียนรู้แนวทางการปฏิบัติหรือการแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้

3. สอดคล้องกับบริบท (Contextuality) ซึ่งมีความหมายรวมทั้งบริบทที่ถูกสร้างขึ้นและสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ ในแง่นี้ “ปรากฏการณ์” ไม่สามารถกำหนดไว้ล่วงหน้าได้ คือในช่วงเริ่มต้นของการเรียนรู้ ปรากฏการณ์ที่ผู้เรียนสนใจอาจจะค่อนข้างคลุมเครือและไม่ชัดเจน แต่จะค่อย ๆ มีความชัดเจนมากขึ้นเนื่องจากผู้เรียนได้สังเกตและทำความเข้าใจบริบทที่กว้างขึ้น

4. เรียนรู้ผ่านการสืบสอบโดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem-based Inquiry Learning) กระบวนการเรียนรู้ทำให้ผู้เรียนได้ตั้งคำถามของตนเองและสร้างความรู้ร่วมกัน ซึ่งจะช่วยให้ปรากฏการณ์ที่อาจจะคลุมเครือไม่ชัดเจน มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

5. ให้ความสำคัญกับกระบวนการเรียนรู้ (Learning Process) ซึ่งถือเป็นกระบวนการที่ทำให้เกิดการตั้งสมมติฐานและการนำทฤษฎีมาใช้ โดยผู้เรียนจะได้เรียนรู้และได้รับการชี้แนะว่าควรจะเรียนรู้อย่างไร ทำให้มี “Know how” และในระดับที่สูงขึ้นผู้เรียนจะสามารถวางแผนกระบวนการเรียนรู้โดยการสร้างชิ้นงานและเครื่องมือที่ต้องใช้ในการเรียนรู้ด้วยตนเอง ซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียนก้าวข้ามสิ่งที่เรียนรู้ในปัจจุบันไปสู่สิ่งที่จะเรียนรู้ในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากแนวคิดพื้นฐานของนวัตกรรมการศึกษาต่อการเรียนรู้ผ่านปรากฏการณ์ดังกล่าวข้างต้น ผู้เรียบเรียงสามารถสรุปได้ว่า แนวคิดการจัดการเรียนรู้ผ่านปรากฏการณ์นั้นจะเน้นบทบาทและการมีส่วนร่วมของผู้เรียน (Active Learning) จัดเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่ให้ผู้เรียนได้เรียนรู้อย่างมีความหมายโดยการร่วมมือระหว่างผู้เรียนด้วยกัน โดยผู้สอนจะมีบทบาทเป็นผู้ถ่ายทอดปรับเปลี่ยนบทบาทเป็นผู้ชี้แนะวิธีการค้นคว้าหาความรู้เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้สามารถแสวงหาความรู้ และประยุกต์ใช้ทักษะต่างๆ สร้างความเข้าใจด้วยตนเองจนเกิดเป็นการเรียนรู้ที่มีความหมาย สอดคล้องกับ อติศร ศิริ (2565) ได้กล่าวถึง การเรียนรู้ผ่านปรากฏการณ์ทำให้ผู้เรียนเกิดการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง (Constructivism) ซึ่งเป็นกระบวนการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสร้างสรรค์ทางปัญญานั้นเน้นกระบวนการเรียนรู้มากกว่าเนื้อหาวิชา จึงทำให้ผู้เรียนจึงสามารถคาดเดาบริบทจาก การพูดหรือการบรรยายของผู้สอนในครั้งนั้น ๆ ผ่านปรากฏการณ์ (Phenomena) ซึ่งปรากฏการณ์ที่นำมาใช้จะเป็นตัวอย่างในการเรียนรู้ที่มีอยู่ในบริบทจริง ทั้งข้อมูล ทักษะ และองค์ความรู้ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องที่ถูกนำมาใช้จะมีลักษณะเป็นหัวข้อแบบองค์รวมผ่านทางช่องทางต่าง ๆ ที่หลากหลาย เช่น Facebook, YouTube, Google, Instagram, Podcast และ Application ทำให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้จากประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในห้องเรียนลงสู่ผู้เรียนได้ สิ่งเหล่านี้จึงจัดได้ว่า เป็นสื่อที่ส่งเสริมการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ทั้งทักษะชีวิตและการทำงาน ทักษะด้านสารสนเทศ สื่อ และเทคโนโลยี และทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสมจะช่วยพัฒนาผู้เรียนให้รู้จักคิดเรียนรู้ ทำงาน แก้ปัญหา สื่อสาร และร่วมมือทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งปรับตัวและใช้ชีวิตในโลกอนาคต

ขั้นตอนของการพัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้ผ่านปรากฏการณ์

ในการพัฒนานวัตกรรมการศึกษาต่อการเรียนรู้ผ่านปรากฏการณ์ จัดได้ว่าเป็นการสร้างสิ่งใหม่ขึ้นมา หรือการดัดแปลงจากสิ่งที่มีชีวิตอยู่แล้วนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนนั้น เพื่อสอดคล้องกับการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ในลักษณะของวิธีการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methods Research) ซึ่งผู้เรียบเรียงได้ดัดแปลงจาก สำนักงานสภาสถาบันราชภัฏ (2544) มีขั้นตอนการสร้างและพัฒนานวัตกรรมไว้ 6 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 (R1) การศึกษาบริบทและสิ่งที่จะพัฒนา

เมื่อผู้สอนได้ศึกษาสภาพปัญหา วิเคราะห์รายละเอียด และสาเหตุของปัญหาที่ต้องการแก้ปัญานั้นมีความสำคัญสำหรับการวางแผนแบบครบวงจรและเป็นกระบวนการที่สำคัญและมีประโยชน์ ซึ่งจะทำให้การประเมินความต้องการจำเป็นมีความสมบูรณ์ สามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์หาสาเหตุและวิธีการแก้ไขต่อไป

ขั้นที่ 2 (R1) กำหนดนวัตกรรมการเรียนรู้

เมื่อกำหนดจุดประสงค์การเรียนรู้ไว้ชัดเจนแล้ว ครูต้องศึกษาค้นคว้าตามหลักวิชาการ แนวคิดทฤษฎี และผลงานที่วิจัยที่เกี่ยวข้องกับจุดประสงค์ในการพัฒนาคุณลักษณะของผู้เรียน เป็นสิ่งใหม่ที่ถูกพัฒนาขึ้น โดยจะเป็นการปรับปรุงจากของเดิมหรือพัฒนาขึ้นใหม่ โดยจะต้องเกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์เป็นฐาน

ขั้นที่ 3 (D1) สร้างและพัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้

ผู้สอนควรศึกษาวิธีการออกแบบและสร้างนวัตกรรมการเรียนรู้ในแผนการจัดการเรียนรู้ตามกระบวนการ 5 ขั้นตอน (Fields, 2019) ได้แก่ ขั้นที่ 1 การตั้งคำถาม (Enquiry Question) ขั้นที่ 2 การใช้บทเรียนขนาดเล็กผ่านวิธีเสริมต่อการเรียนรู้ (Mini-lessons and Scaffolding) ขั้นที่ 3 การค้นคว้าหาข้อเท็จจริงและเรียนรู้ร่วมกัน (Research and Collaborative work) ขั้นที่ 4 การนำเสนอผลการค้นคว้าสู่สาธารณะ (Public Presentation) และขั้นที่ 5 การสะท้อนการเรียนรู้ (Reflection on Learning) จากการนำเอาปรากฏการณ์จริงมาใช้เป็นจุดเริ่มต้นของการเรียนรู้ โดยศึกษาปรากฏการณ์ตามสภาพจริง (Authentic phenomena) แบบองค์รวมผ่านการบูรณาการข้ามวิชา ทำให้ได้ข้อมูลใหม่ที่เกิดขึ้นในระหว่างที่ผู้เรียนศึกษาหัวข้อ (Topic) หรือประเด็นเรื่อง (Theme) มีคุณค่าต่อผู้เรียนในทันที เพราะผู้เรียนเป็นผู้สร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง แล้วจึงจัดทำนวัตกรรมให้สมบูรณ์ตามข้อกำหนด

ขั้นที่ 4 (R2) ทดลองใช้นวัตกรรมการเรียนรู้

การทดลองใช้นั้นเป็นการให้แน่ใจว่านวัตกรรมที่สร้างหรือพัฒนาขึ้น สามารถทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มจากการพัฒนา สิ่งใหม่นั้นๆ ซึ่งผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นอาจจะสามารถวัดได้โดยตรง นอกจากนั้นนวัตกรรมบางประเภท เช่น การพัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้ที่เป็นบทเรียนสำเร็จรูป จะมีรูปแบบของการทดลองใช้ก่อน 1 คน เมื่อพบข้อบกพร่องก็ปรับปรุงแก้ไข หลังจากนั้นให้ทดลองกับผู้เรียนกลุ่มย่อย ประมาณ 9-10 คน จากนั้นจึงทำการตรวจสอบคุณภาพ ด้วยการหาประสิทธิภาพของนวัตกรรม แล้วจึงนำมาปรับปรุงแก้ไขก่อนที่จะนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริง

ขั้นที่ 5 (R2) ใช้ในสถานการณ์จริง

เมื่อผู้สอนดำเนินการสร้าง ทดลองใช้นวัตกรรม และปรับปรุงแก้ไขจนมั่นใจในคุณภาพของนวัตกรรมแล้วก็นำไปใช้จริง ซึ่งเป็นส่วนที่บ่งบอกว่านวัตกรรมนั้นใช้เพื่อแก้ปัญหาใดพัฒนาหรือต่อยอด และนำผลที่จะได้จากการนำนวัตกรรมไปใช้สถานการณ์ห้องเรียนจริง

ขั้นที่ 6 (D2) ประเมินผลการใช้นวัตกรรมการเรียนรู้

เมื่อสิ้นสุดกระบวนการใช้นวัตกรรมแล้ว การประเมินผลการใช้ จึงเป็นส่วนที่แสดงความสำเร็จของนวัตกรรม ประกอบด้วยตัวป้อน (Input) กระบวนการ (Process) และผลผลิต (Output) การนำนวัตกรรมมาใช้มีจุดหมายที่จะปรับปรุงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทำให้นวัตกรรมนั้นมีความน่าเชื่อถือ

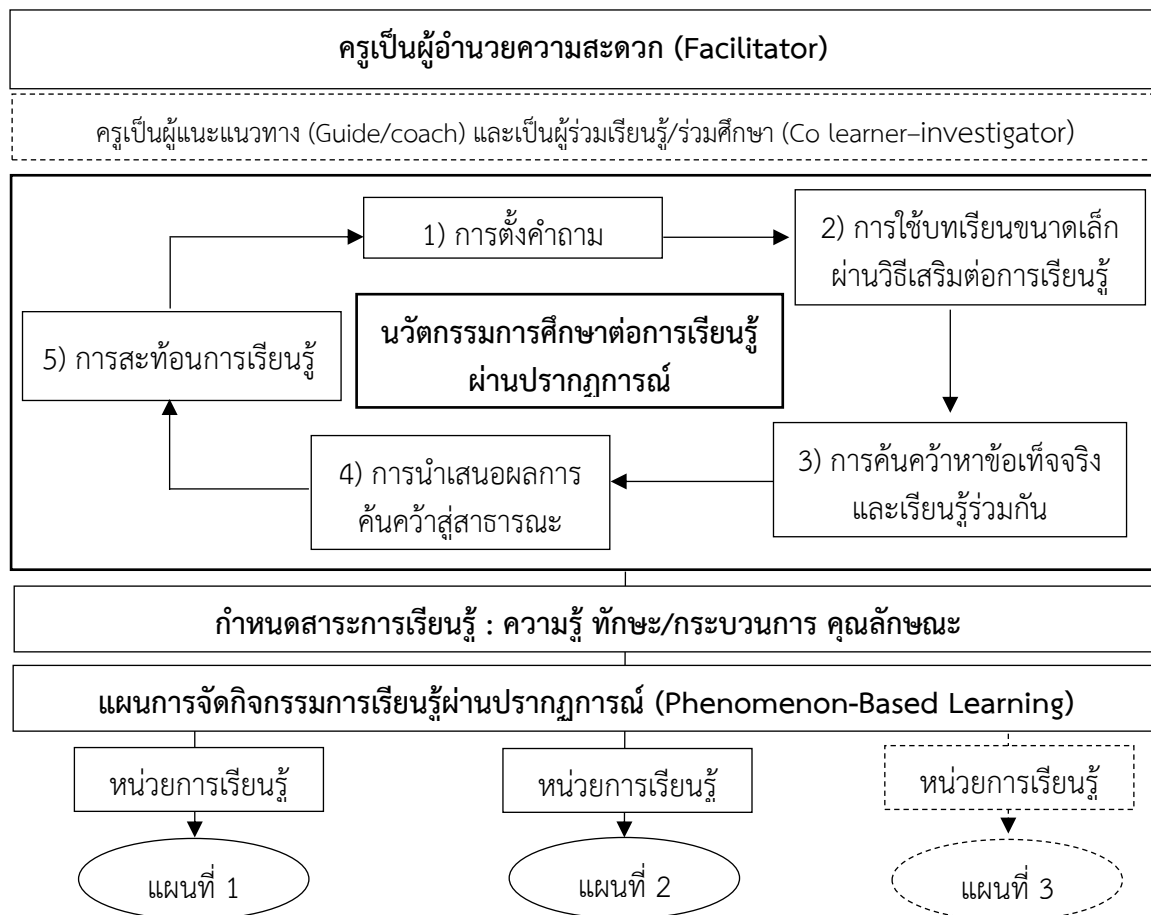
จากขั้นตอนของการพัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้ผ่านปรากฏการณ์ดังกล่าวข้างต้น ผู้เรียบเรียงสามารถสรุปได้ว่า การพัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้ผ่านปรากฏการณ์จัดเป็นการเรียนรู้เชิงรุกที่ผสมผสานเทคนิค วิธีการสอน การจัดการเรียนรู้รูปแบบต่างๆ อันเป็นผลมาจาก การสร้าง พัฒนา เพิ่มพูน ต่อยอด หรือประยุกต์ใช้องค์ความรู้ และแนวปฏิบัติต่าง ๆ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการพัฒนา ประสิทธิภาพ และประสิทธิผล โดยการเลือกใช้นวัตกรรมการเรียนรู้ผ่านปรากฏการณ์จริง ทำให้เกิดการค้นหาคำคิดใหม่ๆ ที่จะสามารถตอบโจทย์ปัญหา มุ่งเน้นให้ผู้สอนได้

พิจารณาเลือกนวัตกรรมที่เหมาะสมกับบริบทพฤติกรรมที่จะแก้ปัญหาในชั้นเรียนได้อย่างเหมาะสม โดยสามารถเลือกใช้นวัตกรรมทั้งแบบเดี่ยวหรือแบบผสมก็ได้ขึ้นอยู่กับความสามารถในการจัดกิจกรรมที่เป็นรูปแบบหรือเทคนิควิธีการจัดการเรียนรู้แบบต่างๆ และสื่ออุปกรณ์การสอนต่าง ๆ ที่ผู้สอนจะนำมาใช้ในการจัดการเรียนรู้ให้กับผู้เรียน เช่น การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ (Cooperative learning) การจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน (Project-based learning) การจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นหลัก (Problem-based learning) เป็นต้น

สรุป

นวัตกรรมการเรียนรู้ (Innovation in Learning) โดยทั่วไปหมายถึง สิ่งที่ทำขึ้นใหม่หรือแตกต่างจากเดิม ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้เรียน อันเป็นผลมาจากการที่บุคคลมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมหรือจากการฝึกหัด (สุรางค์ โค้วตระกูล, 2553) การเรียนรู้มีขอบเขตที่ครอบคลุมถึงกระบวนการเรียนรู้ (Learning process) คือ การดำเนินการอย่างเป็นลำดับขั้นเพื่อช่วยให้บุคคลเกิดการเรียนรู้ และการเรียนรู้ยังครอบคลุมถึงผลของการเรียนรู้ (Learning outcome) ผ่านการเรียนรู้เข้าใจแนวคิด และหลักการของนวัตกรรม และเกิดเรียนรู้การพัฒนานวัตกรรมจาก Innovation Model ที่เกิดจากการใช้ความรู้ (ทิตินา แคมณี, 2562) นอกจากนี้จากกล่าวได้ว่า นวัตกรรมการศึกษาต่อการเรียนรู้ผ่านปรากฏการณ์ จัดเป็นการเรียนรู้ที่เน้นบทบาทและการมีส่วนร่วมของผู้เรียน หรือการเรียนรู้เชิงรุก (Active learning) และอาจเป็นได้ทั้งสิ่งที่ใช้ในการสังเกต หรือรูปแบบของระบบสำหรับสิ่งที่ต้องเรียนรู้ (Systemic model) รวมทั้งรูปแบบเชิงเปรียบเทียบสำหรับสิ่งที่ต้องเรียนรู้ (Analogous model) หรือแม้กระทั่งเป็นพื้นฐานที่สร้างแรงจูงใจให้ผู้เรียนและนำไปสู่สิ่งที่เรียนรู้ต่อไปในอนาคต (Mattila and Silander, 2015) ดังนั้น การเรียนการสอนที่นำนวัตกรรมการเรียนรู้ผ่านปรากฏการณ์นั้น ควรเป็นการสอนให้เด็กเรียนรู้ว่า ความรู้เหล่านั้นมาได้อย่างไร เน้นการสอนโดยใช้กระบวนการเรียนรู้และการสอนจะเริ่มจากปรากฏการณ์ (Phenomena) ที่พบได้ในโลกแห่งความเป็นจริงในสภาพแวดล้อมของการทำงานแบบร่วมมือรวมพลัง (Collaborative) ตามแนวคิดการจัดการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองที่พลิกบทบาทครู พลิกบทบาทนักเรียนนั่นเอง

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 1 แสดงนวัตกรรมการศึกษาต่อการเรียนรู้ผ่านปรากฏการณ์

นวัตกรรมการศึกษาต่อการเรียนรู้ผ่านปรากฏการณ์เริ่มต้นจากการที่ผู้เรียนได้ร่วมกันสังเกตปรากฏการณ์ในโลกแห่งความเป็นจริงซึ่งเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้อย่างเป็นองค์รวม และการสังเกตปรากฏการณ์นี้ก็ไม่ได้จำกัดอยู่ที่มุมมองใดมุมมองหนึ่ง อย่างเป็นองค์รวมด้วยมุมมองที่หลากหลาย และผสมผสานความรู้ที่เกี่ยวข้องเข้าด้วยกัน จะเห็นว่าลักษณะของการจัดการเรียนการสอนโดยใช้ปรากฏการณ์เป็นฐาน จะมีความยืดหยุ่น และเอื้อให้ครูสามารถนำไปปรับใช้ในการจัดการเรียนการสอนให้เหมาะสมกับบริบทและลักษณะของผู้เรียน โดยเริ่มจากการถามคำถามเกี่ยวกับปรากฏการณ์ เช่น นักเรียนคิดว่าทำไมเครื่องบินถึงบินและลอยอยู่กลางอากาศได้ เป็นต้น ซึ่งผู้เรียนจะสร้างคำตอบของปัญหาหรือคำถามที่เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์ที่สนใจร่วมกัน เช่น 1) มีการอธิบายบริบทของการเกิดเหตุการณ์ที่ใช้ในการถอดบทเรียน 2) มีการสังเคราะห์แนวทางการปฏิบัติที่เป็นไปได้และตอบสนองต่อเป้าหมาย และ 3) มีความคิดรวบยอดหรือมโนทัศน์ (Concept) ขององค์ความรู้และกระบวนการเรียนรู้แบบร่วมมือรวมพลังผ่านปรากฏการณ์ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กิริสตี โลนกา. (2563). Phenomenal learning: นวัตกรรมการเรียนรู้แห่งอนาคตแบบฟินแลนด์. กรุงเทพฯ: บุ๊คสเคป.
- ทิตินา แคมมณี. (2562). ศาสตร์การสอน องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มาเรียม นิลพันธุ์. (2558). วิธีวิจัยทางการศึกษา. นครปฐม: ศูนย์วิจัยและพัฒนาการทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). พจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน. พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ: นามมีบุ๊คส์พลัสลิเคชั่น.
- วัชรภรณ์ ประภาสะโนบล. (2564). รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะการจัดการเรียนรู้ของนักศึกษาครูโดยใช้โครงการเป็นฐานร่วมกับการสอนแบบสร้างสรรค์เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมของนักเรียน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร)
- สุรางค์ ไคว์ตระกูล. (2553). จิตวิทยาการศึกษา. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2558). สูดยอนนวัตกรรมไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- สำนักพัฒนาการฝึกหัดครู สำนักงานสภาสถาบันราชภัฏ. (2544). คู่มือการฝึกอบรมการวิจัยในชั้นเรียน. กรุงเทพฯ: เสมาธรรม.
- อดิสร ศิริ และคณะ (2565). ผลการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดปรากฏการณ์เป็นฐานร่วมกับสื่อประสมเพื่อส่งเสริมความคิดวิเคราะห์ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี. วารสารพุทธจิตวิทยา. 7(2), 128-141.
- อรพรรณ บุตรกตัญญู. (2561). การเรียนรู้โดยใช้ปรากฏการณ์เป็นฐานเพื่อการสร้างมุมมองแบบองค์รวมและการเข้าถึงโลกแห่งความจริงของผู้เรียน. วารสารครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 46(2), 348-365.
- Anthony J. Ryals. (2012). The recognition without cued recall phenomenon: Support for a feature-matching theory over a partial recollection account. *Journal of Memory and Language*, 66(4), 747-762.
- Fields, D. (2019, March). *Applying Phenomenon-Based Learning to Day-to-day Lessons*. Paper presented at the 2019 Oxford National Conference, Italy. Retrieved 2021, July 15. from <https://elt.oup.com/feature/it/ONC19/?cc=de&selLanguage=de& mode=hub>
- Finnish National Board of Education. (2016). *National Core Curriculum for Basic Education 2014*. Helsinki, Finland: Finnish National Board of Education.
- Halinen, I. (2018). The New Educational Curriculum in Finland. In M. Matthes, L. Pulkkinen, C. Clouder, & B. Heys (Eds). *Improving the Quality of Childhood in Europe*. 7(pp.75–89). Brussels, Belgium: Alliance Childhood European Network Foundation.
- Mattila P. and Silander P. (2015). *How to create the school of the future: revolutionary thinking and design from Finland*. Finland: Multprint, Oulu.

- Pamela Heidlebaugh-Buskey. (2013). *A multiple case study on the phenomenon of Culturally responsive pedagogy in rural western North Carolina*. Western Carolina University.
- Sara Georgina Solórzano. (2013). *Educating Latino immigrant students: The phenomenon of teaching Latino immigrant elementary students in Indiana*. Purdue University West Lafayette, Indiana.
- Silander, P. (2015). *Phenomenon based learning*. Retrieved 2021, July 15. from <http://www.phenomenaleducation.info/phenomenon-based-learning.html>
- Tissington, S. (2019). *Learning with and through phenomena: An explainer on phenomenon-based learning* (Paper presented at the Association of Learning Developers in HigherEducation Northern Symposium). Middlesbrough UK.

สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ

55-56 ม.7 ซ.สามมิตร ถ.หนามแดง-บางพลี ต.บางพลีใหญ่

อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540

โทรศัพท์ 02-3373341-3

www.svit.ac.th