

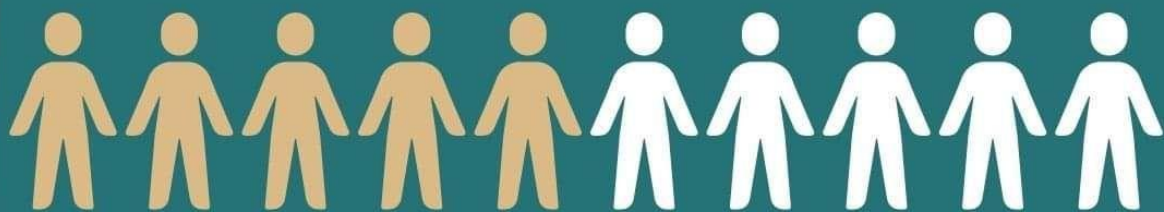
วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒน์

JOURNAL OF SOCIAL SCIENCE PANYAPAT

ISSN 2773-9805 (Online)

ปีที่ 4 ฉบับที่ 3 กรกฎาคม - กันยายน 2565

Vol.4 No.3 July - September 2022



JSSP

Journal of Social Science Panyapat

วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒน์ปีที่ 4 ฉบับที่ 3

JSSP

ISSN : 2773-9805 (Online)

Journal of Social Science Panyapat Vol. 4 No. 3

วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒน์

3/1273 ตำบลเมืองเก่า อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น 40000

โทร. 080-224-1454, 081-601-5934 อีเมล: prasisirorat@gmail.com

เจ้าของ: ปัญญาพัฒนา 3/1273 ตำบลเมืองเก่า อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น 40000

บรรณาธิการ:

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประยูร แสงใส

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

กองบรรณาธิการ:

ศาสตราจารย์ ดร. วิชระ งามจิตรเจริญ

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ศาสตราจารย์ ดร. กนกอร สมปราษฎ์

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร. พุทธิรักษ์ ปราบนอก

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อริยา คูหา

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรรณณ ศรีโสมพันธ์

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มานะ ลักษมีอรุณทัย

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชัยณรงค์ ศรีมันตะ

มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประยุทธ์ ชูสอน

มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภินิษฐา นานา

มหาวิทยาลัยนครพนม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อนันตศักดิ์ พลแก้วเกษ

มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

ผู้จัดการวารสาร:

นางสาวศิริรัตน์ ประศรี

กำหนดออกเผยแพร่วารสาร:

วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒนา มีกำหนดวงรอบการเผยแพร่ปีละ 4 ฉบับ ดังนี้

ฉบับที่ 1 มกราคม – มีนาคม

ฉบับที่ 2 เมษายน – มิถุนายน

ฉบับที่ 3 กรกฎาคม – กันยายน

ฉบับที่ 4 ตุลาคม – ธันวาคม

การส่งบทความพิจารณาตีพิมพ์:

ผู้เขียนเตรียมต้นฉบับบทความตามเกณฑ์เงื่อนไขของวารสารและส่งในระบบที่เว็บไซต์วารสาร

<https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSSP/about> เพื่อดำเนินการพิจารณาบทความเพื่อตีพิมพ์ตลอดทั้งปี

วัตถุประสงค์และขอบเขตของวารสาร

วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒนา มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่บทความบทความวิจัย บทความวิชาการ และบทความหนังสือ ในสาขาที่เกี่ยวข้องด้านสังคมศาสตร์ และรวมถึงสหวิทยาการเชิงประยุกต์ด้านสังคมศาสตร์ ปีละ 4 ฉบับ โดยบทความที่ตีพิมพ์เผยแพร่ได้ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิอย่างน้อย 3 ท่าน ทั้งนี้เปิดรับบทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

ประเภทของผลงานที่ตีพิมพ์ในวารสาร

- 1) บทความวิจัย (Research Article) เป็นบทความที่นำเสนอการค้นคว้าวิจัย เกี่ยวกับด้านสังคมศาสตร์ และรวมถึงสหวิทยาการเชิงประยุกต์ด้านสังคมศาสตร์
- 2) บทความวิชาการ (Academic Article) เป็นบทความวิเคราะห์ วิจัยหรือเสนอแนวคิดใหม่
- 3) บทความหนังสือ (Book Review) เป็นบทความในลักษณะวิจารณ์หรืออธิบายเหตุผลสนับสนุนในประเด็นที่เห็นด้วย และ มีความเห็นแตกต่างในมุมมองวิชาการ

วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒน์นี้ เป็นปีที่ 4 ฉบับที่ 3 หลังจากได้รับการพิจารณาจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) ให้อยู่ในกลุ่ม 2 กองบรรณาธิการได้ขออนุญาตปรับวารสารจากปีละ 2 ฉบับเป็น 4 ฉบับต่อปี โดยเริ่มจากฉบับ กรกฎาคม-กันยายน 2565 เป็นต้นไป

วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒน์ ได้มุ่งเน้นการเผยแพร่ บทความวิจัย บทความวิชาการและบทความหนังสือ ด้านสังคมศาสตร์ จากหลากหลายหน่วยงานและสถาบันการศึกษา ทั้งนี้เพื่อให้วารสารเป็นสื่อกลาง สำหรับนักวิชาการ นิสิต นักศึกษา ได้ใช้เป็นเวทีเสนอทางออก สำหรับปัญหาที่เกิดขึ้นทางสังคมแก่สาธารณชนตามหลักวิชาการ

จึงกล่าวได้ว่า เราเป็นวารสารฉบับหนึ่งที่เน้นการให้บริการแบบกัลยาณมิตร ที่ยึดหลักวิชาการเป็นแนวทาง เพื่อสนองตอบท่านที่สนใจส่งบทความเพื่อตีพิมพ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประยูร แสงใส
บรรณาธิการวารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒน์

บทความวิจัย

รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำตามหลักสัปปริสธรรม 7 สำหรับผู้บริหารวิทยาลัยครู ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พระอานันท์ทะสัก นนทิตุฒโน (พัตทะสีลา), ประจิตร มหาหิง, พระมหาพิสิฐ วิสิษฐบุญโญ	1-14
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางแอปพลิเคชัน Facebook ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ธิดารัตน์ บัณฑิตภักดิ์, เสาวลักษณ์ ภูเจริญประสิทธิ์	15-30
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซี การวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง และการวิเคราะห์เส้นทาง ศิริลักษณ์ ทัดเทียม, นนทร์ วรพาณิชย์	31-44
พฤติกรรมและปัจจัยสนับสนุนศิลปินเกาหลีผ่านร้านคาเฟ่ของวงเซเว่นทีนในประเทศไทย อภิขญา เขียวแก้ว, อรุณี ปัญญสวัสดิ์สุทธิ์	45-56
การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการอ่านจับใจความ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 สุชา อยู่อ่อน, อังคณา อ่อนธานี	57-70
การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทรัพยากรบุคคลที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากร ของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด นิรันทร์ ณรินทร์, วรศักดิ์ ทองศิริ, ภัทรฤทัย เกณิกาสมานวรคุณ	71-84
มูลค่าขยะอาหารของธุรกิจร้านอาหารในเขตอำเภอเมืองและอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา วสุสิริ ชะลอกกลาง, สมหมาย อุดมวิทิต	85-96
การพัฒนาระบบสวัสดิการชุมชนเชิงบูรณาการเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางคุณภาพชีวิต ให้กับกลุ่มเปราะบางทางสังคมของเทศบาลตำบลสามง่าม อำเภอสามง่าม จังหวัดพิจิตร สุเทพ คำเมฆ, ปฎิมาพร เคลือซอน	97-110
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ฐาปानीย์ กรณพัฒน์ฤชวี, ภัทรฤทัย เกณิกาสมานวรคุณ	11-124

สารบัญ (ต่อ)

บทความวิจัย

การศึกษาความคุ้มค่าทางการเงินในการลงทุนติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา สำหรับบ้านอยู่อาศัย ในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย กัญญาณัฐ สายวิโรจน์สกุล, มานะ ลักษณะมีอรุณทัย, ชิตตะวัน ชนะกุล	125-140
ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีและการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง กรณีศึกษา : เคพลัส บัวหลวง เอ็มแบงก์กิ้ง และ เคเอ็มเอ กรุ๊ป โมบายแอป เพ็ญนภา สุขบุญเพ็ง, นนทร์ วรพาณิชย์	141-154
กระบวนการวางแผนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก บริษัท กลุ่มสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด กิตติศักดิ์ กองปัญญา, วรศักดิ์ ทองศิริ, ภัทรฤทัย เกณิกาสมานวรคุณ	155-168
การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทาง เพื่อส่งเสริมความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 นภวรรณ หาญทองช่วง, ชำนาญ ปาณาวงษ์	168-180
การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสาน เพื่อส่งเสริมความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 อรนุช แก้วมาตย์, อังคณา อ่อนธานี	181-192
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 พรชัย พิชิตชาญชัยสกุล, วรศักดิ์ ทองศิริ, ภัทรฤทัย เกณิกาสมานวรคุณ	193-208
การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงตามหลักเบญจธรรมของนักเรียนโรงเรียนนุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เอกวิทย์ นันทศรี, พระครูภัทรธรรมคุณ, พระมหาญาณวัฒน์ ฐิตวฑฺฒโน	209-218
การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ในยุคฐานวิถีชีวิตใหม่ของนักเรียน โรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อภิญา ะหารไทย, พระครูภัทรธรรมคุณ, ทองดี ศรีตระการ	219-228

สารบัญ (ต่อ)

บทความวิจัย

- ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟจริงจังราคาแฟ แอนด์ฟาร์ม
ของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี 229-242
จรรุวรรณ วรชิน, ภัทรฤทัย เกณิกาสมานวรคุณ

บทความวิชาการ

- การจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการคิดแก้ปัญหาอนาคต 243-252
นิวัฒนา วรณคำ, พระครูวินัยธรรมรชต์, พระบวร ปวรธมโม, ชุ่ม พิมพ์ศิริ, ณัฐธยาน์ แวงอุบล
- การวิเคราะห์นโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุของไทย 253-262
สุรีย์พร สลับลี, พงษ์พัต วัฒนพงศ์ศิริ
- พลังบวร : ชุมชนคุณธรรม ลานธรรม ลานวิถีไทย 263-274
พระอธิการโสภณ ปิยธมโม, เอกราช โษษิตพิมานเวช, พระมหาพิสิฐ วิสิษฐบุปผโย
- การเคลื่อนไหวทางการเมืองบนฐานของการเคลื่อนไหวทางสังคมแนวใหม่:
สื่อ สังคม และการเปลี่ยนแปลง 275-282
พระมหาพิพัฒพงศ์ วงษ์ชาลี
- ผ่าพะเหวด : สัญลักษณ์ประเพณีชาวพุทธอีสาน 283-292
พระครูปลัดสรกิตติคุณ (ประยูร ชุมโคตร), วิทยา ทองดี

คำแนะนำผู้พิมพ์บทความ

แบบขอส่งบทความตีพิมพ์

รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำตามหลักสัปปุริสธรรม 7 สำหรับผู้บริหารวิทยาลัยครู ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

LEADERSHIP DEVELOPMENT MODELS BASED ON THE SEVENFOLD

SAPPURISADHAMMA FOR TEACHERS COLLEGE ADMINISTRATORS IN VIENTIEN CAPITAL, THE LAO PEOPLE'S DEMOCRATIC REPUBLIC

พระอานันท์สะก นนฺทิวฑฒโน (พัตทะสีลา)^{1*} ประจิตร์ มหาหิง² พระมหาพิสิฐ วิสิฏฐปญโญ³

Phra Ananthasak Nandivadhlno (Phathasira)¹ Prachitr Mahahing² Phramaha Phisit Visitthapanyo³

^{1,2,3} มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น

^{1,2,3} Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Khon Kaen Campus

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นว่าด้วยภาวะผู้นำของผู้บริหารวิทยาลัยครู ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (2) สร้างและพัฒนาแบบภาวะผู้นำ และ (3) ประเมินรูปแบบที่เหมาะสม ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอน จำนวน 196 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 12 รูป/คน ใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา และการใช้เทคนิค Modified Priority Needs Index (PNI_{Modified}) ในการจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น

ผลการศึกษา พบว่า สภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ว่าด้วยภาวะผู้นำ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ วิสัยทัศน์ รองลงมา คือ คุณธรรม ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มนุษยสัมพันธ์ และค่าดัชนี PNI_{modified} ของความต้องการจำเป็นโดยรวมเฉลี่ย .18 ส่วนค่าดัชนี PNI_{modified} ของความต้องการจำเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านลำดับที่ 1 คือ มนุษยสัมพันธ์ ลำดับที่ 2 คือ ความชำนาญ ลำดับท้ายสุด คือ วิสัยทัศน์

การสร้างและนำเสนอแบบภาวะผู้นำตามหลักสัปปุริสธรรม 7 พบว่า ทั้ง 4 ด้าน คือ 1) วิสัยทัศน์ 2) ความชำนาญ 3) มนุษยสัมพันธ์ และ 4) คุณธรรม มีรายละเอียด ดังนี้ มนุษยสัมพันธ์ “เก่งคน” ความชำนาญ “เก่งงาน” วิสัยทัศน์ “เก่งคิด” คุณธรรม “เก่งธรรม” โดยทั้ง 4 ด้าน รวมถึงวิธีการพัฒนาภาวะผู้นำ ทั้ง 4 วิธี ได้แก่ 1) การศึกษา 2) การฝึกอบรม 3) การสัมมนา และ 4) การดูงาน สามารถบูรณาการตามหลักสัปปุริสธรรม 7 ได้ เช่น ด้านการศึกษา เข้ากับข้อ 3 อุตตมญุตตา (ผู้รู้จักตน) และข้อ 6 ปริสฺสญุตตา (ผู้รู้จักชุมชน) เป็นต้น

ผลการประเมินรูปแบบที่สร้างขึ้น มีความเหมาะสม มีความเป็นไปได้ และเป็นประโยชน์ในการนำไปใช้ในการพัฒนาได้จริง โดยรวมอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด

คำสำคัญ: การสร้างและพัฒนาแบบภาวะผู้นำ, หลักสัปปุริสธรรม 7, ผู้บริหารวิทยาลัยครู, นครหลวงเวียงจันทน์, สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

* E-mail address: phathasya@gmail.com ¹ pisit.sueb@mcu.ac.th ³

ABSTRACT

The objectives of this research article were to study (1) study the current condition desirable condition and the need for leadership of teachers college administrators in Vientiane Lao People's Democratic Republic (2) to create and develop a leadership model according to Sevenfold Sappurisdhamma for teachers college administrators in Vientiane Lao People's Democratic Republic and (3) to assess such an appropriate model by used the mixed research methodology. The research tools were questionnaire, semi-structured interview and a form to check the suitability of the model quantitative research used a sample group were 196 school administrators and teachers. The statistics used were frequency, percentage, mean, standard deviation. Qualitative research section used the target were expert persons and administrators of educational institutions, 12 person by analyzing the content, and used the Modified Priority Needs Index (PNI_{Modified}) technique, in order to prioritize the need for necessity.

The result of the study found that: Current and Desirable conditions of leadership overall, it is at a high level, when considering each aspect with the highest average was vision, followed followed by morality, while the aspect with the lowest average was human relations, and the PNI_{modified} index of overall needs was averaged .18 the PNI_{modified} index of individual needs was the first aspect was human relations, the second was expertise, and the last was vision.

Creation and presentation of leadership style according to Sevenfold Sappurisdhamma principles, it was found that 4 aspects were 1) vision aspects 2) skills aspects 3) human relations aspects and 4) morality aspects, with details as follows: human relations, "Good People Management", expertise "Good Administration", vision "Good Smart Thinking", morality "Good Dhamma", in all 4 aspects, including 4 methods of leadership development, were 1) education 2) training 3) seminar and 4) visit work, following the Sevenfold Sappurisdhamma principles, such as education, verse 3, Attanyuta (one who knows oneself), verse 6 Parisyuta (one who knows the community), etc.

The results of the evaluation of the created model be appropriate possible and it is useful to be used in real development, overall, it is at the highest level.

Keywords: Leadership Creation and Development Model, Sevenfold Sappurisdhamma, Teachers College Administrators, Vientiane Capital, Lao People's Democratic Republic

บทนำ

ในสภาวะการณ์ปัจจุบัน กระแสของการเปลี่ยนแปลงของโลกเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ทุกองค์กรต้องมีการปรับเปลี่ยนบทบาท การกิจ และวิธีการบริหารจัดการแนวใหม่ ที่มุ่งผลสัมฤทธิ์ที่มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล มีตัวชี้วัดความสำเร็จของงานอย่างเป็นรูปธรรม มีการปรับเปลี่ยนระบบการบริหารงานให้เป็นระบบที่เน้นความรู้ ความสามารถอย่างแท้จริง ในองค์กรหนึ่ง ๆ บุคคลสำคัญที่จะทำให้กลไกในระบบการบริหารงานองค์กรดำเนินไปสู่เป้าหมาย คือ ผู้นำ เพราะผู้นำเป็นผู้ที่มีบทบาทในการกำหนดนโยบายการบริหาร การจัดการ รวมถึงการริเริ่ม การวางแผน การบริการ การกำกับการ และดำเนินการปรับปรุงแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้สัมฤทธิ์ผลตามเป้าหมายขององค์กร (สุวัฒน์ รักขันโท, 2559) ซึ่งการดำเนินจะได้มีประสิทธิภาพเพียงใด ก็ขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพของผู้นำ เมื่อผู้นำขาดคุณลักษณะของการเป็นผู้นำที่ดี องค์กรนั้นจะกลายเป็นองค์กรที่ด้อยคุณภาพ ขาดเป้าหมายการพัฒนา ขาดการสร้าง

องค์กรแห่งการเรียนรู้ และขาดการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรไปสู่ความคิดสร้างสรรค์ ส่งผลต่อความก้าวหน้าองค์กรในภาพรวม

ในปัจจุบันระบบการบริหารมีกลไกสำคัญที่จะทำให้หน่วยงานหรือองค์กรดำเนินการไปสู่จุดหมาย คือ ผู้นำเป็นผู้มีอิทธิพลต่อความเป็นไปขององค์กรในการกำหนดทิศทางให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ทุกองค์กรจึงจำเป็นต้องมีผู้นำที่ดี โดยเฉพาะผู้นำที่ทำหน้าที่บริหารสถานศึกษา ดังจะเห็นได้จากการศึกษาของพระมหาญาณวฑฺฒน์ จิตวฑฺฒโน และระวีง เรื่องสังข์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การปฏิรูปการศึกษาโดยอาศัยแนวคิดทางการศึกษาของพระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต) พบว่า การจัดการศึกษาให้เกิดประสิทธิผลและการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพย่อมส่งผลกระทบต่อคุณภาพของผู้เรียน หัวใจสำคัญอยู่ที่ผู้นำในฐานะตัวแทนของบุคลากร จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนวิธีการบริหารและการดำเนินงาน เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างเป็นระบบ โดยมีคุณลักษณะสำคัญของผู้นำ คือ คุณวุฒิ การศึกษา พฤติกรรมการบริหาร และบริบทของสถานศึกษา (Hoy, W. K., & Miskel, C. G., 1991) รวมถึงการเป็นผู้นำในการทำหน้าที่บริหารสถานศึกษาตามหลักพระพุทธศาสนา คือ สัปปริสธรรม 7 ประกอบด้วย 1) อัมมัญญาตา รู้จักหลักการหรือรู้จักเหตุ 2) อัตถัญญาตา รู้จักความมุ่งมั่นหรือรู้จักผล 3) อัตตัญญาตา รู้จักตน 4) มัตตัญญาตา รู้จักประมาณ 5) กาลัญญาตา รู้จักกาล 6) ปริสสัญญาตา รู้จักชุมชน และ 7) ปุคคัลลัญญาตา รู้จักบุคคล (อง.อภ. ก. 23/128/248-249); (พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต), 2551) จึงจะทำให้ผู้ตามเกิดความเชื่อมั่นและเป็นผู้ตามที่พร้อมให้ความร่วมมือพร้อมที่จะนำองค์กรไปสู่เป้าหมายร่วมกันอย่างเป็นเอกภาพ ทั้งงานวิชาการ บริหารงานทั่วไป งบประมาณ และบริหารงานบุคคล หัวใจสำคัญจึงอยู่ที่ผู้นำที่เป็นผู้นำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ ดังพระพุทธพจน์ที่ว่า “เมื่อฝูงโคทั้งหลายว่ายข้ามแม่น้ำ ถ้าโคจำฝูงไปคด โคหมดทั้งฝูงนั้นก็คดไปตามกัน” (อง.จตุกก. (ภาษาไทย) 21/70/98)

การจัดการศึกษาในประเทศลาวหลังจากได้รับการเปลี่ยนแปลงการปกครองจากราชธิปไตยเป็นสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (ส.ป.ป. ลาว) ปี พ.ศ. 2518 เป็นต้นมา รัฐบาลก็ได้เอาใจใส่ในการส่งเสริมการศึกษาอย่างต่อเนื่อง และขยายระบบการศึกษาลงสู่ท้องถิ่นให้ทั่วถึงกัน เพื่อขจัดความไม่รู้หนังสือให้หมดสิ้นไป (ธีระ รุญเจริญ, 2542) ทั้งนี้ เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ทางการสร้างทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งการศึกษาของวิทยาลัยครูในนครหลวงเวียงจันทน์ เป็นสถาบันการศึกษาที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาการศึกษาของชาติ ในจำนวน 4 แห่ง ได้แก่ วิทยาลัยครูดงคำช้าง วิทยาลัยครูสงฆ์องค์ดี วิทยาลัยครูสะหวันนะเขต และวิทยาลัยครูหลวงน้ำทา มีหน้าที่ในการส่งเสริมและพัฒนาสมรรถนะครูให้มีคุณภาพด้านความรู้ ทักษะ และทัศนคติในอาชีพ เพื่อเป็นการยกระดับคุณภาพการศึกษาไปสู่ผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ แต่ก็พบว่ามีจุดอ่อนที่เป็นปัญหาสำคัญที่จะต้องแก้ไขและพัฒนา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการพัฒนาภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหารวิทยาลัยครูในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

จากประเด็นและปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษารูปแบบการพัฒนภาวะผู้นำตามหลักสัปปริสธรรม 7 สำหรับผู้บริหารวิทยาลัยครูในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เพื่อสร้างและพัฒนารูปแบบภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหาร เพื่อจะได้นำองค์ความรู้ที่เกิดจากการวิจัย ไปใช้เป็นข้อมูลสารสนเทศต่อสถานศึกษาในการพัฒนาองค์กรวิทยาลัยครูให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในอนาคตสืบไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นว่าด้วยภาวะผู้นำของผู้บริหารวิทยาลัยครู ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
2. เพื่อสร้างและพัฒนารูปแบบภาวะผู้นำตามหลักสัปปริสธรรม 7 สำหรับผู้บริหารวิทยาลัยครู ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
3. เพื่อประเมินรูปแบบภาวะผู้นำตามหลักสัปปริสธรรม 7 สำหรับผู้บริหารวิทยาลัยครู ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methods Research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาเอกสาร หลักการ แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 2 นำแบบสอบถามฉบับร่างให้ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 รูป/คน เพื่อตรวจสอบประเมินเพื่อหาคุณภาพความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) หาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Item-Objective Congruence Index) แล้วคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าความเที่ยงตรงทางเนื้อหามากกว่า .80 ขึ้นไป

ขั้นตอนที่ 3 นำเครื่องมือที่ผ่านการหาค่า IOC ของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยนำไปทดลองใช้ (Try out) กับที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์ อัลฟา (Alpha Coefficient Cronbach) เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับมากกว่า .76 และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามรายด้านมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ จากกระบวนการสร้างเครื่องมือ ทำให้ได้เครื่องมือที่สมบูรณ์เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริงที่ใช้ในการศึกษาวิจัยต่อไป

ขั้นตอนที่ 4 ศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นโดยใช้เทคนิค Modified Priority Need Index $PNI_{modified}$) เกี่ยวกับภาวะผู้นำของผู้บริหารวิทยาลัยครู ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ขั้นตอนที่ 5 การจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เพื่อยกร่างรูปแบบการพัฒนภาวะผู้นำตามหลักสัปปริสธรรม 7

ขั้นตอนที่ 6 ดุษฎีพิจาณ (Public Hearing) เพื่อประเมินรูปแบบการพัฒนภาวะผู้นำตามหลักสัปปริสธรรม 7

1. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และกลุ่มเป้าหมาย

1.1 ประชากร ได้แก่ ผู้บริหารและครูผู้สอนในวิทยาลัยครูในนครหลวงเวียงจันทน์ จำนวน 154 ผู้บริหารและครูผู้สอนวิทยาลัยครูในสหวันนะเขต จำนวน 117 คน และ ผู้บริหารและครูผู้สอนในวิทยาลัยครูหลวงน้ำทา จำนวน 115 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 386 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารวิทยาลัยครู และครูผู้สอนในวิทยาลัยครู ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน 386 คน โดยใช้สูตรคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างตารางของ R. V. Krejcie, & D. W. Morgan (1970) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 196 คน จากนั้นทำการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling)

1.3 กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้บริหารวิทยาลัยครู ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ในการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เลือกแบบแบบเจาะจง จำนวน 9 รูป/คน ที่มีประสบการณ์การบริหารไม่น้อยกว่า 10 ปี และผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) จำนวน 12 คน ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) คัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 การวิจัยเชิงปริมาณ ได้กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์เกี่ยวกับภาวะผู้นำของผู้บริหารวิทยาลัยครู ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของประชากร ได้แก่ สถานภาพ ระดับการศึกษา และประสบการณ์การทำงาน มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check List)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเพื่อศึกษาสภาพปัญหาภาวะผู้นำ สำหรับผู้บริหารวิทยาลัยครู ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาภาวะผู้นำ สำหรับผู้บริหาร วิทยาลัยครู ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions)

2.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาเอกสาร หลักการ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สัมภาษณ์ กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) เพื่อใช้ในการสนทนากลุ่ม และประชาพิจารณ์ (Public Hearing) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) แบบบันทึกผลการอภิปรายกลุ่มเชิงลึก 2) เทปบันทึกเสียง 3) กล้องถ่ายรูป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ตามกระบวนการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methods Research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) ประกอบไปด้วย วิเคราะห์เอกสาร แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ ประชาพิจารณ์ สนทนากลุ่ม และพรรณนา

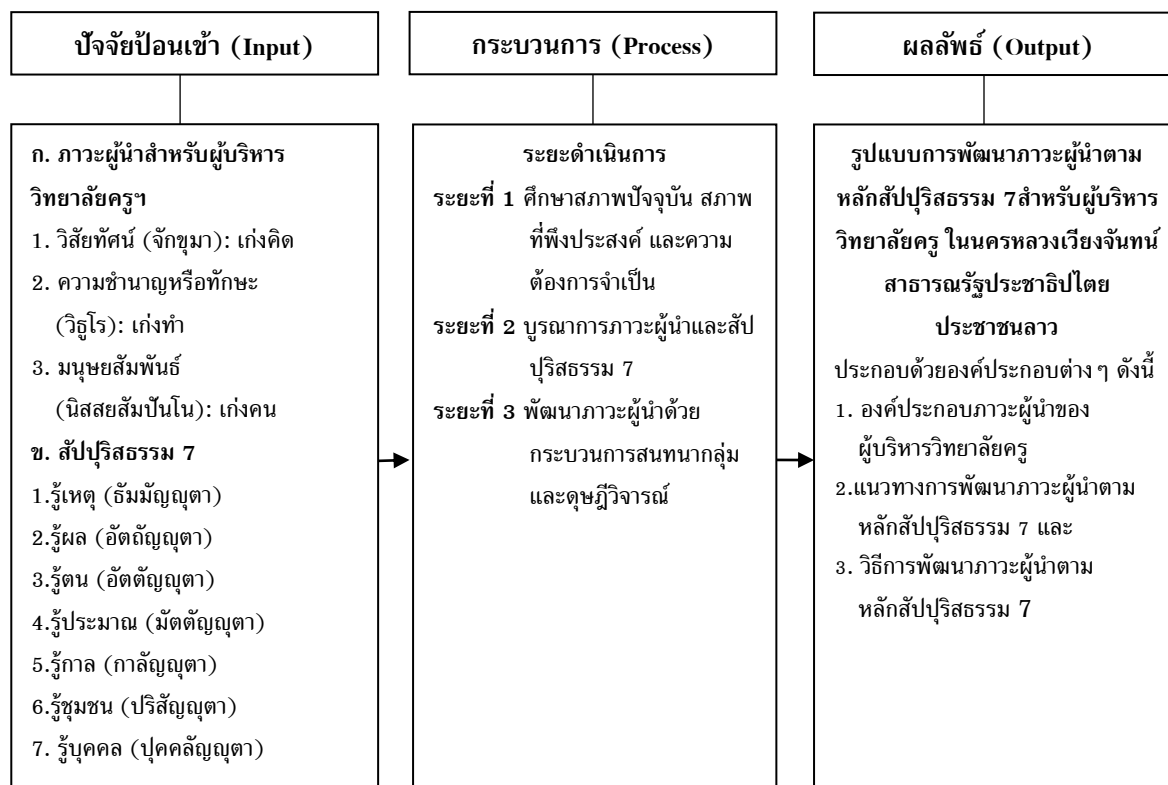
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิจัยเชิงปริมาณ วิเคราะห์ข้อมูลโดยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐาน

4.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ วิเคราะห์ข้อมูลโดยนำประเด็นหลักที่ได้จากการศึกษากำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ในขั้นตอนที่ 1-4 แล้วสังเคราะห์จัดทำเป็นร่างองค์ประกอบการพัฒนาภาวะผู้นำตามหลักสัปปริสธรรม 7 สำหรับผู้บริหารวิทยาลัยครู ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ในขั้นตอนที่ 2 มาตรฐานเป็นแนว คำถาม (Guideline) ที่จะให้ในการอภิปราย แนวคำถามดังกล่าวจะแยกเป็นประเด็นย่อย ๆ ที่กำหนดไว้ในกรอบการวิจัย และทำการจัดทำข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยในขั้นตอนที่ 3 ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลข้อมูล ซึ่งดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้ 1) นำข้อมูลที่ได้จากการอภิปรายกลุ่ม หรือสนทนากลุ่ม มาจัดระบบถอดเทปบันทึกเสียง จัดพิมพ์ข้อมูล 2) วิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นข้อความซ้ำกัน หรือคล้ายกัน โดยรวบรวมข้อมูลที่ได้อยู่ในกลุ่มความหมาย เดียวกัน (Categorize) ไว้ในที่เดียวกัน แล้วประมวลผลสรุปเป็นประเด็นสำคัญ 3) การจัดหมวดหมู่ของข้อมูล (Categorize Data) ตามคุณสมบัติและความคิดรวบยอด (Concept) ของแต่ละกลุ่ม และแยกข้อมูลที่มีความหมาย เกี่ยวกับองค์ประกอบรูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำ ออกจากข้อมูลที่ไม่มีความหมาย และไม่เกี่ยวกับการวิจัยในครั้งนี้ และ 4) นำข้อมูลที่ได้จากการจัดหมวดหมู่แล้วทั้งหมด มาแปลความหมายของข้อมูล หลังจากนั้นวิเคราะห์ ประมวลผล สรุปประเด็นสำคัญ ปรับปรุงองค์ประกอบใหม่ให้เป็นองค์ประกอบรูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำ ด้วยพรรณนาวิธี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยป้อนเข้า กระบวนการ และผลลัพธ์ ดังปรากฏในแผนภาพด้านล่างนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. การวิเคราะห์สภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นว่าด้วยภาวะผู้นำของผู้บริหารวิทยาลัยครู ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ผลการวิจัยพบว่า

สภาพปัจจุบันว่าด้วยภาวะผู้นำของผู้บริหารวิทยาลัยครู ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พบว่า โดยรวมและรายด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = .70) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านวิสัยทัศน์ ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = .76) รองลงมา คือ ด้านคุณธรรม ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = .60) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านมนุษยสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = .79)

สภาพที่พึงประสงค์ว่าด้วยภาวะผู้นำของผู้บริหารวิทยาลัยครู ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พบว่า โดยรวมและรายด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.71$, S.D. = .49) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านวิสัยทัศน์ ($\bar{X} = 4.75$, S.D. = .45) รองลงมา คือ ด้านคุณธรรม ($\bar{X} = 4.74$, S.D. = .44) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านมนุษยสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = .53)

ในภาพรวมค่าเฉลี่ยสภาพที่พึงประสงค์ว่าด้วยภาวะผู้นำของผู้บริหารวิทยาลัยครู ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ($\bar{X} = 4.71$, S.D. = .49) สูงกว่าสภาพปัจจุบัน ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = .70) และค่าดัชนี $PNI_{modified}$ ของความต้องการจำเป็นโดยรวมเฉลี่ย .18 ส่วนค่าดัชนี $PNI_{modified}$ ของความต้องการจำเป็นรายด้าน

ได้แก่ ด้านลำดับที่ 1 คือ ด้านมนุษยสัมพันธ์ ($PNI_{modified} = .22$) ด้านลำดับที่ คือ ด้านความชำนาญ ($PNI_{modified} = .18$) ตามลำดับ ส่วนด้านลำดับท้ายสุด คือ ด้านวิสัยทัศน์ ($PNI_{modified} = .14$)

2. การสร้างและพัฒนาภาวะผู้นำตามหลักสัปปริธรรม 7 สำหรับผู้บริหารวิทยาลัยครู ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ผลการวิจัยพบว่า

แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำตามหลักสัปปริธรรม 7 สำหรับผู้บริหารวิทยาลัยครู ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จากผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้บริหารวิทยาลัยครู จำนวน 12 คน ทั้ง 4 ด้าน คือ 1) ด้านวิสัยทัศน์ 2) ด้านความชำนาญ 3) ด้านมนุษยสัมพันธ์ และ 4) ด้านคุณธรรม มีรายละเอียด

1) ด้านวิสัยทัศน์ ประกอบไปด้วย (1) ผู้นำกำหนดทิศทางการทำงานขององค์กรที่ชัดเจน (2) ผู้นำมีเป้าหมายที่ชัดเจนและทำได้จริง (3) รอบรู้ทุกด้าน เช่น สังคม เศรษฐกิจ การเมือง การศึกษา เป็นต้น (4) พัฒนาบุคลากรให้เป็นคนใฝ่เรียนรู้ (5) กล้าตัดสินใจ กล้ารับผิดชอบ รอบรู้สถานการณ์ดี มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (6) มีความรู้ความสามารถในการทำงานที่ได้รับมอบหมาย (7) ลดความขัดแย้ง ป้องกันและยับยั้งการกระทำผิดทุกด้าน (8) กล้าตัดสินใจ มีความคิดเชิงสร้างสรรค์ เชิงวิเคราะห์ และเชิงประยุกต์ (9) สามารถตัดสินใจในสิ่งที่ถูกต้องได้ด้วยตนเอง (10) ความคิดเห็นของผู้นำเป็นที่ยอมรับและนำไปใช้ในองค์กร (11) ผู้นำให้ความช่วยเหลือและร่วมมือกับผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาอย่างเต็มความสามารถ และ (12) ผู้นำมีแนวคิดที่สอดคล้องกับแนวโน้มในอนาคตในหน้าที่ความรับผิดชอบที่จะประสบความสำเร็จ

2) ด้านความชำนาญ ประกอบไปด้วย (1) ผู้นำต้องมีประสบการณ์ มีการเก็บเกี่ยวประสบการณ์จากการทำงาน (2) ใช้คนให้ตรงกับความชำนาญของแต่ละคน (3) พัฒนานตนเองโดยการเข้าร่วมอบรม สัมมนาอยู่เป็นประจำ (4) มีความรู้ทั้งทางโลกและทางธรรม (5) มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการบริหารงานองค์กรอยู่เสมอ (6) มีทักษะความเข้าใจในการจัดกิจกรรมนิเทศภายในร่วมกับบุคลากรอยู่เสมอ (7) ถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับบุคลากรอยู่เนืองนิตย์ (8) มีการประยุกต์ใช้ความรู้มาปกป้องและแก้ไขปัญหององค์กร (9) นำแนวคิด วิธีการใหม่ ๆ มาใช้ในการบริหารงานองค์กร (10) ผู้นำแสดงจุดยืนที่ชัดเจนในการแสดงข้อคิดเห็นต่อปัญหาโต้แย้งที่เกิดขึ้น (11) ผู้นำมีความรู้ความสามารถสร้างความมั่นใจให้กับบุคลากรว่าจะเอาชนะปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ได้ และ (12) ผู้นำสนับสนุนการจัดบุคลากรในการเข้ารับการฝึกอบรมกับหน่วยงานภายนอก

3) ด้านมนุษยสัมพันธ์ ประกอบไปด้วย (1) สร้างความสัมพันธ์กับคนในองค์กร เพื่อนร่วมงาน ชุมชนท้องถิ่น (2) ทำงานร่วมกันอย่างพี่น้อง ปราศจากอคติต่อกัน (3) มีความสามารถในการสื่อสารและทำงานร่วมกับบุคคลอื่นได้ดี (4) ยกย่องให้เกียรติผู้อื่นเพื่อเพิ่มศักยภาพในการทำงาน (5) สร้างมิตรภาพห่วงใยผู้ใต้บังคับบัญชาทั้งนอกและในเวลาปฏิบัติงาน (6) รับฟังความคิดเห็นของผู้ร่วมงานทุกคนอย่างตั้งใจ (7) จัดสวัสดิการให้บุคลากรทางการศึกษาสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างเหมาะสม (8) มีกิจกรรมทั้งในสถานที่และนอกสถานที่เพื่อสร้างความสัมพันธ์ และ (9) พุดจาสุภาพ อ่อนโยน เอาใจใส่บุคลากรที่ปฏิบัติงาน

4) ด้านคุณธรรม ประกอบไปด้วย (1) ผู้นำประเมินผลการปฏิบัติงานของเพื่อนร่วมงานอย่างเป็นระบบและถูกต้อง (2) ยึดมั่นในหลักธรรม (3) รู้จักรับผิดชอบ มีศีล สมาธิ ปัญญา มีสติสัมปชัญญะ มีหิริโอตตปเปในการทำงาน (4) นำหลักคุณธรรมมาใช้ในการพัฒนาและบริหารสถานศึกษา (5) ให้ความสำคัญกับเพื่อนร่วมงานทุกระดับ (6) ใช้บุคลากรให้ถูกกับงานอย่างยุติธรรม (7) สร้างขวัญกำลังใจ และช่วยเหลือกัน ปราศจากอคติ (8) เอาใจใส่ข้อผิดพลาดในการบริหารงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต (9) รู้จักรับผิดชอบในหน้าที่ของตนด้วยความเอาใจใส่ (10) ผู้นำส่งเสริมให้บุคลากรให้มีการศึกษาเพิ่มเติม เพื่อพัฒนานตนเองในการทำงานให้มีประสิทธิภาพ (11) ผู้นำมีความใส่ใจที่จะแก้ไขข้อผิดพลาดในการบริหารด้วยความซื่อสัตย์สุจริต และ (12) ผู้นำกระจายอำนาจให้กับผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาสามารถตรวจสอบและแก้ไขปัญหองงานในหน้าที่ที่รับผิดชอบได้

ผลการพัฒนาภาวะผู้นำตามหลักสัปปริสธรรม 7 สำหรับผู้บริหารวิทยาลัยครู ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ด้านมนุษยสัมพันธ์ “เก่งคน” ประกอบด้วย (1) สร้างมิตรภาพกับเพื่อนร่วมงาน และชุมชนท้องถิ่น (2) สร้างความเชื่อมั่นและศรัทธาให้แก่บุคลากรและชุมชนท้องถิ่น (3) มีเทคนิคสร้างแรงจูงใจกับเพื่อนร่วมงาน ด้านความชำนาญ “เก่งงาน” ประกอบด้วย (1) ความรอบรู้ และความชำนาญในนำวิทยาการสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ในองค์กร (2) ความรวดเร็วและความถูกต้องในการทำงาน (3) ความเป็นผู้นำบริหารสถานศึกษา ยึดมั่นวินัย และนำประสบการณ์มาพัฒนา ไว้ ด้านวิสัยทัศน์ “เก่งคิด” ประกอบด้วย (1) การกำหนดทิศทางและเป้าหมายขององค์กรที่ชัดเจน (2) คิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาสถานศึกษา (2) คิดแบบผู้นำที่มองประโยชน์ทั้งองค์กรและชุมชนท้องถิ่น ด้านคุณธรรม “เก่งธรรม” ประกอบด้วย (1) คุณธรรมสำหรับผู้บริหาร (2) การพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง (3) การบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาล โดยทั้ง 4 ด้านที่กล่าวมานั้น สามารถบูรณาการตามหลักสัปปริสธรรม 7 ได้ ดังนี้ (1) อัมมัญญา คือ รู้หลักการ รู้จักเหตุ รู้จักหลักการ รู้งาน รู้หน้าที่ รู้กติกาที่มีความเกี่ยวข้องในการดำเนินงาน กล่าวคือ ผู้นำนั้นจะต้องรู้จักเหตุ รู้หลักการ รู้กฎกติกาเหล่านั้นให้ชัดเจน เพื่อที่จะเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานให้บรรลุถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้ (2) อัตถัญญา คือ รู้จักผล รู้จุดหมาย รู้ความมุ่งหมาย กล่าวคือ ผู้นำที่ดีจะต้องรู้จักจุดหมาย หรือเป้าหมายของหลักการที่ตนปฏิบัติ เข้าใจวัตถุประสงค์องค์กรว่าจะไปทางไหน เพื่อประโยชน์อะไรเพื่อให้สามารถดำเนินการไปได้อย่างถูกต้องตามเป้าหมายนั้น (3) อัตถัญญา คือ รู้ว่าตน รู้ว่าตนเองมีคุณสมบัติ มีความสามารถอย่างไรและต้องรู้จักพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ ผู้นำที่ดีนั้นจะต้องสำรวจอยู่เสมอว่าตนเองมีจุดอ่อนจุดแข็งอะไรแล้วดำเนินการปรับปรุงจุดอ่อนของตน ในขณะเดียวกัน ก็พัฒนาจุดแข็งของตนให้ดีขึ้นเรื่อย ๆ กล่าวคือ ผู้นำที่ดีควรมีการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สามารถเข้าใจถึงความเปลี่ยนแปลงแห่งโลกอย่างแท้จริงเพื่อให้สามารถนำพามวลชนและองค์กรไปสู่จุดหมายได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ (4) มัตตัญญา คือ รู้จักประมาณ ความเป็นผู้รู้จักความพอดี ความพอเหมาะ ไม่มากเกินไป ไม่น้อยเกินไปในทุกๆ เรื่อง เช่น รู้จักความพอดีในการพูด ในการทำงาน ในการหาทรัพย์สิน ในการจ่ายทรัพย์สิน ในการกินการอยู่ เป็นต้น โดยรู้จักประมาณกำลังตนเองประมาณทรัพย์สินที่มีอยู่ (5) กาลัญญา คือ รู้จักเวลา ที่ควรประกอบกิจการต่างๆ หรือทำงานให้ทันกับเวลาเหมาะกับเวลาและรู้คุณค่าของเวลาผู้นำที่จะประสบความสำเร็จนั้นจะต้องเป็นผู้รู้จักการบริหารเวลาหรือการวางแผนให้เหมาะสมกับเวลาอย่างถูกต้อง (6) ปริสัญญญา คือ ผู้รู้จักชุมชน รู้จักสังคมตั้งแต่ในขอบเขตที่กว้างขวางของสังคมโลกสังคมประเทศชาติว่าอยู่ในสถานการณ์อย่างไร มีปัญหาอย่างไร จะจะสามารถเข้าใจความต้องการของสังคมนั้นได้อย่างถูกต้องหรือแก้ไขปัญหานั้นได้ตรงจุด นอกจากนี้ยังต้องรู้เข้าใจในระเบียบกฎเกณฑ์ วัฒนธรรม ประเพณีของสังคมนั้นๆ ได้อย่างถูกต้องเพื่อให้สามารถเข้าใจถึงสถานการณ์ต่างๆ ของสังคมนั้นๆ ได้อย่างถูกต้อง จะสามารถนำความสงบสุขสันติสุขความก้าวหน้ามาสู่มวลชนหมู่คณะและสังคมได้ (7) ปุคคลัญญา คือ รู้จักบุคคลรู้จักประเภทของบุคคลที่จะต้องเกี่ยวข้องด้วยรู้ว่าควรจะต้องปฏิบัติต่อเขาให้ถูกต้องเหมาะสมและได้ผลอย่างไร ดังนั้น ผู้นำที่ดีต้องยอมรับบุคคล รู้ประเภทของบุคคลที่เกี่ยวข้องเป็นอย่างดี เพื่อให้สามารถเลือกให้คนให้เลือกใช้คนให้เหมาะสมกับงาน ในการบริหารงานทุกๆ ด้านเพื่อให้เกิดประโยชน์และคุณค่าแก่ผู้ปฏิบัติงานทุกคน ตลอดจนสามารถสร้างความก้าวหน้าให้กับคณะและองค์กรได้ตามเป้าหมายที่วาง

ผลการบูรณาการตามหลักสัปปริสธรรม 7 กับวิธีการพัฒนาภาวะผู้นำตามหลักสัปปริสธรรม 7 สำหรับผู้บริหารวิทยาลัยครู ในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ได้ดังนี้ (1) ด้านการศึกษา โดยใช้ทฤษฎีบทบาทหน้าที่ในการจัดการศึกษา สามารถบูรณาการตามหลักสัปปริสธรรม 7 ได้แก่ ข้อ 3 อัตถัญญา (ผู้รู้จักตน) ข้อ 6 ปริสัญญญา (ผู้รู้จักชุมชน) (2) ด้านการฝึกอบรม โดยใช้ทฤษฎีการฝึกอบรมการพัฒนาสมรรถนะบุคลากร สามารถบูรณาการตามหลักสัปปริสธรรม 7 ได้แก่ ข้อ 1 อัมมัญญา (ผู้รู้จักเหตุ) (3) ด้านการสัมมนา โดยใช้ทฤษฎีการทำงานเป็นทีม การสร้างแรงจูงใจ การสร้างวิสัยทัศน์ สามารถบูรณาการตามหลักสัปปริสธรรม 7 ได้แก่ ข้อ 2 อัตถัญญา (ผู้รู้จักผล) ข้อ 7 ปุคคลัญญา (ผู้รู้จักบุคคล) (4) ด้านดูงาน โดยใช้ทฤษฎีการพัฒนาบุคคลซึ่งการฝึกอบรมและศึกษาดูงานเป็นอีกวิธีการหนึ่งที่จะพัฒนาและเพิ่มพูนประสิทธิภาพของครูได้ สามารถบูรณาการตามหลักสัปปริสธรรม 7 ได้แก่ ข้อ 4 มัตตัญญา (ความเป็นผู้รู้จักประมาณ) ข้อ 5 กาลัญญา (ความเป็นผู้รู้จักเวลา)

3. ผลการประเมินรูปแบบภาวะผู้นำตามหลักสัปปริสธรรม 7 สำหรับผู้บริหารวิทยาลัยครู ในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ผลการวิจัยพบว่า จากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 12 คน พบว่า มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ในด้านความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ โดยรวมอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด

ตารางที่ 1 สรุปการประเมินความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ของนำเสนอรูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำตามหลักสัปปริสธรรม 7 สำหรับผู้บริหารวิทยาลัยครู ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำตามหลักสัปปริสธรรม 7 สำหรับผู้บริหารวิทยาลัยครู ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้			ความเป็นประโยชน์		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านมนุษยสัมพันธ์	4.50	.52	มาก	4.70	.48	มากที่สุด	4.50	.53	มาก
ด้านความชำนาญ	4.20	.42	มาก	4.60	.52	มากที่สุด	4.40	.52	มาก
ด้านคุณธรรม	4.60	.52	มากที่สุด	4.70	.48	มากที่สุด	4.60	.52	มากที่สุด
ด้านวิสัยทัศน์	4.50	.53	มาก	4.60	.52	มากที่สุด	4.60	.52	มากที่สุด
รวม	4.50	.52	มาก	4.60	.52	มากที่สุด	4.60	.52	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ของรูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำตามหลักสัปปริสธรรม 7 สำหรับผู้บริหารวิทยาลัยครู ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวโดยรวมอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด

อภิปรายผล

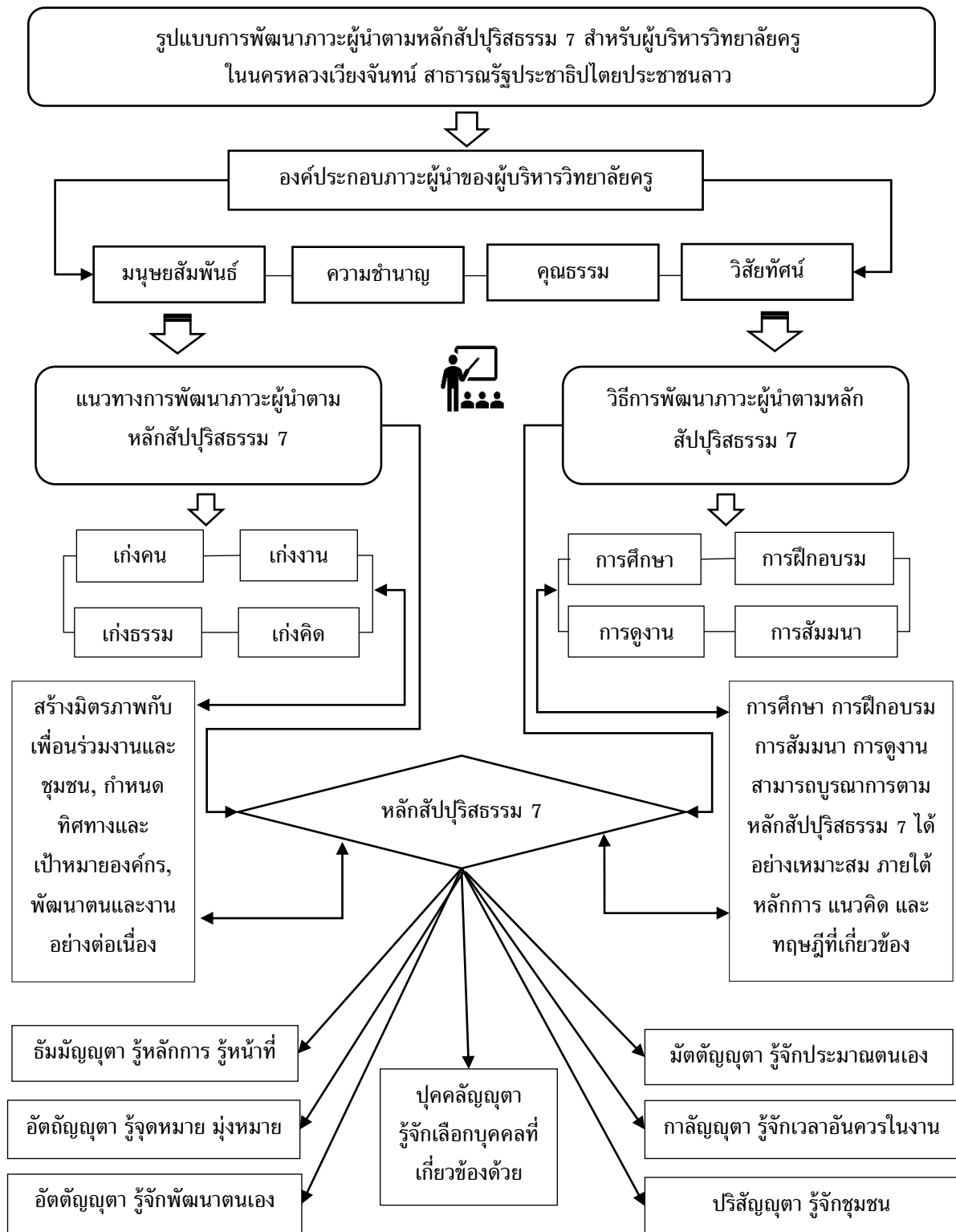
สภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ว่าด้วยภาวะผู้นำของผู้บริหารวิทยาลัยครู ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ภาวะผู้นำของผู้บริหารวิทยาลัยครู ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านวิสัยทัศน์ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่าผู้บริหารที่มีภาวะผู้นำด้านวิสัยทัศน์เป็นหลักสำคัญในการบริหารการศึกษาให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านวิชาการ ด้านงบประมาณ ด้านบุคคล และด้านบริหารทั่วไป ล้วนมีส่วนมาจากภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาที่มีวิสัยทัศน์ ผู้นำที่ทุ่มเทเพื่อคุณภาพของผลงานที่ปฏิบัติ ใฝ่ใจรักที่จะปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายให้ได้ผลดียิ่งขึ้น ผู้นำที่สร้างวิสัยทัศน์ในองค์กรรวมถึงการมีเจตคติที่เหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่ และความรู้ความสามารถ มีความคิดเห็นเป็นที่ยอมรับและนำไปใช้ในองค์กร เป็นผู้นำที่กำหนดทิศทางที่จะดำเนินงานขององค์กร โดยมีจุดหมายปลายทางที่ชัดเจนและมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ มีแนวคิดที่สอดคล้องกับแนวโน้มในอนาคตในหน้าที่ความรับผิดชอบที่จะประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับผลการศึกษาของชุมพร ภามนตร์ และเฉลย ภูมิพันธุ์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ตามการรับรู้ และความคาดหวังของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 27 พบว่า มีองค์ประกอบสำคัญ 5 ด้าน ได้แก่ 1) ภาวะผู้นำ 2) ความรู้ความสามารถในการบริหาร 3) คุณธรรมจริยธรรม 4) มนุษยสัมพันธ์ และ 5) วิสัยทัศน์ โดยในด้านวิสัยทัศน์ เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังสูงสุด คือผู้บริหารสถานศึกษากระตุ้น และส่งเสริมให้ครูใช้นวัตกรรม และเทคโนโลยีในการจัดกิจกรรม และผู้บริหารสถานศึกษาแสวงหาแนวทางจัดกิจกรรมการเรียนการสอนมุ่งสู่ความเป็นเลิศทางวิชาการ และ

สอดคล้องกับการศึกษาของศรสวรรค์ ศรีเรือง และศักดิ์สิทธิ์ ฤทธิสัน (2564) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด พบว่า แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด ด้านวิสัยทัศน์ ในประเด็นที่ผู้บริหารสถานศึกษาควรมีการกำกับและติดตามประเมินผลความก้าวหน้าในการดำเนินงานตามอยู่ในระดับมาก

การสร้างและพัฒนาภาวะผู้นำตามหลักสัปปริสธรรม 7 พบว่า มี 4 วิธีการที่สามารถนำมาพัฒนาภาวะผู้นำตามหลักสัปปริสธรรม 7 ได้แก่ 1) การศึกษา โดยการส่งเสริมให้ผู้บริหารวิทยาลัยครูมีการศึกษาในระดับที่สูงขึ้นทั้งทางโลกและทางธรรม 2) การสัมมนา โดยการจัดการสัมมนาเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้เรื่องภาวะผู้นำตามหลักสัปปริสธรรมทั้งในภาควิชาการและปฏิบัติ ของผู้บริหารในระดับเดียวกันที่ประสบผลสำเร็จในการเป็นผู้นำ 3) การฝึกอบรม โดยการฝึกอบรมให้ผู้บริหารวิทยาลัยครูได้เรียนรู้และพัฒนาทักษะภาวะผู้นำตามหลักสัปปริสธรรม 7 เพื่อการบริหารวิทยาลัยครูในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยอาจจัดรูปแบบอบรมระยะสั้นเพื่อกระตุ้นให้เกิดภาวะผู้นำตามหลักสัปปริสธรรม 7 จนสามารถนำไปสู่การปฏิบัติจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ 4) การดูงาน โดยการจัดให้ผู้บริหารวิทยาลัยครูได้ศึกษาดูงานการบริหารกิจการองค์กรต่าง ๆ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า การสร้างและพัฒนาภาวะผู้นำตามหลักสัปปริสธรรม 7 ในด้านการศึกษา การสัมมนา การฝึกอบรม และการศึกษาดูงาน มีผลต่อการดำเนินงานเพื่อยกระดับไปสู่ความเป็นเลิศ ทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในประเทศและต่างประเทศ สอดคล้องกับ ชวนะ ทวีอุทิศและคณะ (2559); นิรันดร์ สุธีนิรันดร์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา ประกอบด้วย การอบรมเชิงปฏิบัติการ การศึกษาดูงาน การฝึกปฏิบัติจริง และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การพัฒนาความรู้ความเข้าใจแก่บุคลากร ผู้บริหาร ครู การจัดระบบการนิเทศการศึกษาภายใน การเข้ามามีส่วนร่วมของผู้ปกครองและชุมชนในการจัดการศึกษา การฝึกอบรม การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การจัดประชุม การสัมมนา การเสวนา การแต่งตั้งคณะกรรมการสถานศึกษา การทบทวนและการปรับแผนกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการของสถานศึกษา เป็นวิธีการที่สามารถนำมาพัฒนาภาวะผู้นำสถานศึกษาได้อย่างดีเยี่ยม

การประเมินรูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำตามหลักสัปปริสธรรม 7 สำหรับผู้บริหารวิทยาลัยครู ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ประกอบด้วย 1) ด้านมนุษยสัมพันธ์ 2) ด้านความชำนาญ 3) ด้านคุณธรรม และ 4) ด้านวิสัยทัศน์ ผลการประเมินรูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำตามหลักสัปปริสธรรม 7 สำหรับผู้บริหารวิทยาลัยครูในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พบว่า มีความเหมาะสม มีความเป็นไปได้ และมีความเป็นประโยชน์ในการนำไปใช้พัฒนาได้จริง ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า การประเมินรูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำตามหลักสัปปริสธรรม 7 มีประโยชน์ต่อการนำไปใช้ในการพัฒนาภาวะผู้นำและสำหรับผู้บริหารอย่างเป็นระบบภายใต้อย่างดีเยี่ยม สอดคล้องกับงานวิจัยของสุวัฒน์ รักขันโท (2559) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์เพื่อการบริหารกิจการคณะสงฆ์ของพระสังฆาธิการ พบว่า องค์ประกอบภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์และวิธีการพัฒนา มีความเหมาะสมและมีความเป็นไปได้ในการนำไปใช้ อยู่ในระดับมาก รูปแบบหรือแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์และวิธีการพัฒนามีความเหมาะสม และมีความเป็นไปได้ในการนำไปใช้ในระดับมาก เช่นกัน

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาสภาพปัญหาการจัดการศึกษาสำหรับผู้บริหารวิทยาลัยครูในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยภาพรวม พบว่า มีข้อจำกัดในด้านทรัพยากรการบริหารที่จำเป็นและเอื้อให้เกิดความสำเร็จในการจัดการศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหาร ที่มีหน้าที่ในการส่งเสริมและพัฒนาสมรรถนะครูให้มีคุณภาพด้านความรู้ ทักษะ และทัศนคติในวิชาชีพ เพื่อเป็นการยกระดับคุณภาพการศึกษาไปสู่ผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ แต่ก็พบว่ามียุทธศาสตร์ที่เป็นปัญหาคือต้องแก้ไขและพัฒนา คือ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการพัฒนาภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหารวิทยาลัยครูในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ดังนั้น ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนงบประมาณ และบุคลากรมากกว่านี้ ส่งเสริมและจัดหาสื่อเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อใช้ในการสอนของผู้สอนอย่างเพียงพอ และส่งเสริมการพัฒนาภาวะผู้นำด้านบริหารวิทยาลัยครูในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ตามแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำตามหลักสัปปริสธรรม 7 เพื่อให้การจัดการศึกษาเกิดประสิทธิผลและการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพสืบไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมให้ผู้บริหารวิทยาลัยครูใช้หลักสัปปริสธรรม 7 มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหารวิทยาลัยครู ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวที่มีประสิทธิภาพ

1.2 ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเปิดโอกาสให้ผู้บริหารวิทยาลัยครูได้รับฟังความคิดเห็น ประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ใต้บังคับบัญชาอย่างเป็นธรรม และให้การสนับสนุนทรัพยากรทางศึกษาแก่วิทยาลัยครูในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

1.3 จากการศึกษาค้นคว้าพบว่า สภาพปัจจุบันว่าด้วยภาวะผู้นำของผู้บริหารวิทยาลัยครู ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ด้านมนุษยสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำที่สุด และความต้องการจำเป็นรายด้านที่สุด ได้แก่ ด้านมนุษยสัมพันธ์ เช่นกัน ดังนั้น ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการส่งเสริมและพัฒนาภาวะผู้นำตามหลักสัปปริสธรรม 7 สำหรับผู้บริหารวิทยาลัยครู ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ในด้านมนุษยสัมพันธ์ให้มากขึ้น ทั้งนี้ เพื่อให้การจัดการศึกษาเกิดประสิทธิผลและการบริหารจัดการมีประสิทธิภาพสูงสุด

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำวิจัยเชิงประเมินความเป็นผู้นำของกลุ่มผู้บริหารวิทยาลัยครู ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

2.2 ควรทำวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาความต้องการ ความจำเป็นในการพัฒนาภาวะผู้นำของผู้บริหารวิทยาลัยครู ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

2.3 ควรมีการทำวิจัยศึกษาเปรียบเทียบการพัฒนาภาวะผู้นำตามหลักสัปปริสธรรม 7 สำหรับผู้บริหารวิทยาลัยครู ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว กับวิทยาลัยครูในพื้นที่อื่นๆ ของประเทศ

เอกสารอ้างอิง

ชวนะ ทวีอุทิศ และคณะ. (2559). รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วารสารบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 12(2), 55-65.

- ชุมพร ภามนตรี และเฉลย ภูมิพันธุ์. (2559). คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ตามการรับรู้ และความคาดหวังของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 27. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*, 13(63), 193-202.
- เขาวรินทร์ แก้วพรม, จำเนียร พลหาญ และชยาภรณ์ เรืองสุวรรณ. (2564). รูปแบบการพัฒนาคู่มือด้านการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 สำหรับโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา. *วารสารวิชาการธรรมทศน์*, 21(4), 196-211.
- ธีระ รุญเจริญ. (2541). รายงานการปฏิรูปการศึกษาของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. (เอกสารรายงานต่อสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ) มปท.
- นิรันดร์ สุธีนิรันดร์. (2558). การศึกษาความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้โดยใช้แนวทางส่งเสริมตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัดกรุงเทพมหานคร. *วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 28(1), 157-173.
- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตโต). (2551). *พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม*. (พิมพ์ครั้งที่ 16). กรุงเทพฯ: เอส.อาร์. พรินติ้งแมสโปรดักส์.
- พระมหาญาณวฑฒน์ จิตวฑฒโน และระวีง เรืองสังข์. (2559). การปฏิรูปการศึกษาโดยอาศัยแนวคิดทางการศึกษาของพระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตโต). *วารสารครุศาสตร์ปริทรรศน์*, 3(1), 59-71.
- มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539). *พระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- ศรสวรรค์ ศรีเรือง และศักดิ์สิทธิ์ ฤทธิลัน. (2564). แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด. *วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 8(2), 469-492.
- สุวัฒน์ รักขันโท. (2559). รูปแบบการพัฒนภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์เพื่อการบริหารกิจการคณะสงฆ์ของพระสังฆาธิการ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาภาวะผู้นำและนวัตกรรมทางการศึกษา, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์).
- Hoy, W.K.and Miskel,C.G .(1991). *Educational Administration: Theory – Research – Practice*. (4th ed). Singapore: McGraw – Hill, Inc.
- Krejcie, R.V., & D.W. Morgan. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางแอปพลิเคชัน Facebook ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

FACTORS AFFECTING CONSUMER BUYING DECISION ABOUT ONLINE GOODS ON APPLICATION FACEBOOK IN BANGKOK

ธิดารัตน์ บัณฑิตภักดิ์^{1*} เสาวลักษณ์ กู้เจริญประสิทธิ์²

Thidarat Bunditpak¹ Sauwaluck Koojaroenprasit²

¹ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

² ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

¹ Master of Economics (Business Economics), Faculty of Economics, Kasetsart University

² Department of Economics, Faculty of Economics, Kasetsart University

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Facebook ในเขตกรุงเทพมหานคร และ (2) วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Facebook ในเขตกรุงเทพมหานคร การศึกษาในครั้งนี้ใช้เครื่องมือการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์แบบไบนารี โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Facebook ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี สถานภาพโสด รายได้อยู่ที่ 20,001-30,000 บาท การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างหน่วยงานรัฐ เลือกซื้อสินค้าแฟชั่น/เครื่องแต่งกาย มูลค่าการซื้อต่อครั้งอยู่ที่ 500-1,000 บาท เลือกชำระสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง/โมบายแบงก์กิ้ง ในช่วง 3 เดือน จำนวนการสั่งซื้ออยู่ที่ 4-6 ครั้ง

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยที่มีอิทธิพลการซื้อสินค้า ได้แก่ รายได้ระหว่าง 10,000-40,000 บาท ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ชำระสินค้าผ่านช่องทางต่าง ด้านผลิตภัณฑ์ คือ สินค้ามีความหลากหลาย ความคุ้มค่าของสินค้า และสินค้าตรงตามความต้องการ ด้านราคา คือ สามารถต่อรองราคาได้ และปัจจัยส่งเสริมการขาย คือ มีการสะสมคะแนนสั่งซื้อ การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์แบบไบนารี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่าน Facebook ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย ช่องทางส่งเสริมการขาย และการยอมรับเทคโนโลยี โดยค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ที่ 0.8669

คำสำคัญ: สินค้าออนไลน์, เฟสบุ๊ค, พฤติกรรมของผู้บริโภค

* E-mail address: thidarat.bu@ku.th ¹ fecoslp@ku.ac.th ²

ABSTRACT

The objectives of this research article were to (1) study online shopping's consumer behavior and (2) analyze personal factors, marketing mix factors, and technology acceptance factors of consumers to purchase online products through the Facebook application in the Bangkok area. The present study used the Binary Logistic Regression analysis. The samples were taken from 400 consumers in the Bangkok area. The data were analyzed as a percentage, Mean, and Standard Deviation.

The result of the study found that: Majority of survey respondents who purchased online products via Facebook application were female, ages between 31-40, their status was single, income range between 20,001-30,000 baht, completed bachelor's degree, their occupation was government employee/state enterprise employee/ permanent employee, looked for fashion/apparel products, each purchasing value was between 500-1,000 baht, they choose to make their payment via internet/mobile banking, and in the last three months, the shopping frequency was between 4-6 times.

The results of the analysis regarding factors influencing online shopping revealed that personal factors and factors influencing online shopping were the range of income between 10,000-40,000 baht. Marketing mix factors were payment via cash on delivery. Product factors were product variety, the product's worthiness, and whether the product meets the consumer's needs. For price factors, consumers tend to prefer whether the price can be negotiated. For promotional factors, consumers tend to prefer shopping from a shop that provides a point collection campaign. The result of the Binary Logistic Regression analysis revealed that factors influencing consumers to shop online via Facebook application were age, education level, product, price, sale channel, promotional channel, and technology acceptance. The confidence value of the alpha coefficient questionnaire was 0.8669.

Keywords: Online Shopping, Facebook, Consumer Behavior

บทนำ

ปัจจุบันพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคนิยม และใช้กันอย่างแพร่หลายจากการพัฒนาทางเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัย การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงตัวผลักดันให้พฤติกรรมการใช้ออนไลน์ของคนไทยเปลี่ยนแปลงไป ผลสำรวจในปี 2564 พบว่า การใช้ชั่วโมงอินเทอร์เน็ตโดยอยู่ที่ 10 ชั่วโมง 36 นาที โดยกิจกรรมออนไลน์ที่นิยมมากที่สุด คือ การติดต่อสื่อสารออนไลน์ ซึ่งการเติบโตของเทคโนโลยีที่เป็นไปอย่างรวดเร็วและมีผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น ทำให้เกิดการพัฒนาเพิ่มมากขึ้น คุณลักษณะเด่นของอินเทอร์เน็ต คือ การปฏิสัมพันธ์ระหว่างเว็บไซต์กับผู้ใช้ ระหว่างผู้ใช้กับผู้ให้บริการ เกิดเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์จำนวนผู้ใช้จำนวนมาก มีการติดต่อสื่อสารกันแทนการพบเจอกัน ปัจจุบันเพียงแค่สัมผัสเพียงหน้าจอสามารถติดต่อสื่อสารได้อย่างรวดเร็ว Social Media ยังมีการอัปเดตข่าวสารต่างๆ แบบ Real Time (บัณฑิต จ้อยลี, 2562)

การใช้งานแอปพลิเคชันติดต่อสื่อสารเป็นที่นิยมมากที่สุด ผ่านทาง Facebook ก็สามารถอัปเดตข่าวสารการติดต่อ อีกทั้งสามารถซื้อขายสินค้าได้ทั่วโลก เรียกได้ว่าเป็นตลาดเสรี ที่เพียงแค่มีข้อมูลของสินค้า ผลิตภัณฑ์ ราคา และรูปสินค้า ก็สามารถเริ่มต้นขายได้ทันที โดยไม่จำเป็นต้องมี Facebook Page สร้างยอดไลค์ ยอดสมาชิก ก็สามารถนำเสนอสินค้าได้จุดเด่นของ Facebook Marketplace คือ มีระบบ AI ช่วยทำให้การขายสินค้าเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เร็วขึ้น ด้วยการคำนวณหาผู้ที่คาดว่าจะเป็กลุ่มเป้าหมายได้ในทันที และผู้ซื้อ-ผู้ขาย สามารถตรวจสอบกันได้โดยตรงผ่าน Facebook ดูความน่าเชื่อถือ การมีตัวตนได้ และสามารถเลือกซื้อสินค้าจากคนที่อยู่ใกล้ๆ เพื่อพบปะซื้อขายกันโดยตรงได้

(ขวัญฤดี ฮวดหุ่น, 2560) จากข้อมูลผลสำรวจในปี 2564 พฤติกรรมการช้อปปิ้งออนไลน์พบว่า ช่องทางที่ผู้ซื้อนิยมซื้อสินค้า/บริการออนไลน์มากที่สุด คือ ผ่านแพลตฟอร์ม e-Marketplace สูงสุดจะเป็น Shopee 89.7% รองลงมาคือ Lazada 74.0% และ Facebook 61.2% ช่องทางที่ผู้ขายนิยมขายสินค้าผ่าน Social Commerce มากที่สุด คือ Facebook 65.5% รองลงมาคือ Shopee 57.5% และ LINE 32.1 ข้อมูลสถิติและพฤติกรรมการใช้ Facebook ในปี 2564 ผู้ใช้งานมากกว่า 2,000 ล้านคนต่อเดือน Facebook Messenger มีจำนวนผู้ใช้งาน 1.3 พันล้านคน Facebook Groups มีจำนวนผู้ใช้งาน 1.8 พันล้านคน ผู้ใช้งาน Facebook ถูกแบ่งออกเป็น เพศชาย 57% และ เพศหญิง 43% กลุ่มอายุที่ใช้งานเฟสบุ๊คมากที่สุดคือ อายุ 25-34 ปี (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2564)

จากการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานของคนไทย พบว่า การซื้อสินค้าออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดเป็นช่องทางผ่านแอปพลิเคชัน Shopee ผลสำรวจพบว่า การซื้อสินค้าออนไลน์ ช่องทางแอปพลิเคชัน Facebook จากผลสำรวจจะเห็นว่าผู้บริโภคสินค้าออนไลน์ต่างให้การตอบรับการซื้อสินค้าผ่านทางแพลตฟอร์มสำหรับ Shopee มากกว่าทั้งที่การขายสินค้าของร้านค้าผ่าน Facebook มากกว่า Shopee (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2564) ด้วยศึกษาปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางแอปพลิเคชัน Facebook และเหตุใดถึงเลือกตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันช่องทางอื่นมากกว่าช่องทาง Facebook ซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคและพฤติกรรมการซื้อสินค้าเพื่อเป็นแนวทางให้แก่ผู้ประกอบการในธุรกิจออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Facebook และผู้ประกอบการผ่านแอปพลิเคชันอื่นๆ สามารถนำผลที่ได้ไปวางแผนกลยุทธ์ เนื่องจากผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันอื่นมากกว่าแอปพลิเคชัน Facebook ผลกระทบที่ได้คือเนื่องจากมีแอปพลิเคชันในการซื้อขายผ่านทางแอปพลิเคชัน Shopee และ Lazada ทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าไปซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันอื่นส่งผลให้ผู้ขายจะเริ่มเปลี่ยนช่องทางการขายสินค้าจากแอปพลิเคชัน Facebook ผู้วิจัยได้เห็นถึงปัญหาว่าเพราะเหตุใดแอปพลิเคชันถึงไม่ค่อยมีการซื้อขายสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Facebook จึงได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Facebook

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Facebook ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Facebook ในเขตกรุงเทพมหานคร

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัย คือ ผู้ที่เคยซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางแอปพลิเคชัน ที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรจำนวนผู้ใช้งานแอปพลิเคชันที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร ในการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างอ้างอิงจาก (Taro Yamane, 1973) โดยมีขนาดตัวอย่างของประชากร ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีค่าความคลาดเคลื่อนที่ $\pm 5\%$ สามารถคำนวณได้ดังนี้

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

โดยกำหนดให้

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

Z = ค่าปกติมาตรฐานที่ได้จากตารางแจกแจงแบบปกติมาตรฐาน

e = ความคลาดเคลื่อนในการประมาณสัดส่วนประชากรทั้งหมดที่ยอมรับได้

เมื่อนำไปแทนค่าในสูตร โดยที่ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดคือ 95% ดังนั้น

ค่า $Z = 1.96$ และค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณสัดส่วนประชากรทั้งหมดที่ยอมรับได้คือ 5% ดังนั้น

ค่า $E = 0.05$

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

$$n = 385 \text{ ตัวอย่าง}$$

จากผลการคำนวณ จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (n) = 385 ตัวอย่าง การศึกษาครั้งนี้จึงใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน แบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม คือผู้ที่เคยซื้อสินค้าผ่าน Facebook และไม่เคยซื้อสินค้าผ่านช่องทางอื่น เช่น Shopee Lazada เป็นต้น จำนวนกลุ่มละ 200 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยแจกแบบสอบถามจากกลุ่มคนที่เคยซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางแอปพลิเคชันที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษานี้ได้มีการทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยโดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity Test) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาให้อาจารย์ที่ปรึกษา (อาจารย์ที่ปรึกษาการวิทยานิพนธ์) พิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง (Construct Validity) และความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ซึ่งได้ปรับปรุงแก้ไข ก่อนนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริง

2) การทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability Test) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาและได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทำการทดสอบความเหมาะสมเบื้องต้น (Per-Test Survey) จำนวน 40 ชุด กับกลุ่มประชากรที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบว่าคำถามสามารถสื่อความหมายได้ตรงความต้องการ และมีความเหมาะสมหรือไม่ มีความยากง่ายเพียงใด จากนั้นจึงนำมาทดสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรม Microsoft Excel ในการหาค่าความเชื่อถือได้ใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ซึ่งคำนวณได้ดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left| 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right|$$

เมื่อ	α	คือ	สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
	n	คือ	จำนวนข้อในแบบสอบถาม
	S_i^2	คือ	ความแปรปรวนของแบบสอบถามเป็นรายข้อ
	S_t^2	คือ	ความแปรปรวนของแบบสอบถามในภาพรวม

เมื่อทำการทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability Test) ของแบบสอบถามในภาพรวมจะได้ ค่าความเชื่อถือได้ในรูปของสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.8669 จึงสามารถสรุปได้ว่าแบบสอบถามที่จะนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีความน่าเชื่อถือสูง ดังแสดงผลการทดสอบในภาพรวมในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธี Cronbach's Alpha Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.8669	40

ที่มา: จากการคำนวณด้วยโปรแกรม Microsoft Excel

3. สมมติฐาน

- 3.1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Facebook
- 3.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Facebook
- 3.3 ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Facebook

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน Facebook ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยรวบรวมจากให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามโดยตรง หรือให้ตอบแบบสอบถามผ่านทาง Google Form และส่งให้กลุ่มตัวอย่างผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ช่องทางต่าง ๆ

4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บเพื่อวัตถุประสงค์การวิจัยเก็บข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามออนไลน์ โดยก่อนการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแจ้งรายละเอียดให้กับผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อเข้าใจวัตถุประสงค์ อธิบายวิธีการตอบแบบสอบถามออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 คน แบ่งเป็น ผู้ที่มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าออนไลน์ Facebook 200 คน และผ่านช่องทางอื่น 200 คน ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร

4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมจากแหล่งต่าง ๆ ประกอบด้วย

4.2.1 การทบทวนวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยจากตำราทางวิชาการจากงานวิจัย บทความ

4.2.2 ข้อมูล สถิติการใช้อินเทอร์เน็ต ซึ่งสอบถาม และค้นคว้าจากเว็บไซต์ของกระทรวงดิจิทัล

4.2.3 วิธีการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร วารสารทั้งในแหล่งข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต ทั้งของภาครัฐและเอกชน เพื่อให้ทราบถึงแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการประกอบเป็นแนวทางทางการวิจัย

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล มีรายละเอียดดังนี้

5.1 เพื่อตอบวัตถุประสงค์ ด้านการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลมีกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางแอปพลิเคชัน Facebook ในกรุงเทพมหานคร มีวิธีการวิเคราะห์ใช้สถิติ ดังนี้

5.1.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้เครื่องมือทางสถิติในการวิเคราะห์ รูปแบบของตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ในการอธิบายลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Facebook ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี

5.1.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) การถดถอยโลจิสติกส์ (logistic regression analysis) เป็นการหาค่าสถิติเชิงคุณภาพ (qualitative statistical techniques) โดยต่างจากการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (quantitative techniques) ที่ข้อมูลตัวแปรตามเป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ คือ ตัวแปรเชิงกลุ่ม จากการหาค่าการถดถอยโลจิสติกส์ แบ่งออก 2 ประเภท คือ (1) การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์พหุกลุ่ม (multinomial logistic regression analysis) (2) การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ทวิ (binary logistic regression analysis) โดยการวิเคราะห์ทั้ง 2 ประเภท มีความต่างกันของตัวแปรตาม โดยวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ทวิที่มีตัวแปรตาม 2 กลุ่มย่อย (dichotomous variable) ค่าที่ได้เป็น 0 กับ 1 เป็นเหตุการณ์ที่เกิด และไม่เกิดเท่านั้น การวิเคราะห์โลจิสติกส์แบบพหุที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม (polychomous variable) เช่น เกณฑ์ในการตัดสินใจ ระดับความพึงพอใจ เป็นต้น

5.2 การวิเคราะห์โลจิสติกส์เพื่อหาโอกาสของเหตุการณ์สนใจใช้สมการโลจิสติกส์จากตัวแปรต้น (x) อยู่ในระดับช่วง (interval scale) ที่ต้องการถ้าเป็นข้อมูลเชิงกลุ่มต้องเปลี่ยนเป็นตัวแปรที่มีค่า 0 กับ 1 โดยตัวแปรที่ได้ต้องมีความสัมพันธ์กันต่ำถ้ามีความสัมพันธ์สูงทำให้เกิดปัญหา multicollinearity และการวิเคราะห์ต้องใช้ขนาดตัวอย่างถึง 30 เท่าของตัวแปรต้น (ยุทธ ไถยวรรณ, 2555)

วัตถุประสงค์การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์

การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ เพื่อศึกษาถึงตัวแปรตามและตัวแปรอิสระซึ่งเป็นตัวแปร หรือตัวแปรทวิพหุดังนี้

1) ตัวแปรอิสระที่ใช้อธิบายถึงโอกาสที่เกิดขึ้นหรือไม่เกิดขึ้นของเหตุการณ์ในตัวแปรตาม และอธิบายถึงระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรแต่ละตัว

2) สมการโลจิสติกส์จากทำนายโอกาสเหตุการณ์ที่สนใจ โดยเลือกตัวแปรที่เหมาะสม เพื่อให้ได้ค่าที่ถูกต้องและแม่นยำ การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ มีข้อตกลงเบื้องต้น ดังนี้

(1) ตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้น (x) เป็นตัวแปรที่มีข้อมูลอยู่ในระดับช่วง (interval scale) ถ้าเป็นข้อมูลเชิงกลุ่มให้เปลี่ยนเป็นตัวแปรทวิน (dichotomous variable) ค่าที่ได้ 0 กับ 1 ตัวแปรตาม ที่นำมาวิเคราะห์โลจิสติกส์แบบทวิ (binary logistic regression) จะให้ 2 ค่าคือ 0 กับ 1 ส่วนการ วิเคราะห์โลจิสติกส์พหุกลุ่ม (multinomial logistic regression) จะกำหนดตามจำนวนกลุ่มของตัวแปรตาม

(2) ความคลาดเคลื่อนของค่าเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 0 หรือถ้าไม่สัมพันธ์จะได้ค่า $e = 0$ (ยุทธ ไถยวรรณ, 2555)

(3) ตัวแปรต้นไม่มีสัมพันธ์ หรือไม่เกิดปัญหา multicollinearity (ยุทธ ไถยวรรณ, 2555) เนื่องจากใช้ ข้อจำกัดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ถดถอยพหุ

4) การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ มีขนาดตัวอย่างที่ n มากกว่าการถดถอยแบบปกติ ที่ใช้ตัวอย่างเท่ากับ $n \geq 30p$ โดย p คือ จำนวนตัวแปรต้น (ยุทธ ไถยวรรณ, 2555)

โมเดลการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์

โมเดลการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ทวิ (Binary logistic regression analysis model) กรณีตัวแปรหรือตัวแปรทำนายตาม 1 ตัวมีความสัมพันธ์ x กับ y ดังนี้

$$y = b_0 + b_1x + e$$

ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inference Statistics) เพื่อหาสมการพยากรณ์โอกาสที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าออนไลน์ โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์แบบไบนารี (Binary Logistic Regression) เลือกใช้วิธีการเข้าพร้อมกัน (Enter Method) ตัวแปรตาม y คือพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าออนไลน์ และมีตัวแปรอิสระทั้งสิ้น 11 ตัวแปรที่สมการในการพยากรณ์ดังนี้

$$Y = \beta_0 + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \beta_3x_3 + \beta_4x_4 + \beta_5x_5 + \beta_6x_6 + \beta_7x_7 + \beta_8x_8 + \beta_9x_9 + \beta_{10}x_{10} + \beta_{11}x_{11} + \varepsilon$$

Y = การซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางแอปพลิเคชัน

$\beta_0, \beta_1, \dots, \beta_{11}$ = สัมประสิทธิ์ที่แสดงอิทธิพลของตัวแปรตัวที่ i ที่มีต่อ ตัวแปรตาม

X_1 = เพศ

X_2 = อายุ

X_3 = สถานภาพ

X_4 = ระดับการศึกษา

X_5 = อาชีพ

X_6 = รายได้ต่อบุคคล

X_7 = ด้านผลิตภัณฑ์

X_8 = ด้านราคา

X_9 = ด้านช่องทางจัดจำหน่าย

X_{10} = ด้านส่งเสริมการขาย

X_{11} = ด้านการยอมรับเทคโนโลยี

$\mathcal{E}$ = ความคลาดเคลื่อน

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางแอปพลิเคชัน นั้น กำหนดให้ผลของการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ เป็นตัวแปรตาม (Y) ที่มีค่าได้เพียง 2 ค่า คือ

Y = 1 คือ ตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่าน Facebook

Y = 0 คือ ตัดสินใจไม่ซื้อสินค้าออนไลน์ช่องทางผ่านทางอื่น ๆ และกำหนดให้ตัวแปรอิสระ (X) ผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางแอปพลิเคชัน โดยปัจจัยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

(1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน

(2) ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางแอปพลิเคชัน ได้แก่ ประเภทสินค้าที่ซื้อ มูลค่าเฉลี่ยในการซื้อสินค้า วิธีชำระเงินค่า ความถี่ในการซื้อสินค้า

(3) ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

(4) ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ความทันสมัยระบบการซื้อสินค้าความสะดวกความปลอดภัย และความน่าเชื่อถือของร้านค้า สินค้ามีความน่าเชื่อถือ ระบบความน่าเชื่อถือตรวจสอบบัญชีผู้ใช้

ในการศึกษาครั้งนี้มีการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติกส์ แบบ Binary Logistic เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางแอปพลิเคชัน Facebook โดยใช้โปรแกรม SPSS ซึ่งในการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติกส์ นั้น เมื่อตัวแปรตาม (Y) มีค่าได้เพียง 2 ค่าจะพบว่าความสัมพันธ์ระหว่าง X และ Y ไม่ได้อยู่ในรูปเชิงเส้นแต่อยู่ในรูปสมการ Logistic Response Function

$$\text{Prob (Y)} = \frac{e^{\beta_0 + \beta_1 X}}{(1 + e^{\beta_0 + \beta_1 X})}$$

โดยที่ $0 \leq E(Y) \leq 1$; $E(Y) = P(\text{event}) = P(\text{ซื้อ } Y=1)$

ในการศึกษาครั้งนี้กำหนดตัวแปรอิสระ (X) เพื่อค้นหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางแอปพลิเคชัน Facebook มีหลายตัวแปร โดยขนาดของอิทธิพลปัจจัยย่อย (X) สามารถบอกด้วยค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระ (β) สามารถประมาณค่าความน่าจะเป็นของการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางแอปพลิเคชัน Facebook

เนื่องจากตัวแปรอิสระ (X) มีมากกว่า 1 ตัว ดังนั้น สมการ Logistic Response Function จะเป็นดังนี้

$$P(\text{ซื้อ } Y=1) = \frac{e^{\beta_0 + \beta_1 X + \dots + \beta_{11} X_{11}}}{1 + e^{\beta_0 + \beta_1 X + \dots + \beta_{11} X_{11}}}$$

$$P(\text{ไม่ซื้อ } Y=0) = 1 - \frac{e^{\beta_0 + \beta_1 X + \dots + \beta_{11} X_{11}}}{1 + e^{\beta_0 + \beta_1 X + \dots + \beta_{11} X_{11}}}$$

ทำการปรับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามให้อยู่ในรูปเชิงเส้น โดยการหาค่า Odds Ratio จะได้ Logit Response Function คือ

$$\text{Ln (Odds)} = \ln\left(\frac{P_i}{1-P_i}\right) = X_i$$

$$\text{หรือ Ln (Odds)} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_n X_n$$

โดยกำหนดให้

Y_i = 1 ถ้ากลุ่มตัวอย่างตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางแอปพลิเคชัน Facebook

0 ถ้ากลุ่มตัวอย่างตัดสินใจไม่ซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางแอปพลิเคชัน Facebook

$P_i(\text{event}) = P_i$ ที่ผู้บริโภคจากกลุ่มตัวอย่างตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางแอปพลิเคชัน Facebook

X_i = Function ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการออนไลน์ผ่านทางแอปพลิเคชัน Facebook

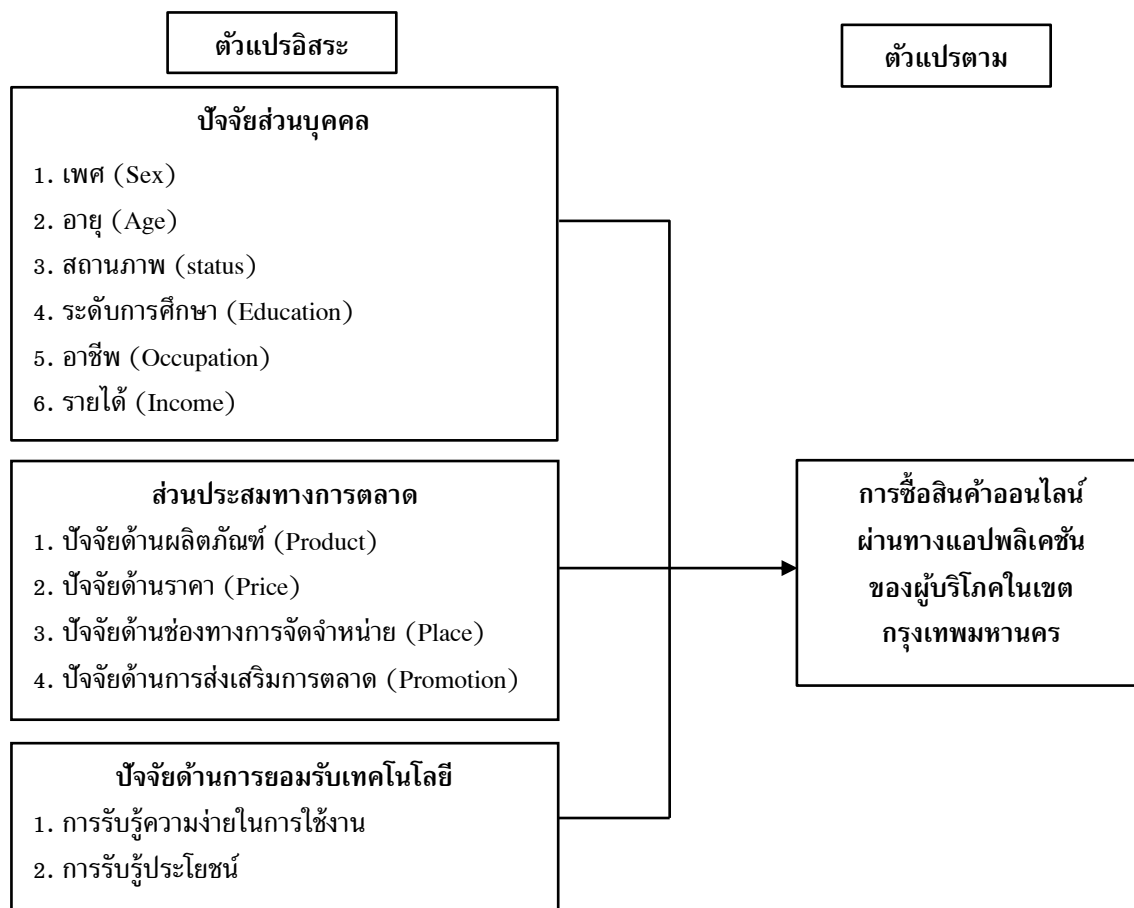
U_i = error term

$\ln$ = Natural Logarithms ($\log_e x$)

โดยที่ i เป็นตัวอย่างของคนที่ซื้อออนไลน์ผ่านทางแอปพลิเคชัน Facebook และไม่ซื้อออนไลน์ผ่านทางแอปพลิเคชัน Facebook

ระดับนัยสำคัญที่พิจารณาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อซื้อออนไลน์ผ่านทางแอปพลิเคชัน Facebook จะพิจารณาที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคสินค้าออนไลน์ ผ่านแอปพลิเคชัน Facebook ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ซื้อสินค้าออนไลน์ผ่าน Facebook จำนวน 200 คน ส่วนใหญ่จะทำการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Shopee เหตุผลในการไม่ซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Facebook เนื่องจากทางเพจของร้านค้าภายในแอปพลิเคชัน Facebook ไม่มีความน่าเชื่อถือ โดยส่วนใหญ่จะเลือกซื้อสินค้าประเภทแฟชั่น/เครื่องแต่งกาย ซึ่งมูลค่าสินค้าที่ทำการสั่งซื้ออยู่ที่ 500-1,000 บาท/ครั้ง ในการชำระสินค้าผู้ซื้อเลือกการชำระเงินปลายทางเป็นส่วนใหญ่ ในช่วงระยะเวลา 3 เดือน มีการสั่งซื้อสินค้าประมาณ 4-6 ครั้ง และกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อสินค้าออนไลน์ผ่าน Facebook จำนวน 200 คน ส่วน

ใหญ่เลือกซื้อสินค้าประเภทแฟชั่น/เครื่องแต่งกาย มีมูลค่าสินค้าในการสั่งซื้ออยู่ที่ 500-1,000 บาท/ครั้ง ในการชำระสินค้าหักผ่านบัตรเครดิต/บัตรเดบิต ในช่วงระยะเวลา 3 เดือน มีการสั่งซื้อสินค้าประมาณ 4-6 ครั้ง

ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคด้านซื้อผ่านแอปพลิเคชันอื่น พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Facebook ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ที่ซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Shopee จำนวน 118 คน ร้อยละ 59.00 รองลงมา แอปพลิเคชัน Lazada จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00

ผู้ที่ไม่ซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางแอปพลิเคชัน Facebook จำนวน 200 คน เหตุผลที่ไม่ซื้อ เนื่องจากเพจร้านในแอปพลิเคชัน Facebook ไม่มีความน่าเชื่อถือในการขายสินค้า จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 รองลงมา ไม่มีการรีวิวสินค้า ซึ่งรายละเอียดของสินค้าไม่ครบถ้วน จำนวน 39 คน ร้อยละ 19.50 มีการบริการข้อมูลและการตอบล่าช้า จำนวน 38 คน ร้อยละ 19.00 ทางร้านคำมีราคาสินค้าไม่เหมาะสม จำนวน 25 คน ร้อยละ 12.50 ซึ่งแอปพลิเคชันมีความซับซ้อน จำนวน 17 คน ร้อยละ 8.50 ระบบไม่น่าเชื่อถือ จำนวน 15 คน ร้อยละ 7.50 และอื่นๆ จำนวน 2 คน ร้อยละ 1.00 ยังไม่มั่นใจ พร้อมทั้งยังมีช่องทางอื่นที่เคยซื้ออยู่แล้ว และมีคนสั่งให้ ประเภทสินค้าแฟชั่น/เครื่องแต่งกาย จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50 รองลงมา เครื่องใช้ภายใน/ตกแต่งบ้าน จำนวน 41 คน ร้อยละ 20.50 อุปกรณ์ไอที จำนวน 33 คน ร้อยละ 16.50 สุขภาพ/ความงาม จำนวน 13 คน ร้อยละ 6.50 สิ่งอาหาร/เครื่องดื่ม จำนวน 10 คน ร้อยละ 5.00 และการเดินทาง/การท่องเที่ยวกับอุปกรณ์การเกษตร/ต้นไม้ จำนวน 1 คน เท่ากันที่ร้อยละ 0.50 ตามลำดับ เลือกวิธีการชำระสินค้าผ่านระบบชำระปลายทาง จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 รองลงมา ผ่านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง/โมบายแบงก์กิ้ง จำนวน 69 คน ร้อยละ 34.50 และชำระผ่านบัตรเครดิต/บัตรเดบิต จำนวน 12 คน ร้อยละ 6.00 และช่องทางอื่นๆ จำนวน 1 คน ร้อยละ 0.50 ตามลำดับ ด้านระยะเวลา 3 เดือน มีการสั่งเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ที่ระหว่าง 4-6 ครั้ง จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 72.00 รองลงมา ไม่ได้สั่ง จำนวน 44 คน ร้อยละ 22.00 และมากกว่า 6 ครั้ง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Facebook ส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าประเภทสินค้าแฟชั่น/เครื่องแต่งกาย จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 79.00 รองลงมา อุปกรณ์ไอที จำนวน 17 คน ร้อยละ 8.50 สิ่งอาหาร/เครื่องดื่ม จำนวน 9 คน ร้อยละ 4.50 สุขภาพ/ความงาม จำนวน 8 คน ร้อยละ 4.00 เครื่องใช้ภายใน/ตกแต่งบ้าน จำนวน 3 คน ร้อยละ 1.50 การเดินทาง/การท่องเที่ยว จำนวน 3 คน ร้อยละ 1.50 และอุปกรณ์การเกษตร/ต้นไม้ จำนวน 2 คน ร้อยละ 1.00 ตามลำดับ มูลค่าเฉลี่ยของสินค้าในการซื้อสินค้าแต่ละครั้งอยู่ระหว่าง 500-1000 บาท/ครั้ง จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 63.00 รองลงมา ต่ำกว่า 500 บาท/ครั้ง จำนวน 58 คน ร้อยละ 16.50 จำนวน 1000-1500 บาท/ครั้ง จำนวน 21 คน ร้อยละ 13.50 และมากกว่า 1500 บาท/ครั้ง จำนวน 17 คน ร้อยละ 7.00 ตามลำดับ เลือกวิธีการชำระสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง/โมบายแบงก์กิ้ง จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 รองลงมา ชำระปลายทาง จำนวน 74 คน ร้อยละ 37.00 และชำระผ่านบัตรเครดิต/บัตรเดบิต จำนวน 25 คน ร้อยละ 12.50 และช่องทางอื่นๆ จำนวน 3 คน ร้อยละ 1.50 ตามลำดับ ระยะเวลา 3 เดือน มีการสั่งเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ที่ระหว่าง 4-6 ครั้ง จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 มากกว่า 6 ครั้ง จำนวน 31 คน ร้อยละ 15.50 และไม่ได้สั่ง จำนวน 19 คน ร้อยละ 9.50 ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Facebook ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Facebook ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ที่ซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Shopee ร้อยละ 59.00 รองลงมา แอปพลิเคชัน Lazada คิดเป็นร้อยละ 41.00 อายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมา อายุ 31-40 ปี จำนวน 70 คน ร้อยละ 35.00 อายุ 41-50 ปี จำนวน 24 คน ร้อยละ 12.00 อายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป จำนวน 13 คน ร้อยละ 6.50 และกลุ่มตัวอย่างอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 9 คน ร้อยละ 4.50 ตามลำดับ ด้านสถานภาพสมรส พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Facebook ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีสถานภาพโสด จำนวน 131 คน คิดเป็น ร้อยละ 65.50 รองลงมา กลุ่มสมรส จำนวน 53 คน ร้อยละ 26.50 และกลุ่มหย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย จำนวน 16 คน คิดเป็น ร้อยละ 8.00 ตามลำดับ ด้านระดับการศึกษาส่วนใหญ่เป็นกลุ่มระดับปริญญาตรี จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 75.50 รองลงมา ระดับปริญญาโท/สูงกว่าปริญญาโท จำนวน 26 คน ร้อยละ 13.00 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 23 คน ร้อยละ 11.50 ตามลำดับ ด้านอาชีพส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ที่รับราชการ/พนักงาน

รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างหน่วยงานรัฐ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 รองลงมา พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 59 คน ร้อยละ 29.50 เจ้าของธุรกิจ/ค้าขาย จำนวน 35 คน ร้อยละ 17.50 ลูกจ้าง/ทำงานอิสระ จำนวน 25 คน ร้อยละ 12.50 นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 18 คน ร้อยละ 9.00 บุคคลด้านรายได้เฉลี่ย ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ที่มีรายได้เฉลี่ย 10,001-20,000 บาท จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมา 20,001-30,000 บาท จำนวน 55 คน ร้อยละ 27.50 รายได้ 30,001-40,000 บาท จำนวน 18 คน ร้อยละ 9.00 ต่ำกว่าเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 18 คน ร้อยละ 9.00 และ 40,001-ขึ้นไป จำนวน 13 คน ร้อยละ 6.50 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Facebook ส่วนใหญ่เป็นที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมา อายุ 41-50 ปี จำนวน 47 คน ร้อยละ 23.50 อายุ 21-30 ปี จำนวน 44 คน ร้อยละ 22.00 อายุมากกว่า 50 ปี ขึ้นไป จำนวน 28 คน ร้อยละ 14.00 และไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี สถานภาพโสด จำนวน 109 คน คิดเป็น ร้อยละ 54.50 รองลงมา กลุ่มสมรส จำนวน 87 คน ร้อยละ 43.50 และกลุ่มหย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย จำนวน 4 คน คิดเป็น ร้อยละ 2.00 ตามลำดับ ระดับปริญญาตรี จำนวน 119 คนคิดเป็น ร้อยละ 59.50 รองลงมา ระดับปริญญาโท/สูงกว่าปริญญาโท จำนวน 54 คน ร้อยละ 27.00 และต่ำกว่า ปริญญาตรี จำนวน 27 คน ร้อยละ 13.50 ตามลำดับ กลุ่มผู้ที่รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างหน่วยงานรัฐ จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 72.00 รองลงมา พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 17 คน ร้อยละ 8.50 ลูกจ้าง/ทำงาน อิสระ จำนวน 14 คน ร้อยละ 7.00 เจ้าของธุรกิจ/ค้าขาย จำนวน 13 คน ร้อยละ 6.50 นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 6 คน ร้อยละ 3.00 และอาชีพอื่นๆ จำนวน 6 คนร้อยละ 3.00 ตามลำดับ รายได้เฉลี่ย 20,001-30,000 บาท จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 รองลงมา 10,001-20,000 บาท จำนวน 62 คน ร้อยละ 31.00 รายได้ 40,000 ขึ้นไป จำนวน 34 คน ร้อยละ 17.00 จำนวน 30,001-40,000 บาท จำนวน 32 คน ร้อยละ 16.00 และต่ำกว่าเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 7 คน ร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

ดังนั้นสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Facebook พบว่า เป็นกลุ่มผู้ที่ซื้อ สินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Shopee ซึ่งเหตุผลที่ไม่ซื้อสินค้าเนื่องจากเพจร้านในแอปพลิเคชัน Facebook ไม่มีความน่าเชื่อถือ ในการขายสินค้า โดยเลือกซื้อสินค้าประเภทสินค้าแฟชั่น/เครื่องแต่งกาย ซึ่งมูลค่าเฉลี่ยในการซื้อสินค้าแต่ละครั้งอยู่ ระหว่าง 500-1000 บาท/ครั้ง และเลือกการชำระสินค้าผ่านระบบชำระปลายทาง และในระยะเวลา 3 เดือน จะมีการสั่ง เฉลี่ยระหว่าง 4-6 ครั้ง

ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Facebook เลือกซื้อสินค้าประเภทสินค้า แฟชั่น/เครื่องแต่งกาย ซึ่งในการซื้อแต่ละครั้งมูลค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 500-1000 บาท/ครั้ง และเลือกชำระสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง/โมบายแบงก์กิง และในระยะเวลา 3 เดือน จะมีการสั่งเฉลี่ยระหว่าง 4-6 ครั้ง

2. วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อ การเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Facebook ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในแบบจำลองถดถอยโลจิสติกส์แบบไบนารี (Binary Logistic Regression) กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ซื้อสินค้าออนไลน์ผ่าน Facebook ($Y = 0$) จำนวนทั้งหมด 200 ตัวอย่าง สมการถดถอยเชิงโลจิสติกส์สามารถพยากรณ์ว่าเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ซื้อสินค้าซื้อสินค้าออนไลน์ผ่าน Facebook จำนวน 165 ตัวอย่าง แสดงว่าพยากรณ์ได้ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 82.50 กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อสินค้าออนไลน์ผ่าน Facebook ($Y=1$) จำนวนทั้งหมด 200 ตัวอย่าง ทั้งนี้ สมการถดถอยเชิงโลจิสติกส์สามารถพยากรณ์ว่าเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อซื้อสินค้า ออนไลน์ผ่าน Facebook จำนวน 149 ตัวอย่าง แสดงว่าพยากรณ์ได้ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 74.50 กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน สมการถดถอยเชิงโลจิสติกส์สามารถพยากรณ์ถูกต้อง จำนวน 314 ตัวอย่าง สรุปได้ว่าสมการถดถอยเชิงโลจิสติกส์ของแบบจำลองนี้สามารถพยากรณ์ได้ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 78.50 (ตามตารางที่ 2 และ 3)

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Facebook

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์	ค่าความคลาดเคลื่อน	p-value	Odds Ratio
เพศ	0.697	0.234	0.004***	2.008
อายุ	0.382	0.182	0.036**	1.465
สถานภาพ	-0.284	0.232	0.221	0.753
ระดับการศึกษา	-0.365	0.242	0.132*	0.694
อาชีพ	0.052	0.113	0.650	1.053
รายได้เฉลี่ย	0.189	0.171	0.270	1.208
ด้านผลิตภัณฑ์	1.439	0.417	0.001***	4.219
ด้านราคา	-1.418	0.399	0.000***	0.242
ช่องทางการจัดจำหน่าย	1.853	3.870	0.000***	6.637
ส่งเสริมการขาย	-0.366	0.260	0.160*	0.694
การยอมรับเทคโนโลยี	-1.011	0.372	0.007***	0.364
Constant	-4.187	0.999	0.000***	0.15

หมายเหตุ ***, **, * หมายความว่าระดับนัยสำคัญ 0.01, 0.05, 0.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงผลการทดสอบความแม่นยำในการพยากรณ์ของแบบจำลอง (Classification Table)

Observed			Predicted		
			ซื้อสินค้าออนไลน์ผ่าน Facebook		Percentage Correct
			ไม่ซื้อ	ซื้อ	
Step 1	การซื้อสินค้าออนไลน์ผ่าน Facebook	ไม่ซื้อ	165	35	82.50
		ซื้อ	51	149	74.50
	Overall Percentage				78.50

อภิปรายผล

พฤติกรรมของผู้บริโภคสินค้าออนไลน์ ผ่านแอปพลิเคชัน Facebook ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ซื้อสินค้าออนไลน์ผ่าน Facebook ส่วนใหญ่จะทำการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Shopee เหตุผลในการไม่ซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Facebook เนื่องจากทางเพจของร้านค้าภายในแอปพลิเคชัน Facebook ไม่มีความน่าเชื่อถือ โดยส่วนใหญ่จะเลือกซื้อสินค้าประเภทแฟชั่น/เครื่องแต่งกาย ซึ่งมีมูลค่าสินค้าที่ทำการสั่งซื้ออยู่ที่ 500-1,000 บาท/ครั้ง ในการชำระสินค้าผู้ซื้อเลือกการชำระเงินปลายทางเป็นส่วนใหญ่ ในช่วงระยะเวลา 3 เดือน มีการสั่งซื้อสินค้าประมาณ 4-6 ครั้ง และกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อสินค้าออนไลน์ผ่าน Facebook ส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าประเภทแฟชั่น/เครื่องแต่งกาย มีมูลค่าสินค้าในการสั่งซื้ออยู่ที่ 500 - 1,000 บาท/ครั้ง ในการชำระสินค้าหักผ่านบัตรเครดิต/บัตรเดบิต ในช่วงระยะเวลา 3 เดือน มีการสั่งซื้อสินค้าประมาณ 4-6 ครั้ง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเป็นแพลตฟอร์มที่มาใหม่ในการเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการของผู้ขายและผู้ซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับ (ณัฐกานต์ กองแก้ว, 2559) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการของผู้ใช้ Application Shopee ในประเทศไทย พบว่า พฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการมากที่สุดคือเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ช่วงเวลาที่ตัดสินใจมากที่สุดคือช่วงที่แอปพลิเคชันมีส่วนลด สาเหตุในการซื้อสินค้าคือ คุณภาพมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ผู้ที่มีส่วนในการสนับสนุนในการซื้อคือชื่อเสียงความน่าเชื่อถือของแอปพลิเคชันมีการตัดสินใจซื้อสินค้าจากการเปรียบเทียบราคาหลาย ๆ ร้านก่อนตัดสินใจ และมีการชำระเงินผ่านการโอนผ่านอินเทอร์เน็ต

วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Facebook ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ซื้อสินค้าออนไลน์ผ่าน Facebook เป็นเพศชายมีอายุระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพโสดระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างหน่วยงานรัฐ รายได้อยู่ที่ 10,001-20,000 บาท

วิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน facebook ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์แบบไบนารี (Binary Logistic Regression Analysis) โดยตัวแปรตาม

ผลจากการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ ไม่ส่งผลต่อ การซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน facebook ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเนื่องด้วยในยุคปัจจุบันเป็นสังคมออนไลน์เพราะเนื่องจากในปัจจุบันมีแพลตฟอร์มในการซื้อขายสินค้าโดยเฉพาะทำให้ผู้บริโภคหันไปใช้แพลตฟอร์มอื่นและมีการที่เข้าถึงโดยเฉพาะอีกทั้งยังมีฟีดในการเลือกซื้อสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับ ปิยมาภรณ์ ช่วยชูหนู (2559) และ ยุพเรศ พิริยพลพงศ์ (2557) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์ และปัจจัยและพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้มายแอปพลิเคชันซื้อสินค้าผ่านทางสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์ไม่ต่างกัน ซึ่งพบว่าผู้บริโภคที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์ไม่ต่างกัน

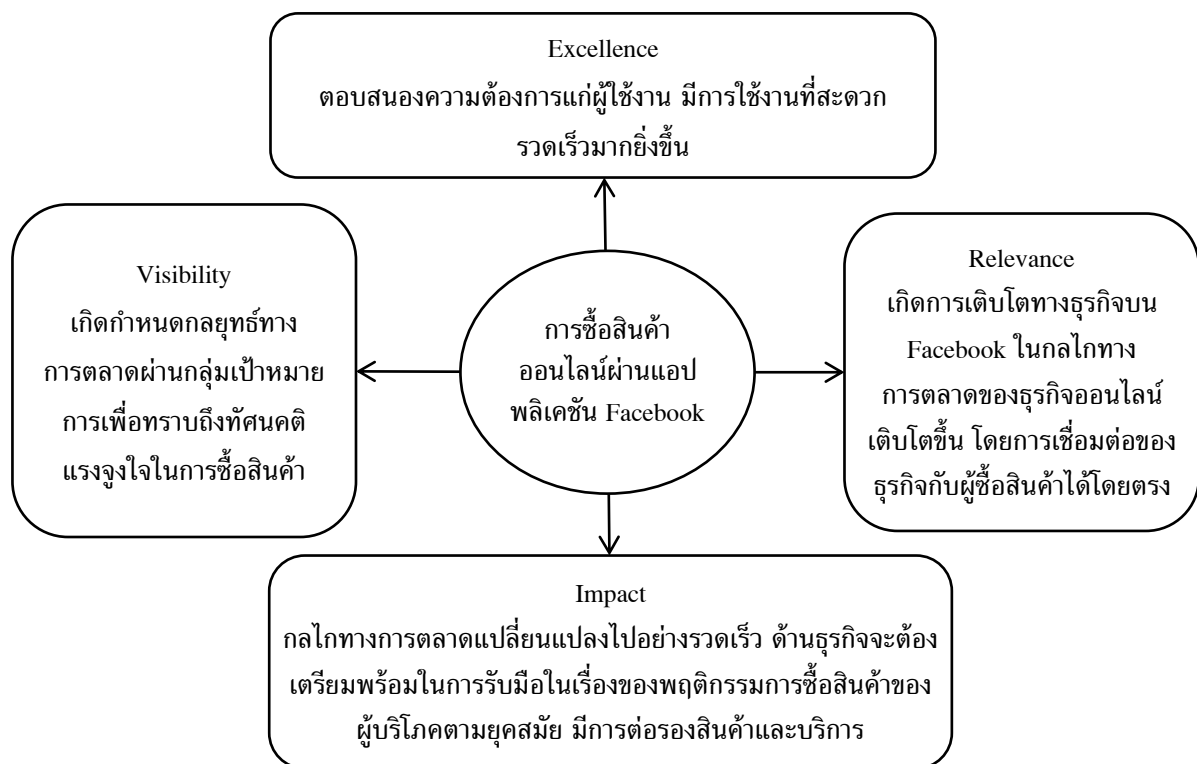
กลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางแอปพลิเคชัน Facebook ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 21-31 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างหน่วยงานรัฐ อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างหน่วยงานรัฐ 10,001-20,000 บาท สอดคล้องกับวิจัยของ พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Facebook เหตุผลในการไม่ซื้อ เนื่องจากสินค้าแอปพลิเคชัน Facebook เรื่องของเว็บเพจร้านค้าไม่น่าเชื่อถือซื้อสินค้าแฟชั่น/เครื่องแต่งกาย มูลค่าของสินค้าในการสั่งอยู่ที่ 500- 1,000 บาท/ครั้ง ชำระสินค้าปลายทางระยะเวลา 3 เดือน ส่วนใหญ่จะสั่งสินค้า 4-6 ครั้ง เคยซื้อสินค้าออนไลน์ผ่าน Facebook เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างหน่วยงานรัฐ รายได้บุคคลเฉลี่ย 20,001-30,000 บาท ซื้อสินค้าแฟชั่น/เครื่องแต่งกาย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีการกระจุกตัวในอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจจึงมีค่านิยมในแต่และกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันซึ่งมีชุดยูนิฟอร์มของการทำงานทำให้ชุดเครื่องแต่งกายไม่ค่อยมีความจำเป็น ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ บุษยา วงษ์ชวลิตกุล และคณะ (2560) และปิยมาภรณ์ ช่วยชูหนู (2559) ได้สรุปเรื่อง พฤติกรรมการซื้อและการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าหรือบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา มูลค่าของสินค้าในการสั่งอยู่ที่ 500-1,000 บาท/ครั้ง และยังสอดคล้องกับ (ราตรี สังสฤกษ์, 2562) ชำระสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตแบบคึก/อินเทอร์เน็ตแบบคึก ระยะเวลา 3 เดือน ส่วนใหญ่จะสั่งสินค้า 4-6 ครั้ง ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามด้วยแบบจำลองโลจิต (Logit Model) ในรูปแบบสมการถดถอยเชิงโลจิสติกส์ (Logistic Regression) เพื่อหาโอกาสและความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้า พบว่า ในด้านราคา ความคุ้มค่าของสินค้าและบริการ สินค้ามีความหลากหลาย สินค้าตรงตามความต้องการ สินค้าตรงตามความต้องการเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้โอกาสในการตัดสินใจซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นไปด้วย

ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการขายด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และการยอมรับเทคโนโลยี พบว่า ซึ่งสอดคล้องกับ (สุทมาศ จันทรถาวร และณกมล จันทรสม, 2556) ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านส่งเสริมการขายมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าออนไลน์มากที่สุดคือปัจจัยด้านลักษณะทางการส่งเสริมการตลาด และสอดคล้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าไอทีผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการใช้สังคมออนไลน์ส่วนใหญ่เน้นการเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายและ

รวดเร็วจึงต้องสร้างกลยุทธ์เพื่อดึงดูดจากการแสดงภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการ สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ (ลักษณ์ารักษ์ พันวรสิน, 2553) ที่กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพอใจต่อราคาสินค้าหรือบริการหรือความคิดหรือต่อบุคคลโดยใช้จิตใจให้เกิดความต้องการหรือเพื่อเตือนความทรงจำในผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึกความเชื่อและพฤติกรรมการซื้อ ดังนั้นการทำโปรโมชั่นของร้านค้าขายสินค้าออนไลน์บ่อยครั้งจะช่วยกระตุ้นผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการอีกทั้งจะต้องมีการจัดการส่งเสริมการขายตลอดเวลาหรือปรับราคาให้ต่ำกว่าช่องทางการจัดจำหน่ายช่องทางอื่น ๆ เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ให้มากขึ้นโดยมีการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการรวมถึงโปรโมชั่นแก่สมาชิกหรือลูกค้าผ่านทาง e-mail หรือ SMS โดยตรง รวมทั้งสื่อโฆษณาออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก แพนเพจ ไลน์ และอินสตาแกรม เป็นต้น เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย

องค์ความรู้ใหม่

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Facebook ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถ จำแนกองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย ได้ 4 ด้าน ดังนี้



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่

1. Excellence ศึกษาตลาดออนไลน์ในแอปพลิเคชัน Facebook เป็นแพลตฟอร์มสังคมออนไลน์ ที่มีข้อมูลของการติดต่อสื่อสาร ทำให้ผู้ผลิตต้องศึกษาความต้องการของตลาด พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันได้ทำการพัฒนาระบบและคุณสมบัติที่ทันสมัยและใหม่อยู่เสมอโดยเป็นตัวกลางการซื้อขายสินค้าและบริการ ทำให้เกิดการเข้าถึงของธุรกิจกับผู้บริโภคได้สะดวกรวดเร็ว เป็นตัวผลักดันให้เกิดผู้ใช้งานจำนวนมากซึ่งการพัฒนาระบบการซื้อขาย เพื่อให้ตอบสนองความต้องการแก่ผู้ใช้งาน มีการใช้งานที่สะดวก รวดเร็วมายิ่งขึ้น

2. Relevance การซื้อขายสินค้าผ่านระบบ Facebook ตั้งกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง เป็นที่นิยมด้านแอปพลิเคชัน ในการพัฒนาระบบในเรื่องของสะดวกรวดเร็วในการซื้อสินค้า ส่งผลให้การเติบโตทางธุรกิจบน Facebook ในกลไกทางการตลาดของธุรกิจออนไลน์เติบโตขึ้น โดยการเชื่อมต่อของธุรกิจกับผู้ซื้อสินค้าได้โดยตรง

3. Impact ผลกระทบในด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงมีการตัดสินใจซื้อที่เพิ่มขึ้น สามารถมีตัวเลือกการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านอื่น ซึ่งการแข่งขันของคู่แข่งค่อนข้างสูง เนื่องจากเข้ามาภายในตลาดได้ง่าย อาจทำให้กลไกทางการตลาดเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ด้านธุรกิจจะต้องเตรียมพร้อมในการรับมือในเรื่องของพฤติกรรมในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคตามยุคสมัย มีการต่อรองสินค้าและบริการ

4. Visibility ด้านการยอมรับเทคโนโลยีของผู้บริโภคมีความสำคัญอย่างมากในการเลือกซื้อสินค้า ผู้ขายสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Facebook มีน้ำหนักถือโดยการสร้างภาพลักษณ์เพื่อแสดงตัวตนให้แก่ผู้บริโภคในซื้อสินค้าและบริการผ่านแอปพลิเคชัน Facebook โดยกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดผ่านกลุ่มเป้าหมาย ทำให้ทราบถึงทัศนคติ แรงจูงใจในการซื้อสินค้า

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกแบบไบนารี โดยมีตัวแปรตามพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้ามีตัวแปรอิสระทั้งสิ้น 11 ตัวแปร ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยส่วนบุคคล 5 ตัวแปร ปัจจัยทางการตลาด 4 ตัวแปร ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี 2 ตัวแปร พบว่า ปัจจัยที่มีผลในการพยากรณ์พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าออนไลน์ มี 4 ตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งมีผลทางบวก ต่อการพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าออนไลน์ ระดับการศึกษา ด้านราคา ด้านส่งเสริมการขาย และด้านการยอมรับเทคโนโลยี มีผลทางลบต่อการพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าออนไลน์ โดยสมการพยากรณ์ที่ได้นั้นมีค่าร้อยละของการพยากรณ์ถูกต้องโดยเฉลี่ย เท่ากับ 78.50

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผู้ประกอบการเน้น การชำระเงินหลากหลายช่องทาง ผลิตสินค้าให้เกิดความคุ้มค่าคุณภาพแก่ผู้บริโภค ควรมีการจัดส่งครอบคลุมทุกพื้นที่ การจัดโปรโมชั่น คิตราคาพิเศษให้แก่ผู้บริโภค

1.2 แอปพลิเคชันที่ร้านควรมีความปลอดภัย สินค้าน่าเชื่อถือ ระบบการรับส่งข้อความ สะดวก ทันสมัย และระบบควรมีการตรวจสอบบัญชีผู้ใช้

1.3 แสดงข้อมูลของร้านค้า ควรมีช่องทางการติดต่อทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงร้านค้า ทำให้มีความน่าเชื่อถือ ดังนั้น ร้านค้าควรมีช่องทางการติดต่อ เช่น เบอร์โทรศัพท์ และหน้าร้านผ่านแอปพลิเคชัน เช่น Instagram Lazada ฯลฯ

1.4 จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคที่เคยซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Facebook ส่วนใหญ่เป็นผู้บริโภคเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพโสด ระดับปริญญาตรี รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยอยู่ที่ 20,001-30,000 บาท โดยผู้ที่ทำธุรกิจสามารถนำข้อมูลไปทำกลยุทธ์ทางการตลาด เช่น มีการโปรโมทร้านค้าสินค้า และจัดกิจกรรมเพื่อให้ผู้บริโภคได้ร่วมสนุกกับร้านค้า

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 อาจศึกษากลุ่มผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มแบบเจาะลึก เช่น ข้อมูลอาชีพ ช่วงอายุ ให้มีการเก็บตัวอย่างกระจายของข้อมูล

2.2 ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในด้านความพึงพอใจที่มีต่อการเลือกซื้อสินค้าผ่านไลฟ์สด มาเปรียบเทียบกับความแตกต่างพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าของกลุ่มตัวอย่าง

2.3 การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์สามารถนำไปโปรโมทโดยการยิงโฆษณาเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่าย โดยกำหนดการเข้าถึงในด้านอายุ เช่น ผู้ผลิตควรเข้าใจสินค้าเหมาะกับกลุ่มลูกค้าอายุช่วงไหน ผู้ซื้อสินค้าและบริการเพศใด ระดับการศึกษา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งเสริมการขาย การยอมรับเทคโนโลยี

3. ข้อจำกัดในการวิจัย

3.1 เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาทำให้การแจกแบบสอบถามกระจุกของกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากการส่งแบบสอบถามผ่านกลุ่มต่อทำให้ผลการวิเคราะห์ในด้านอาชีพเกิดการกระจุกของข้อมูล

3.2 การเก็บข้อมูลแบบออนไลน์ทำให้ข้อมูลไม่มีความหลากหลายของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจึงต้องมีการเก็บข้อมูลในรูปแบบอื่น ๆ เพื่อเกิดการกระจายของข้อมูล

3.3 การทำแบบสอบถามออนไลน์ มีข้อจำกัดในด้านการได้ข้อมูลครบถ้วน จึงทำให้แบบสอบถามไม่สามารถนำมาใช้ได้จำนวนหนึ่ง ดังนั้น หากในการทำวิจัยครั้งต่อไปมีการเก็บข้อมูล ด้วยวิธีการอื่น ๆ ร่วมด้วย อาจทำให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ขวัญฤดี ฮวดหุ่น. (2560). อิทธิพลของแอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสารยุคปัจจุบัน. *วารสารศิลปะการจัดการ*, 1(2), 75-88.
- ณัฐกานต์ กองแก้ว. (2559). ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าและบริการของผู้ใช้ Application Shopee ในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- บัณฑิต จ้อยลี. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี. (ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).
- บุษยา วงษ์สวัสดิกุล. (2560). พฤติกรรมซื้อขายและการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยที่มีผลต่อ การซื้อสินค้าหรือบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี*, 6(1), 95-113.
- ปิยมาภรณ์ ช่วยชูหนู. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์. (ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ยุทธ ไกยวรรณ. (2555). หลักการและการใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกสำหรับการวิจัย. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย*, 4(1), 1-12
- ยุพเรศ พิริยพลพงศ์. (2558). ปัจจัยและพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ไมบายแอปพลิเคชัน ซื้อสินค้าผ่านทางสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาธุรกิจระหว่างประเทศ, มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด).
- ราตรี สังสฤกษ์. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง)
- ลักษณ์นาราช พันวรสิน. (2553). เปรียบเทียบทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภค ไอศกรีมวอลล์และไอศกรีมเนสท์เล่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2564). *ETDA เผยโควิด-19 เป็นเหตุสังเกตได้ Gen Z ใช้เน็ตสูงสุด ปีแรก ชนะ Gen Y แซมปี 6 สมัย*. สืบค้น 18 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://www.etda.or.th/th/pr-news/ETDA-released-IUB-2021.aspx>.

สุทามาศ จันทรถาวร และณกมล จันทรี่สม. (2556). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า บน Facebook ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ*, 3(4), 616-635.

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

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซี

การวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้างและการวิเคราะห์เส้นทาง

FACTORS AFFECTING USE CRYPTOCURRENCY: ANALYSIS BETWEEN SEM AND PATH ANALYSIS

ศิริลักษณ์ ทัดเทียม^{1*} นนทร์ วรพานิช²

Siriluk Tudtiam¹ Non Vorlapanit²

¹ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

² ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

¹ Master of Economics (Business Economics), Faculty of Economics, Kasetsart University

² Department of Economics, Faculty of Economics, Kasetsart University

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้คริปโทเคอร์เรนซี (2) วิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซี ระหว่างการวิเคราะห์โครงสร้างและการวิเคราะห์เส้นทาง ที่ผู้วิจัยพัฒนามาจากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยได้ทำการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุผ่านโมเดลสมการโครงสร้าง การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 640 คน

ผลการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซีที่แตกต่างกัน ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ส่งผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซีในทางตรง การรับรู้ความเสี่ยง และอิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซีแต่เป็นการส่งผลผ่านการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้คริปโทเคอร์เรนซี

เมื่อทำการเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซี พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีมีผลการตัดสินใจใช้คริปโทเคอร์เรนซีร้อยละ 8.8 และเมื่อผู้ใช้มีการรับรู้ความเสี่ยงที่เกิดจากการยอมรับเทคโนโลยีมีผลทำให้ผู้ใช้จะตัดสินใจใช้คริปโทเคอร์เรนซีได้ถึงร้อยละ 92.8 วิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบระหว่างการวิเคราะห์เชิงโครงสร้างและการวิเคราะห์เส้นทาง พบว่า ความผันแปรของการใช้คริปโทเคอร์เรนซีขึ้นอยู่กับความตั้งใจใช้/ความง่ายในการใช้งาน, ทศนคติที่มีต่อการใช้ และการรับรู้ประโยชน์ ร้อยละ 6.8 เมื่อมีการสร้างตัวแปรแฝงเพื่อวิเคราะห์เชิงโครงสร้าง พบว่า ความผันแปรของการใช้คริปโทเคอร์เรนซี ขึ้นอยู่กับการยอมรับเทคโนโลยี ร้อยละ 8.8

คำสำคัญ: เงินดิจิทัล, คริปโทเคอร์เรนซี, แบบจำลองสมการโครงสร้าง, การวิเคราะห์เส้นทาง

* E-mail address: siriluk.tud@gmail.com ¹ dr.nov@gmail.com ²

ABSTRACT

The objectives of this research article were to (1) Study the factors that affect the decision to use cryptocurrencies, (2) to perform a comparative analysis of the factors affecting the usage by comparing between structural analysis (SEM) and path analysis. This research analyzed causal relationship pathways through structural equation models, using online questionnaire to collect information from a sample of 640 people

The result of the study found that: Different levels of education affect the use of different cryptocurrencies. Technology adoption factor this directly affects the use of cryptocurrencies. Perceived risk and social influence affect the use of cryptocurrencies, but only through the adoption of the technology of cryptocurrency users.

When comparing the factors affecting the use of cryptocurrencies, it was found that the technology adoption factor influenced the decision to use cryptocurrencies by 8.8% and when users The perceived risk posed by technology adoption has resulted in 92.8% of users deciding to use cryptocurrencies. A comparative analysis between structural analysis and path analysis revealed that the variance in the use of cryptocurrencies depends on intention/ease of use. Attitude towards cryptocurrency 6.8% use and perceived benefit when creating latent variables for structural analysis. Found that the volatility in the use of cryptocurrencies from using technology 8.8%.

Keywords: Digital Currency, Cryptocurrency, Structural Equation Modeling, Path Analysis

บทนำ

กระแสการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลเป็นที่นิยมอย่างมาก หัวข้อข่าวทางด้าน การเงิน การธนาคาร และการลงทุน ได้ให้ความสนใจในเรื่องของคริปโทเคอร์เรนซี เห็นได้จากช่องทางออนไลน์หรือแพลตฟอร์มต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ Asset Dash รายงานว่า Bitcoin กลายเป็นสินทรัพย์ที่มีมูลค่าตลาดมากที่สุดติดอันดับ 18 ของโลก (Asset Dash, 2021) เว็บไซต์ Statista กล่าวโดยสรุปว่า คริปโทเคอร์เรนซี มีเกือบ 6,000 เหรียญในปี 2564 ซึ่งเพิ่มขึ้นอย่างมากจากเหรียญดิจิทัลเพียงไม่กี่เหรียญในปี 2013 (Best, 2021) และเมื่อเข้าสู่ปี พ.ศ. 2564 แม้ว่าเกิดวิกฤตโควิด-19 ที่กระทบต่อเศรษฐกิจในด้านต่าง ๆ แต่แนวโน้มจากการเปิดบัญชีซื้อ-ขาย ยังคงมีเพิ่มมากขึ้น ธนาคารแห่งประเทศไทย แสดงจำนวนบัญชีซื้อขายที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากเดือนมกราคมถึงเดือนพฤษภาคม (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2564) ซึ่งการเกิดขึ้นของสกุลเงินดิจิทัลที่เกิดจากเทคโนโลยีบล็อกเชนและมีแนวโน้มในการใช้งานที่เพิ่มมากขึ้นส่งผลให้ผู้ประกอบการในประเทศไทยได้ให้ความสนใจในเรื่องของเทคโนโลยีทางการเงินมากขึ้นในหลากหลายธุรกิจ (สยาม บล็อกเชน, 2564) จากการที่ผู้ประกอบการธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลได้ขยายขอบเขตการประกอบธุรกิจในลักษณะให้บริการชักชวนหรือแสดงตน ว่าพร้อมจะให้บริการแก่ร้านค้าและผู้ประกอบการในธุรกิจต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการรับชำระค่าสินค้าและบริการด้วยสินทรัพย์ดิจิทัล เช่น จัดทำระบบและโฆษณาเชิญชวนร้านค้า ซึ่งการที่ผู้ประกอบการธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลเข้ามามีบทบาทในลักษณะดังกล่าว ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และกระทรวงการคลัง (กค.) ได้หารือร่วมกันถึงประโยชน์และความเสี่ยงของสินทรัพย์ดิจิทัล และเห็นความจำเป็นในการกำกับดูแลและควบคุมการนำสินทรัพย์ดิจิทัลมาใช้เป็นสื่อกลางในการชำระค่าสินค้าและบริการ (Means of Payment) เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบต่อเสถียรภาพทางการเงินและระบบเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งการนำสินทรัพย์ดิจิทัลมาใช้เป็นสื่อกลางในการชำระค่าสินค้าและบริการเป็นวงกว้าง อาจส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพระบบการเงินและระบบเศรษฐกิจโดยรวม รวมถึงเป็นความเสี่ยงต่อประชาชนและธุรกิจ อาทิ ความเสี่ยงจากการสูญมูลค่าที่เกิดจากความผันผวนของราคา ความเสี่ยงจากการถูกโจรกรรมทางไซเบอร์ ความเสี่ยงข้อมูลส่วนบุคคล

รั่วไหล หรือการถูกใช้เป็นเครื่องมือของการฟอกเงิน หน่วยงานกำกับดูแลตระหนักถึงความเสี่ยงและผลกระทบดังกล่าว จึงพิจารณาใช้อำนาจตามกรอบกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อควบคุมไม่ให้เกิดการนำสินทรัพย์ดิจิทัลมาใช้เป็นสื่อกลางในการชำระค่าสินค้าหรือบริการในวงกว้าง มีแนวทางกำกับดูแลที่เหมาะสม สำหรับบริการที่เกี่ยวข้องกับสินทรัพย์ดิจิทัลบางประเภท ที่เป็นประโยชน์ต่อนวัตกรรมทางการเงินและไม่สร้างความเสี่ยงเชิงระบบที่กล่าวถึงข้างต้น โดยคำนึงถึงทั้งการเพิ่มศักยภาพของระบบการเงินของประเทศ และประโยชน์ของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ ทั้งนี้ หน่วยงานกำกับดูแลจะรับฟังความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้องและประชาชนต่อไป

ณ วันที่ 24 มิถุนายน 2565 ตามสถิติ Coin Market Cap ระบุว่า ราคา BTC ลดลงกว่าร้อยละ 70 ซึ่งเป็นช่วงการลดที่ตกต่ำที่สุดในประวัติการณ์ของ Bitcoin ตลาดของคริปโทเคอร์เรนซีมีการผันผวนสูงมากตั้งแต่ต้นจนถึงปัจจุบัน ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับหลากหลายปัจจัยทั้งเศรษฐกิจ การเมือง สงคราม ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลกและส่งผลกระทบต่อ Bitcoin สกุลคริปโทเคอร์เรนซีตัวอื่น ๆ ก็ได้รับผลกระทบจากปัจจัยหลายประการรวมถึงการลดลงของตลาดหุ้นที่เชื่อมโยงกับอัตราเงินเฟ้อที่เพิ่มขึ้น รวมถึงการเพิ่มขึ้นของดอกเบี้ยจากธนาคาร อาจทำให้สินทรัพย์ที่มีความเสี่ยงน่าสนใจน้อยลง ซึ่งชาวต่าง ๆ ที่เป็นด้ามนลงทุนเกี่ยวกับคริปโทเคอร์เรนซีอาจส่งผลทำให้เกิดความสนใจหรือความเชื่อมั่นในคริปโทเคอร์เรนซีได้

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซี เนื่องจาก ในปัจจุบัน เทคโนโลยีเป็นตัวเปลี่ยนแปลงในหลาย ๆ ด้าน ทำให้ต้องมีการปรับตัวหลายอย่างร่วมไปถึงในเรื่องของเงินดิจิทัล ซึ่งปัจจุบันเริ่มเห็นคนทั่วไปได้ให้ความสำคัญกับการออมหรือการลงทุนเพิ่มมากขึ้น การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลหรือคริปโทเคอร์เรนซีกำลังเป็นที่นิยม ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเพื่อที่จะทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซี เนื่องจากการตัดสินใจมักจะประกอบไปด้วยตัวแปรหรือปัจจัยในหลาย ๆ ด้าน เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่มีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยต้องทำการศึกษาตัวแปรในหลาย ๆ ตัวแปร โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปรมาใช้ในการวิเคราะห์ และเพื่อให้ได้ทราบถึงอิทธิพลของตัวแปรที่มีผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซีในผู้วิจัยจึงทำการศึกษาทั้งในรูปแบบของการวิเคราะห์เส้นทางและการวิเคราะห์เชิงโครงสร้าง เพื่อที่จะได้ทราบว่าปัจจัยใดส่งผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซีได้มากที่สุดและผู้วิจัยหวังว่าข้อมูลจากการวิจัยจะเป็นแนวทางในการตัดสินใจยอมรับการใช้คริปโทเคอร์เรนซี รวมถึงสถาบันการเงินหรือธนาคารพาณิชย์จะได้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซีของประชาชนกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อคริปโทเคอร์เรนซี เพื่อที่สถาบันการเงินหรือธนาคารพาณิชย์จะได้รับมือกับการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้เงินคริปโทเคอร์เรนซี
2. เพื่อวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซี ระหว่างการวิเคราะห์โครงสร้าง

(SEM) และการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis)

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่มีการใช้คริปโทเคอร์เรนซีไม่ว่าจะเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน, การเก็งกำไร, การลงทุนทั้งระยะสั้นและระยะยาว หรือเป็นสื่อกลางในการโอน รวมทั้งลองศึกษาในเรื่องของใช้คริปโทเคอร์เรนซี

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่มีการใช้คริปโทเคอร์เรนซีไม่ว่าจะเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน, การเก็งกำไร, การลงทุนทั้งระยะสั้นและระยะยาว หรือเป็นสื่อกลางในการโอน รวมทั้งลองศึกษาในเรื่องของใช้คริปโทเคอร์เรนซี สำหรับการศึกษาความเหมาะสมของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาถึงขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมกับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์โมเดล

สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) ซึ่งใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างตามสูตรของ Hair et al. (2010) ที่ได้กล่าวว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับ ควรมีจำนวนขนาดตัวอย่าง 10-20 เท่า ของจำนวนดัชนีชี้วัดที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนข้อคำถาม จำนวน 32 ข้อ ขนาดตัวอย่างที่มีความเหมาะสมและเพียงพอควรจะเป็น 20 เท่า ซึ่งได้ 640 ตัวอย่าง ซึ่งมีจำนวนเพียงพอและมีความเหมาะสมในการวิเคราะห์ที่อยู่ในเกณฑ์ดีมาก (Very Good) สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือทางสถิติ Structural Equation Modeling (SEM)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) ผู้วิจัยได้แบ่งการสร้างและพัฒนาเครื่องมือโดยการค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลแบบทฤษฎีที่ได้จากวิทยานิพนธ์ งานวิจัยในอดีต หนังสือ บทความ เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์และขอบเขตของการวิจัย โดยชุดคำถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามคัดกรองเบื้องต้นเกี่ยวกับการใช้คริปโทเคอร์เรนซี เพื่อคัดกรองให้กลุ่มตัวอย่างเป็นไปตามที่กำหนด โดยมีลักษณะของคำถามเป็นแบบหลายคำตอบให้เลือก และให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว จำนวน 3 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสนใจในการใช้ในการใช้คริปโทเคอร์เรนซี เพื่อศึกษาความสนใจในการใช้ คริปโทเคอร์เรนซีของผู้บริโภค จำนวน 5 ข้อ โดยมีลักษณะของคำถามเป็นแบบหลายคำตอบให้เลือก จำนวน 3 ข้อ สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ และ แบบลักษณะคำถามเป็นปลายปิดเติมคำ จำนวน 2 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ใช้ในการศึกษา การใช้คริปโทเคอร์เรนซี ประกอบด้วย ด้านการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ความเสี่ยง ด้านความไว้วางใจ และด้านอิทธิพลทางสังคม โดยลักษณะของคำถามเป็นแบบประเมินค่าระดับความสำคัญ 5 ระดับ จำนวน 32 ข้อ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้ โดยมีลักษณะของคำถามเป็นแบบหลายคำตอบให้เลือก และให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียวจำนวน 4 ข้อ และลักษณะคำถามเป็นปลายปิดเติมคำ จำนวน 1 ข้อ

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยมีลักษณะคำถามเป็นปลายปิดเติมคำ 1 ข้อ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ และทุติยภูมิ เพื่อสร้างความเข้าใจพื้นฐานในการวิจัยและสร้างแบบสอบถาม โดยมีแหล่งข้อมูลในการศึกษา ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ การเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

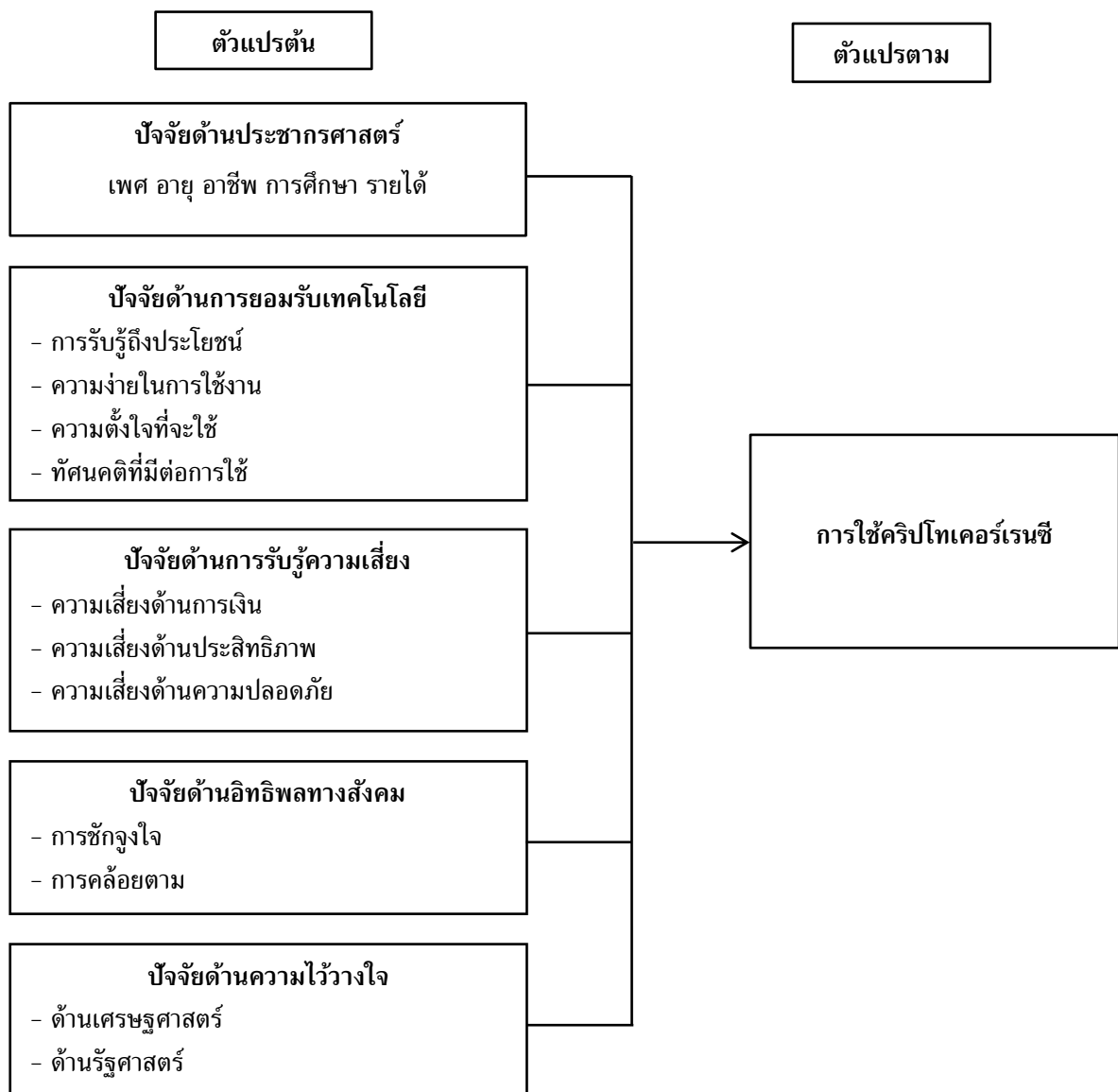
เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามออนไลน์ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2564 ถึงเดือนมกราคม 2565 ผู้วิจัยทำการเก็บแบบสอบถามโดยการส่งแบบสอบถามเข้าไปยังกลุ่ม Facebook ของผู้ที่มีความสนใจเรื่องของคริปโทเคอร์เรนซีและส่งในรูปแบบออนไลน์ผ่านช่องทางต่างๆ เนื่องจากแบบสอบถามที่ได้มีทั้งผู้ที่เคยใช้ คริปโทเคอร์เรนซีและไม่เคย ผู้วิจัยจึงต้องทำการเก็บแบบสอบถามจนกว่าจะได้กลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้คริปโทเคอร์เรนซีทั้งหมด 640 กลุ่มตัวอย่าง จากข้อมูลที่ได้ทั้งหมด 802 ชุด และการเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ใช้ในการสนับสนุนเพื่อความสมบูรณ์ในการศึกษา โดยการเก็บข้อมูลค้นคว้าจากหนังสือ งานวิจัย รายงานวิทยานิพนธ์ วารสาร เอกสารบทความ และเว็บไซต์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยกำหนดวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน การวิเคราะห์เส้นทางและการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง ใช้เทคนิคประมาณค่าความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood : ML) ในการประมาณค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในแบบโครงสร้างตามสมมติฐาน เพื่อทดสอบรูปแบบที่ได้กับรูปแบบทางทฤษฎี ผู้วิจัยได้กำหนดการพิสูจน์สมมติฐานการวิจัยทั้งหมด ซึ่งได้แสดงค่าสถิติแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ด้วยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน ค่า t-Value และค่า p-Value และนำค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน ค่า t-Value ซึ่งสามารถสรุปเกณฑ์ที่ใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้องของตัว

แบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ คือ (1) Chi-Square Probability Level มากกว่า 0.05 เพื่อตรวจสอบค่าความน่าจะเป็นของไคสแควร์ซึ่งจะต้องไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (2) Relative Chi-Square น้อยกว่า 3 ตรวจสอบว่าตัวแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (3) Goodness of Fit index มากกว่า 0.90 เพื่อวัดระดับความกลมกลืน และ (4) RMSEA น้อยกว่า 0.08 เพื่อบอกค่าความคลาดเคลื่อนของตัวแบบในรูปของรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อน กรณีเมื่อทดสอบตัวแบบสมการโครงสร้างพบว่าไม่สอดคล้องกันระหว่างตัวแบบเชิงทฤษฎีกับตัวแบบเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยสามารถพิจารณาปรับค่าพารามิเตอร์ในตัวแบบสมมติฐานใหม่และทดสอบผลของการปรับตัวแบบดังกล่าวเพื่อให้ค่าสถิติที่ดีขึ้นสามารถยอมรับตัวแบบได้ ซึ่งวิธีการปรับโครงสร้างตัวแบบ ผู้วิจัยสามารถทำให้ค่าสถิติดีขึ้น โดย 1) การลดจำนวนตัวแปร ในตัวแบบพิจารณาความคลาดเคลื่อนของตัวแปรตาม (Modification Indices: MI) 2) การรวมตัวแปรและสร้างปัจจัยแฝงใหม่ และ 3) การเชื่อมลูกศรสองหัวระหว่างค่าความคลาดเคลื่อนของตัวแปรตาม เพื่อให้ตัวแบบสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งพิจารณาค่า Modification Indices: MI

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้เงินคริปโทเคอร์เรนซี ผลการวิจัยพบว่า

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการสำรวจข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ที่มีการใช้คริปโทเคอร์เรนซีส่วนใหญ่พบว่าเพศหญิงมีการใช้คริปโทเคอร์เรนซีมากกว่าเพศชาย คิดเป็น เพศหญิงจำนวน 354 คน ร้อยละ 55 และเพศชายจำนวน 286 ร้อยละ 45 ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ใช้คริปโทเคอร์เรนซีมีอายุอยู่ในช่วง 26-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.44 และ ช่วงอายุที่มีการใช้งานน้อยที่สุดคืออายุต่ำกว่า 21 ปีร้อยละ 2.03 พนักงานเอกชน/รับจ้างเป็นอาชีพที่มีการใช้คริปโทเคอร์เรนซีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.66 รองลงมาอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ , นักเรียน/นักศึกษา, การประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ, อาชีพนักลงทุน และ นักเก็งกำไร ตามลำดับ ผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นระดับการศึกษาที่มีการใช้คริปโทเคอร์เรนซีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.19 รองลงมาคือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาโท และระดับปริญญาเอก ผู้ใช้คริปโทเคอร์เรนซีส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ที่ 15,000 – 25,000 คิดเป็นร้อยละ 28.13 และ รายได้ที่มีการใช้คริปโทเคอร์เรนซีน้อยที่สุดคือ 45,000 – 55,000 บาท ร้อยละ 4.06

1.2 ความสนใจและการใช้คริปโทเคอร์เรนซี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการใช้คริปโทเคอร์เรนซีส่วนใหญ่ มีความสนใจในเรื่องของ การซื้อ/ขายหรือเก็งกำไร รองลงมาคือ เพื่อการลงทุนในระยะยาว ,เพื่อศึกษาหาความรู้ในเรื่องของคริปโทเคอร์เรนซี, เชื่อว่าคริปโทเคอร์เรนซีจะเข้ามามีบทบาทในอนาคต, เพื่อเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน และการสนใจตลาดตามกระแสสังคม ที่ผู้ใช้มีความสนใจน้อยที่สุด ผู้ใช้คริปโทเคอร์เรนซีส่วนใหญ่มีความสนใจในเหรียญ Bitcoin มากที่สุด จำนวน 372 คน รองลงมา คือเหรียญ Ethereum ,Bianca Coin , Cardano , Dogecoin , XPR , Bit Kub และเหรียญอื่นๆ ตามลำดับมูลค่าในการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 640 คน พบว่า ผู้ใช้คริปโทเคอร์เรนซีทั้งหมดมีการลงทุนครั้งแรกส่วนใหญ่เป็นจำนวน 6,000 บาท 38,285 บาท และในปัจจุบัน ผู้ใช้คริปโทเคอร์เรนซีส่วนใหญ่มีมูลค่าในการลงทุนอยู่ที่ 6,000 บาท

1.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้เงินคริปโทเคอร์เรนซี

เมื่อมีการสร้างตัวแปรแฝงจากตัวแปรสังเกตได้ ที่ใช้ในการวิจัย พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ส่งผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซีในทางตรงการรับรู้ความเสี่ยง และอิทธิพลทางสังคม ส่งผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซี แต่เป็นการส่งผลผ่านการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้คริปโทเคอร์เรนซี เมื่ออธิบายผ่านตัวแปรสังเกตที่เป็นองค์ประกอบของตัวแปรแฝงก็พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซี ทั้งทางตรงและทางอ้อม เมื่อพิจารณาเส้นทางอิทธิพลจากโมเดล จากวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์เส้นทาง พบว่า ระดับการศึกษา ส่งผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซี ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งหมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซีที่แตกต่างกัน

2. วิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซี ระหว่างการวิเคราะห์โครงสร้าง (SEM) และการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) ผลการวิจัยพบว่า

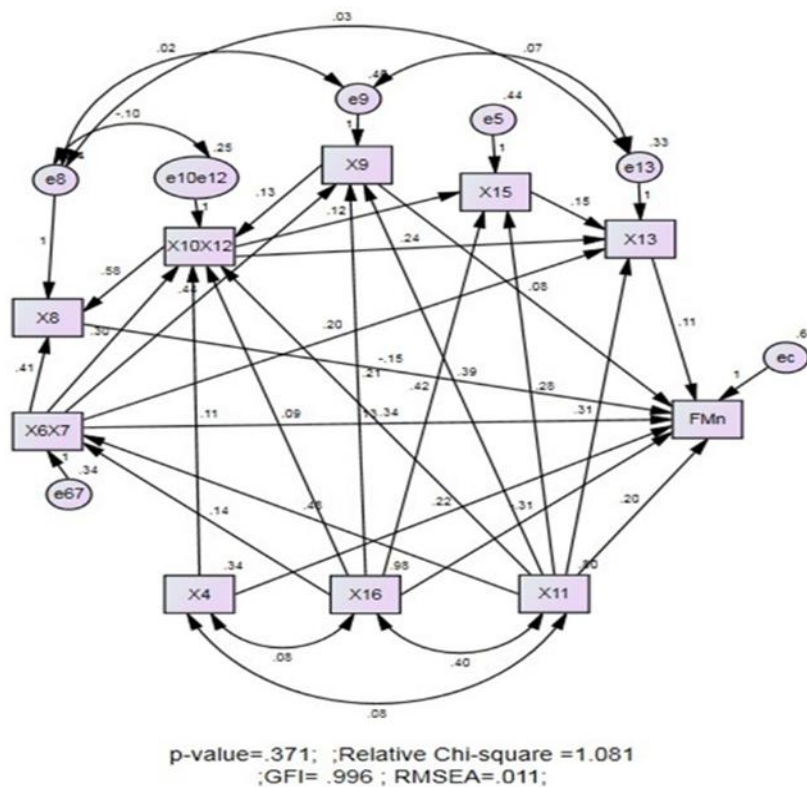
2.1 การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซี

จากผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรยังไม่เหมาะสม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยทำการตกแต่งรูปแบบความสัมพันธ์โดยการปรับโมเดลใหม่ เพื่อให้ได้โมเดลที่มีความสัมพันธ์ที่ดีที่สุด โดยการลบเส้นทางที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติออกจากรูปแบบความสัมพันธ์ และ พบว่า ยังไม่มีความสอดคล้องกันระหว่างโมเดลและข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยจึงทำการตรวจสอบและปรับค่าพารามิเตอร์ในตัวแบบและตรวจสอบผลของการปรับโมเดล เพื่อให้ได้ค่าสถิติที่ดีขึ้นเพื่อสามารถยอมรับโมเดลโดยใช้วิธีการปรับโมเดลดังนี้

- 1) ใช้วิธีการตัดตัวแปรบางตัวออกตามหลักสถิติ โดยพิจารณาตัดตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักน้อยกว่า
- 2) ทำการเชื่อมลูกศรระหว่างค่าความคลาดเคลื่อนของตัวแปร

3) การรวมตัวแปรที่มีค่าความสัมพันธ์กันสูง

โดยหลังจากที่มีการปรับโมเดลแล้วพบว่าตัวแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อย่างแนบสนิทมากขึ้น ผู้วิจัยจึงเลือกตัวแบบที่มีความสอดคล้องมากที่สุดมาใช้ในการสรุปงานวิจัย โดยผลการวิเคราะห์ตัวแบบหลังปรับโมเดลดังนี้



ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์ตัวแบบหลังปรับโมเดล

จากการตรวจสอบความสอดคล้องในภาพรวมของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า ค่าสถิติไคสแควร์ มีค่า 0.371 ซึ่งจะถูกพิจารณาผ่านเกณฑ์ที่กำหนดในเบื้องต้นแสดงถึงแบบจำลองการวัดที่กำหนดมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ค่าองศาอิสระ มีค่า 1.081 ซึ่งน้อยกว่า 3 ตามที่กำหนดจึงบ่งชี้ว่าผ่านเกณฑ์สอดคล้องกับการประเมินด้วยดัชนีวัดความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ RMSEA มีค่า 0.011 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.08 ซึ่งตรงตามเกณฑ์ที่กำหนด ผลการตรวจสอบพบว่าการพิจารณาผ่านเกณฑ์ที่กำหนดทุกข้อ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

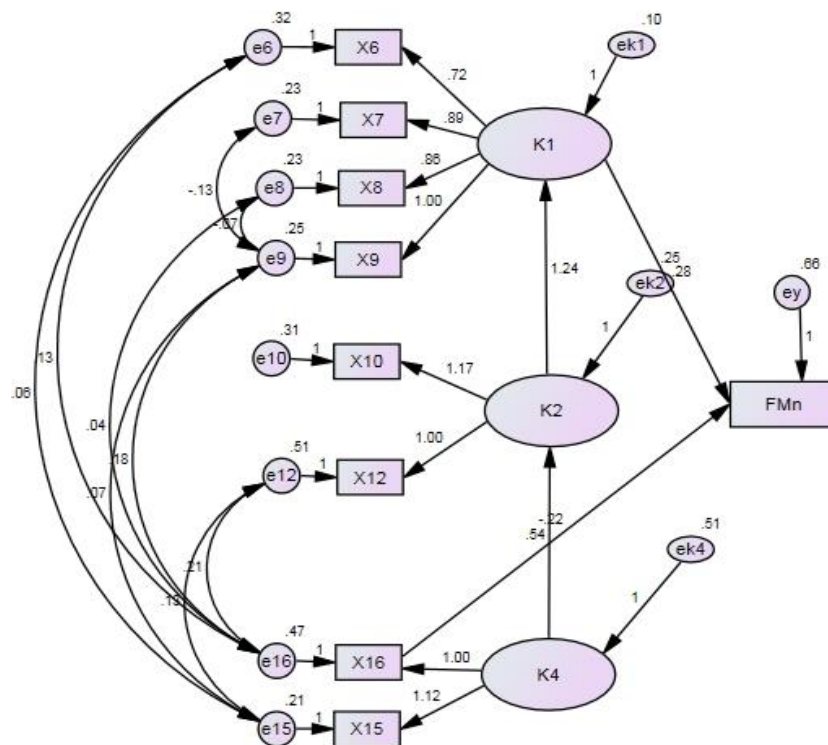
2.2 การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

จากการใช้การวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของตัวแปรในโมเดลการวัดโดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ทำให้ได้เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สังเกตได้ เพื่อตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง เนื่องจากข้อตกลงเบื้องต้นที่สำคัญของการวิเคราะห์องค์ประกอบคือ ตัวแปรต้องมีความสัมพันธ์กัน โดยนำเสนอ ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดแต่ละปัจจัย แบ่งออกเป็น 4 ปัจจัย ได้แก่ (1) การยอมรับเทคโนโลยี (2) การรับรู้ความเสี่ยง (3) ความไว้วางใจ และ (4) อิทธิพลทางสังคม จากผลการการประมาณค่าโมเดลการวิเคราะห์ในส่วนของความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่า CMIN-p มีค่าเท่ากับ 0.000 CMIN/df มีค่าเท่ากับ 25.732 GFI มีค่าเท่ากับ 0.764 และ RMSEA เท่ากับ 0.197 ซึ่งจะเห็นว่าค่าสถิติยังไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน หมายความว่า ยังไม่สอดคล้องกลมกลืนกับตัวแปรเชิงประจักษ์ เนื่องจากค่าที่ได้ยังไม่เป็นไปตามเกณฑ์ความสอดคล้อง ผู้วิจัยดำเนินการปรับค่าพารามิเตอร์เพื่อประมาณค่าซึ่งจะทำให้โมเดลมีโอกาสกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากขึ้นในการตรวจสอบความสอดคล้อง ทั้งการตรวจสอบในภาพรวมและการตรวจค่าพารามิเตอร์โดยใช้

วิธีการปรับโมเดลให้มีความสมบูรณ์เป็นที่ยอมรับและน่าเชื่อถือตามหลักของกระบวนการวิจัย พิจารณาค่าสถิติ MI เป็นค่าทดสอบไคสแควร์ที่คาดว่าจะลดลงถ้าเพิ่ม

1. ตัดตัวแปรแฝงบางตัวออกไปตามหลักสถิติโดยพิจารณาตัดตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักน้อยกว่า
2. ทำการเชื่อมลูกศรระหว่างค่าความคลาดเคลื่อนของตัวแปรตาม

โดยหลังจากที่มีการปรับโมเดลแล้วพบว่าตัวแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อย่างเหมาะสมมากขึ้น ผู้วิจัยจึงเลือกตัวแบบที่มีความสอดคล้องเชิงประจักษ์มากยิ่งขึ้นมาใช้ในการสรุปงานวิจัย โดยผลการวิเคราะห์ตัวแบบหลังปรับโมเดลเสนอดังภาพ



p-value=.111 ;Relative Chi-square =1.459
;GFI= .992 ;RMSEA=.027;

ภาพที่ 3 ผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ของแบบจำลองหลังปรับให้สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ภาพแสดงผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ของแบบจำลองหลังปรับให้สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เพื่อพิจารณาแบบจำลองพบว่า ตัวแปรหลังจากที่ได้มีการปรับรูปแบบของโมเดลที่ผลใช้ในการศึกษาที่ตามวิธีการทางสถิติแล้ว ผลการตรวจสอบพบว่าโมเดลมีความสอดคล้อง ตามเกณฑ์ ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลตามเกณฑ์การพิจารณา

สัญลักษณ์	เกณฑ์	ผลการวิจัย	การพิจารณา
CMIN-p	$P > 0.05$	0.111	ผ่านเกณฑ์
CMIN/df	< 3	1.459	ผ่านเกณฑ์
GFI	> 0.90	0.992	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.08	0.027	ผ่านเกณฑ์

จากโมเดลเส้นทางความสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีการปรับโมเดลแล้วพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร มีความสัมพันธ์กันมากขึ้น จึงนำโมเดลที่มีความสัมพันธ์ดังกล่าวพิจารณาหาอิทธิพลทั้ง อิทธิพลทางตรง (Direct Effect : DE) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect : IE) และ ผลรวมอิทธิพล (Total Effect : TE)

ตารางที่ 2 ค่าอิทธิพลความสัมพันธ์ของโมเดลที่มีความสอดคล้อง

	อิทธิพล	การยอมรับเทคโนโลยี	การรับรู้ความเสี่ยง	อิทธิพลทางด้านสังคม	ตัวแปรการคล้อยตาม
การยอมรับเทคโนโลยี	DE	0	1.237	0	0
	IE	0	0	0.669	0
	TE	0	1.237	0.669	0
การรับรู้ความเสี่ยง	DE	0	0	0.541	0
	IE	0	0	0	0
	TE	0	0	0.541	0
การใช้คริปโทเคอร์เรนซี	DE	0.282	0	0	-0.225
	IE	0	0.349	-0.036	0
	TE	0.282	0.349	-0.036	-0.225

ตัวแปรแฝงการยอมรับเทคโนโลยี มีอิทธิพลทางตรงต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซี มีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.282 ตัวแปรแฝงการรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรแฝงการยอมรับเทคโนโลยี มีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 1.237 ตัวแปรแฝงการรับรู้ความเสี่ยง มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซี มีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.349 ตัวแปรแฝงอิทธิพลทางด้านสังคม มีอิทธิพลทางอ้อมตัวแปรแฝงการยอมรับเทคโนโลยี มีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.669 ตัวแปรแฝงอิทธิพลทางด้านสังคม มีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรแฝงการรับรู้ความเสี่ยง มีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.541

2.3 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซี

เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซีพบว่า ความผันแปรของการใช้คริปโทเคอร์เรนซี ขึ้นอยู่กับการยอมรับเทคโนโลยี ร้อยละ 8.8 สามารถอธิบายความผันแปรของการใช้คริปโทเคอร์เรนซี จากการรับรู้ความเสี่ยงโดยผ่านการยอมรับเทคโนโลยีได้ถึงร้อยละ 92.8 นอกจากนี้ความผันแปรของการใช้คริปโทเคอร์เรนซี ขึ้นอยู่กับการยอมรับเทคโนโลยี การยอมรับรับรู้ความเสี่ยงและอิทธิพลทางสังคม ร้อยละ 59.5 นั้นหมายความว่าปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีมีผลการตัดสินใจใช้คริปโทเคอร์เรนซีร้อยละ 8.8 และเมื่อผู้ใช้ในการรับรู้ความเสี่ยงที่เกิดจากการยอมรับเทคโนโลยีมีผลทำให้ผู้ใช้จะตัดสินใจใช้คริปโทเคอร์เรนซีได้ถึงร้อยละ 92.8

การศึกษาอิทธิพลเฉพาะตัวแปรสังเกตสามารถหาอิทธิพลของตัวแปรได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม จากวิเคราะห์ พบว่า ความตั้งใจใช้/ความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซีมากกว่า ทศนคติที่มีต่อการ ใช้ ความตั้งใจ/ความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลทางต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซี 0.123 หรือ 12.3% และทศนคติที่มีต่อการ ใช้ มีอิทธิพลทางต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซี 0.098 หรือ 9.8% และการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลทางตรงต่อการ ใช้คริปโทเคอร์เรนซี -0.153 หรือ -15.3% เมื่อคำนวณหาอิทธิพลรวมพบว่า ตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 3 ตัวแปร พบว่า มีอิทธิพลทางต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซี 0.068 หรือ 6.8% นั่นคือความผันแปรของการใช้คริปโทเคอร์เรนซีขึ้นอยู่กับการ อิทธิพลทางตรง ความตั้งใจใช้/ความง่ายในการใช้งาน ทศนคติที่มีต่อการ ใช้ และการรับรู้ประโยชน์ ร้อยละ 6.8 เมื่อทำการเปรียบเทียบกับวิเคราะห์ SEM โดยการสร้างตัวแปรแฝง คือ ตัวแปรแฝงการยอมรับเทคโนโลยี จากการวิเคราะห์ พบว่า ตัวแปรแฝงการยอมรับเทคโนโลยี ส่งผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซี 0.088 หรือ 8.8% นั่นคือความผันแปรของการ ใช้คริปโทเคอร์เรนซี ขึ้นอยู่กับการยอมรับเทคโนโลยี ร้อยละ 8.8

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า การวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง (SEM) จะสามารถอธิบายความผันแปรของการใช้คริปโทเคอร์เรนซีโดยผ่านตัวแปรแฝงการยอมรับเทคโนโลยีได้ดีกว่าการวิเคราะห์เส้นทางโดยอธิบายผ่าน อิทธิพลรวมของตัวแปรสังเกตได้

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซี โดยทำการศึกษาจากผู้ที่มีการใช้คริปโทเคอร์เรนซี โดยที่อาศัยอยู่ภายในประเทศไทย จากการศึกษาพบว่า ความตั้งใจที่จะใช้ ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ และทัศนคติที่มีต่อการใช้ของผู้ใช้คริปโทเคอร์เรนซี ส่งผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซี หมายความว่า ความตั้งใจที่จะใช้และความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ และทัศนคติที่แตกต่างกันส่งผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซีที่แตกต่างกัน เมื่ออธิบายตัวแปรสังเกตได้ผ่านตัวแปรแฝงการยอมรับเทคโนโลยี จะเห็นว่าสามารถอธิบายอิทธิพลการใช้คริปโทเคอร์เรนซีได้ดีมากขึ้น หมายความว่า การยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซี หรือความผันแปรของการใช้คริปโทเคอร์เรนซี ขึ้นอยู่กับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้ ซึ่งจากการวิจัยพบว่า การยอมรับเทคโนโลยี สามารถอธิบายการใช้คริปโทเคอร์เรนซีได้ร้อยละ 8.8 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย เกียรติกร เทียนธรรมชาติ (2561) ศึกษาอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับใช้เงินดิจิทัล (บิทคอยน์) ของผู้บริโภคกลุ่ม Millennials ในกรุงเทพมหานคร พบว่าด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านประโยชน์ในการใช้งาน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ด้านผลกระทบเครือข่าย มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับใช้เงินดิจิทัลของกลุ่ม Millennials ในกรุงเทพมหานคร

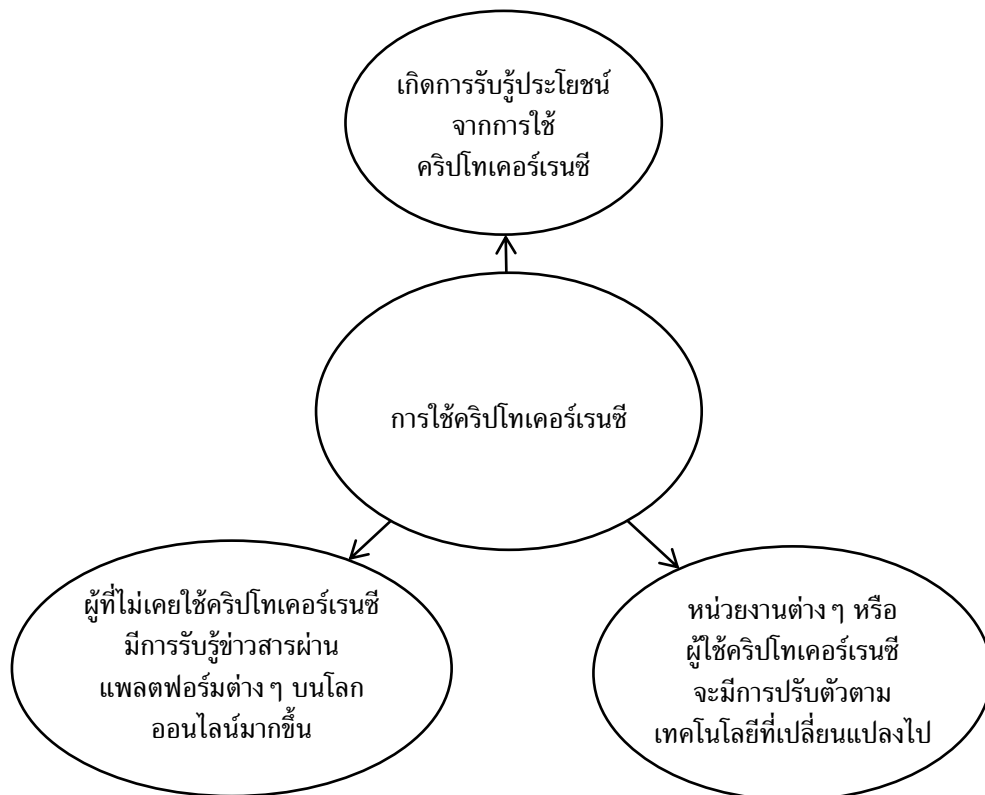
นอกจากนี้ยังพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงทางด้านประสิทธิภาพของผู้ใช้คริปโทเคอร์เรนซี ส่งผลทางตรงต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซี หมายความว่า การรับรู้ความเสี่ยงทางด้านประสิทธิภาพของผู้ใช้คริปโทเคอร์เรนซีได้รับ จะมีผลต่อการตัดสินใจที่ใช้คริปโทเคอร์เรนซีที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย Smutny, Sulc and Lansky (2021) ศึกษาแรงจูงใจ อุปสรรค และการยอมรับความเสี่ยงเมื่อมีการลงทุนในตลาดคริปโทเคอร์เรนซี โดยพบว่าการรับรู้ความเสี่ยงจะตระหนักถึงความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับสกุลเงินดิจิทัล โดยพิจารณาจากประสบการณ์การลงทุนที่ไม่เพียงพอ ความไม่แน่นอนของตลาด และผลตอบแทนจากการลงทุนที่คาดคะเนได้ไม่ดี รวมถึงการทำธุรกรรม ที่มีความรวดเร็วและค่าบริการที่ถูก ในการใช้สกุลเงินดิจิทัล เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านต่าง ๆ ส่งผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม และเมื่อสร้างตัวแปรแฝง จากตัวแปรสังเกตได้ จากการรับรู้ความเสี่ยงทางการเงิน และความเสี่ยงทางด้านความปลอดภัย ส่งผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซีโดยผ่าน การยอมรับเทคโนโลยี หมายความว่า การรับรู้ความเสี่ยง ไม่มีส่งผลทางตรงต่อการใช้ คริปโทเคอร์เรนซี แต่การรับรู้ความเสี่ยงส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี หรือ ความผันแปรของการยอมรับเทคโนโลยีขึ้นอยู่กับ การรับรู้ความเสี่ยง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย เกียรติกร เทียนธรรมชาติ (2561) ที่พบว่า ความง่ายในการใช้งาน ประโยชน์ในงานใช้งาน ความสะดวกในการใช้งาน ผลกระทบเครือข่ายมีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับใช้เงินดิจิทัล ซึ่งพบว่า โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ที่สามารถรับรู้ความเสี่ยงได้เพื่อเป็นการแสวงหาประโยชน์จากการยอมรับการใช้เงินดิจิทัล

อีกทั้ง เมื่อผู้ที่มีความสนใจในเรื่องของคริปโทเคอร์เรนซี ได้รับการชักจูงใจที่ส่งผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซี รวมถึงการคล้อย บ้างก็เหล่านี้มีผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซี โดยผู้ใช้คริปโทเคอร์เรนซีจะตัดสินใจยอมรับปัจจัยด้านทัศนคติเป็นปัจจัยที่ช่วยทำให้ตัดสินใจที่ใช้คริปโทเคอร์เรนซี นั้นหมายความว่า การได้รับการชักจูงใจที่แตกต่างกันนั้นจะส่งผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซีที่แตกต่างกันออกไป และเมื่ออธิบายผ่านตัวแปรแฝงอิทธิพลทางสังคม พบว่าอิทธิพลทางสังคมนั้นส่งผลต่อการที่จะตัดสินใจใช้คริปโทเคอร์เรนซีได้มากขึ้น เมื่อผู้ใช้คริปโทเคอร์เรนซีได้รับรู้ความเสี่ยงหลังจากการที่ตัดสินใจที่จะใช้คริปโทเคอร์เรนซี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย Al-Amri et al. (2019) ศึกษา การนำ Cryptocurrency มาใช้: ระบุปัจจุบัน โอกาส และความท้าทายแบบเปิด จากผลการศึกษาพบว่า แพลตฟอร์มในการชำระและความรู้ในเรื่องของเงินดิจิทัลมีศักยภาพในระดับสูง การสำรวจเกี่ยวกับแรงจูงใจและความรู้ของผู้บริโภค เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัล พบว่า ส่วนใหญ่ใช้ Bitcoin เพื่อจัดเก็บเป็นมูลค่าสำหรับการลงทุนและการเก็งกำไร การยอมรับขององค์กรสำหรับสกุลเงินดิจิทัลมีความสำคัญมากกว่าการยอมรับการยอมรับของผู้บริโภค เนื่องจากผู้บริโภคไม่สามารถใช้สกุลเงิน

ดิจิทัลได้ หากองค์กรไม่ยอมรับเป็นวิธีการชำระเงิน และพบว่าการได้รับข้อมูลข่าวสาร ก็เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดระดับการยอมรับและกำหนดราคา Bitcoin ซึ่งข่าวอคติมีผลกระทบต่องานรูปแบบความน่าเชื่อถือ ความสะดวกในการใช้งาน มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจของผู้บริโภค ในการใช้ Bitcoin

องค์ความรู้ใหม่

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซี : การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบระหว่างการวิเคราะห์เชิงโครงสร้าง (SEM) และการวิเคราะห์เส้นทาง (PATH ANALYSIS) จำแนกองค์ความรู้ใหม่ ได้ดังนี้



ภาพที่ 4 องค์ความรู้ใหม่

1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซีประกอบไปด้วยปัจจัยในหลายๆ ด้าน จากผลการศึกษาพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีเป็นปัจจัยเดียวที่ส่งผลทางตรงต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซี เป็นเพราะว่าคริปโทเคอร์เรนซีคือสินทรัพย์ดิจิทัล เพื่อเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนเช่นเดียวกับสกุลเงินทั่วไป แต่ไม่สามารถจับต้องได้ เป็นการทำงานอยู่บนเทคโนโลยีบล็อกเชน ส่งผลทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มมีการนำเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับคริปโทเคอร์เรนซีมาใช้ เพื่อปรับตัวเกี่ยวกับระบบการเงินที่กำลังจะเปลี่ยนแปลงไป อธิบายได้โดยการรับรู้ประโยชน์จากการใช้คริปโทเคอร์เรนซี ไม่ว่าจะเป็นการทำธุรกรรมที่รวดเร็ว การมีต้นทุนในการทำธุรกรรมต่ำ มีความโปร่งใสในการตรวจสอบ ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้

2. เมื่อเทคโนโลยีเกี่ยวกับคริปโทเคอร์เรนซีเริ่มเข้ามามีบทบาทที่มากขึ้น หลายหน่วยงาน หลายองค์กร หรือผู้ใช้คริปโทเคอร์เรนซี จะมีการปรับตัวตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป มีการศึกษาความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาดุลค่า ติดตามความเคลื่อนไหวในการนำสินทรัพย์ดิจิทัลมาใช้ ปัจจัยเหล่านี้จะสามารถอธิบายการใช้คริปโทเคอร์เรนซีได้ดีขึ้น

3. จากที่คริปโทเคอร์เรนซีหรือเงินดิจิทัลเข้ามามีบทบาทเพิ่มมากขึ้น มีผลต่อพฤติกรรมของคนไทย โดยจากรายงานของบริษัทวิจัย YouGov ระบุจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง 2,066 ตัวอย่าง พบว่า ประชากรมีการถือครองคริปโทเคอร์เรนซี 73% จากการที่มีผู้ใช้เป็นจำนวนมากอาจส่งผลทำให้กระแสการเติบโตของคริปโทเคอร์เรนซีได้รับความสนใจมากขึ้น ผู้ที่ไม่เคยใช้คริปโทเคอร์เรนซีมีการรับรู้ข่าวสารผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ บนโลกออนไลน์มากขึ้น ได้รับการชักนำชักชวน จากเพื่อน คนรอบตัว หรือเห็นความสำเร็จจากนักลงทุนหรือนักธุรกิจ ปัจจัยการรับรู้เหล่านี้ มีผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซี โดยผ่านการรับรู้ความเสี่ยงและการยอมรับเทคโนโลยี

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้เงินคริปโทเคอร์เรนซี เมื่อมีการสร้างตัวแปรแฝงจากตัวแปรสังเกตได้ ที่ใช้ในการวิจัย พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซีในทางตรง การรับรู้ความเสี่ยงและอิทธิพลทางสังคม ส่งผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซี แต่เป็นการส่งผลผ่านการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้คริปโทเคอร์เรนซี เมื่ออธิบายผ่านตัวแปรสังเกตที่เป็นองค์ประกอบของตัวแปรแฝง ก็พบว่า ตัวแปรนี้มีอิทธิพลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซีทั้งทางตรงและทางอ้อม เมื่อพิจารณาเส้นทางอิทธิพลจากโมเดล จากวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์เส้นทาง พบว่า ระดับการศึกษา ส่งผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซี ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งหมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซีที่แตกต่างกัน

เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซี พบว่า ความผันแปรของการใช้คริปโทเคอร์เรนซี ขึ้นอยู่กับการยอมรับเทคโนโลยี ร้อยละ 8.8 สามารถอธิบายความผันแปรของการใช้คริปโทเคอร์เรนซี จากการรับรู้ความเสี่ยงโดยผ่านการยอมรับเทคโนโลยีได้ถึงร้อยละ 92.8 นอกจากนี้ความผันแปรของการใช้คริปโทเคอร์เรนซี ขึ้นอยู่กับการยอมรับเทคโนโลยี การยอมรับความเสี่ยงและอิทธิพลทางสังคม ร้อยละ 59.5 นั้นหมายความว่าปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีมีผลการตัดสินใจใช้คริปโทเคอร์เรนซีร้อยละ 8.8 และเมื่อผู้ใช้มีการรับรู้ความเสี่ยงที่เกิดจากการยอมรับเทคโนโลยีมีผลทำให้ผู้ใช้จะตัดสินใจใช้คริปโทเคอร์เรนซีได้ถึงร้อยละ 92.8 ผลการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซี ระหว่าง SEM และ Path Analysis การศึกษาอิทธิพลเฉพาะตัวแปรสังเกตสามารถหาอิทธิพลของตัวแปรได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม จากวิเคราะห์พบว่าความตั้งใจใช้/ความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซีมากกว่า ทศนคติที่มีต่อการใช้ ความตั้งใจ/ความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลทางต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซี 0.123 หรือ 12.3% และทศนคติที่มีต่อการใช้ มีอิทธิพลทางต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซี 0.098 หรือ 9.8% และการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลทางตรงต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซี -0.153 หรือ -15.3% เมื่อคำนวณหาอิทธิพลรวมพบว่า ตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 3 ตัวแปร พบว่ามีอิทธิพลทางต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซี 0.068 หรือ 6.8% นั่นคือความผันแปรของการใช้คริปโทเคอร์เรนซีขึ้นอยู่กัอิทธิพลทางตรง ความตั้งใจใช้/ความง่ายในการใช้งาน ทศนคติที่มีต่อการใช้ และการรับรู้ประโยชน์ ร้อยละ 6.8 เมื่อทำการเปรียบเทียบกับวิเคราะห์ SEM โดยการสร้างตัวแปรแฝง คือ ตัวแปรแฝงการยอมรับเทคโนโลยี จากการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรแฝงการยอมรับเทคโนโลยี ส่งผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซี 0.088 หรือ 8.8% นั่นคือความผันแปรของการใช้คริปโทเคอร์เรนซี ขึ้นอยู่กับการยอมรับเทคโนโลยี ร้อยละ 8.8

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง (SEM) จะสามารถอธิบายความผันแปรของการใช้คริปโทเคอร์เรนซีโดยผ่านตัวแปรแฝงการยอมรับเทคโนโลยีได้ดีกว่าการวิเคราะห์เส้นทางโดยอธิบายผ่าน อิทธิพลรวมของตัวแปรสังเกตได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการวิจัย พบว่า อิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อการใช้คริปโทเคอร์เรนซีโดยผ่านการรับรู้ความเสี่ยง และการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งในช่วงปี 2021 มีผู้ที่สนใจในเรื่องของคริปโทเคอร์เรนซีอยู่จำนวนมากเนื่องจาก

คริปโทเคอร์เรนซียังไม่ถือเป็นสินทรัพย์ที่มีมูลค่า ธนาคารแห่งประเทศไทยและรัฐบาลยังไม่ยอมรับให้คริปโทเคอร์เรนซีเป็นสกุลเงินที่สามารถชำระหนี้ได้ตามกฎหมาย ประชาชนหรือผู้ใช้จึงยังไม่ได้รับการคุ้มครองตามกฎหมาย หากมีปัญหา มีการถูกหลอก หรือหากมีผู้ไม่หวังดีเข้ามาหาผลประโยชน์โดยการชักชวนผู้ที่ไม่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของคริปโทเคอร์เรนซี มีความเสี่ยงและอาจเกิดความสูญเสียทางด้านทรัพย์สินได้ ดังนั้น รัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรหาแนวทางเพื่อกำหนดหรือควบคุม ศึกษาและหาวิธีป้องกันหรือการลดความเสี่ยงที่เกิดจากความผันผวนในมูลค่าของคริปโทเคอร์เรนซี เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมกับทุกฝ่ายและควรกำหนดมาตรการการดูแล การทำธุรกรรมการซื้อขาย แลกเปลี่ยน เพื่อป้องกันการฉ้อโกงในรูปแบบต่างๆ อีกทั้ง รัฐบาลควรตื่นตัวต่อเทคโนโลยี ควรมีการจัดตั้งหน่วยงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้ความเข้าใจในเบื้องต้นเกี่ยวกับคริปโทเคอร์เรนซี รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในด้านต่างๆ ควรมีการส่งเสริมความรู้หรือแนวทางในการลงทุนที่ถูกต้อง เช่น

1.1 สถาบันการศึกษาควรเสริมสร้างความรู้เข้าใจในเรื่องคริปโทเคอร์เรนซี ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของเทคโนโลยีทางการเงินต่างๆ หรือ ความรู้ในการเทรดหรือการลงทุน

1.2 สถาบันทางการเงินควรมีมาตรการหรือนโยบายในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีแก่ผู้ที่ประสงค์ต้องการลงทุน

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาเกี่ยวกับเทคโนโลยีมักจะมีการปรับเปลี่ยนหรือพัฒนาที่ค่อนข้างเร็ว ผู้ทำการศึกษาควรเรียนรู้และพัฒนาความรู้ให้ทันต่อเทคโนโลยี เพื่อพัฒนางานวิจัยให้มีความสอดคล้องกับเหตุการณ์ในปัจจุบันมากขึ้น

2.2 ควรทำการวิจัยต่อยอดเชิงลึกมากขึ้นโดยการระบุขอบเขตของการศึกษาที่ชัดเจน

2.3 เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยควรใช้การสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการศึกษา โดยการสัมภาษณ์ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญโดยตรง

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วินัยบัญชา. (2564). *การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง(SEM) ด้วย AMOS*. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สามลดา. เกียรติกร เทียนธรรมชาติ. (2561). *อิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับใช้เงินดิจิทัล (บิทคอยน์) ของผู้บริโภคกลุ่ม*

millennials ในกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขานโยบายและการบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2564). *แถลงข่าวเศรษฐกิจและการเงินเดือนกรกฎาคม ปี 2564*. สืบค้นวันที่ 17 ตุลาคม

2564. จาก <https://www.bot.or.th/Thai/PressandSpeeches/Press/2021/Pages/n6564>.

สยามบล็อกเชน. (2564). *ผู้ประกอบการไทยแห่เปิดรับ Bitcoin ในการชำระเงิน*. สืบค้น 10 ตุลาคม 2564. จาก

<https://siamblockchain.com/2021/03/30/Thai-entrepreneurs-start-accepting-bitcoin/>.

Al-Amri, R., Zakaria, N. H., Habbal, A., & Hassan, S. (2019). Cryptocurrency adoption: current stage, opportunities, and open challenges. *International Journal of Advanced Computer Research*, 9(44), 293–307.

Asset Dash. (2021). *Market Cap*. Retrieved 19 October 2021. From <https://8marketcap.com/>.

Raynor de Best. (2021). *Value of cryptocurrency theft worldwide from 2016 to 2020*. Retrieved 19 October 2021. From <https://www.statista.com/statistics/960226/theft-of-cryptocurrency-value/>.

Smutny, Z., Sulc, Z., & Lansky, J. (2021). Motivations, Barriers and Risk-Taking When Investing in Cryptocurrencies. *Mathematics*, 9(14), 1–22.

พฤติกรรมและปัจจัยสนับสนุนศิลปินเกาหลีผ่านร้านคาเฟ่ของวงเซเว่นทีนในประเทศไทย BEHAVIORS AND FACTOR TO SUPPORT KOREAN ARTISTS 'SEVENTEEN' THROUGH FAN MEET UP IN CAFÉS IN THAILAND

อภิษฐา เขียวแก้ว^{1*} อรุณี ปัญญสวัสดิ์สุทธิ์²

Apichaya Kheawkaew¹ Arunee Punyasavatsut²

¹ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

² ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

¹ Master of Economics (Business Economics), Faculty of Economics, Kasetsart University

² Department of Economics, Faculty of Economics, Kasetsart University

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาลักษณะการจัดคาเฟ่วันเกิดศิลปินเกาหลีใต้ในประเทศไทย (2) ศึกษาพฤติกรรมทั่วไปของบุคคลที่เข้าร่วมคาเฟ่วันเกิดของวงเซเว่นทีน และ (3) ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อจำนวนครั้งในการเข้าร่วมกิจกรรมคาเฟ่วันเกิดของวงเซเว่นทีน ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษารวบรวมจากผู้ที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมคาเฟ่วันเกิดวงเซเว่นทีน ในประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2563-2564 จำนวน 400 คน ด้วยแบบสอบถามสำรวจผ่านทาง Google Form นำมาใช้ในการคาดประมาณสมการถดถอยแบบพหุ ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด

ผลการศึกษา พบว่า รูปแบบการจัดคาเฟ่วันเกิดศิลปินเกาหลี คือเช่าร้านคาเฟ่ และทำการตกแต่งด้วยภาพศิลปินเจ้าของวันเกิด ตกแต่งภายในร้านให้เกิดความสวยงาม และผู้จัดงานมีการเตรียมของแจกที่ระลึกสำหรับผู้เข้าร่วมเพื่อดึงดูดให้แฟนคลับมาร่วมกิจกรรม

ส่วนพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการเข้าร่วมกิจกรรม ได้แก่ การมีเพื่อนหรือคนที่รู้จักชักชวน เป็นการจูงใจกิจกรรมคาเฟ่วันเกิดของสมาชิกที่ตนเองชื่นชอบ วันและเวลาสะดวกที่จะไปเข้าร่วม ต้องการที่จะรวมกลุ่มเพื่อน ทำการสังสรรค์กับคนที่มีความชอบเหมือนกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อจำนวนครั้งในการเข้าร่วมกิจกรรมคาเฟ่วันเกิดของวงเซเว่นทีน แบ่งเป็น 2 ด้าน คือ 1) ด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ ความชื่นชอบศิลปินวงเซเว่นทีน (แฟนคลับ) ที่พักอาศัยปัจจุบัน 2) ด้านส่วนประสมการตลาด ได้แก่ รสชาติของเบเกอรี่และเครื่องดื่ม (ผลิตภัณฑ์) ราคา และสถานที่ โดยวัดจากระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95

คำสำคัญ: คาเฟ่, วันเกิด, ศิลปินเกาหลี, เซเว่นทีน

* E-mail address: apichaya.khe@ku.th ¹ fecoand@ku.ac.th ²

ABSTRACT

The objectives of this research article were to (1) the arrangement of Korean artists birthday meet up at cafés in Thailand. (2) It studies the general behaviors of people who attend the meet up activities (3) and investigates various factors that affect the activity's participation. i.e., demographic factors and marketing mixes. The information was collected using a survey questionnaire via Google form from 400 persons who attended the SEVENTEEN's birthday café activities during 2020-2021. The data were used to estimate a multiple regression equation by the statistical program, SPSS.

The result of the study found that: Café's patten are similar in South Korea, rent a café for held event and decorated by artist's picture and prepare give away for the attendees to attract fans to join the event.

Other determinants are as follows: having persuaded by a friend or an acquaintance, being a favorite member's birthday, and convenience to attend on the date and time. They want to join of friends to socialize with people who like the same, affect the decision to participate.

The factors affecting activity's participation in SEVENTEEN's birthday café event can be divided into 2 aspects: 1) demography factor are preferences (fan club), current accommodation 2) marketing mix are taste of bakery and drink (product), price, and location at significance level 95%.

Keywords: Café, Birthday, Korean Artist, SEVENTEEN

บทนำ

ยุคแห่งการสื่อสารไร้พรมแดน อันเป็นผลมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งผลโดยตรงต่อการพัฒนาของความสัมพันธ์ที่เกิดการเชื่อมโยงระหว่างปัจเจกบุคคล ชุมชน รัฐบาล เอกชน ประเทศ และทวีปต่าง ๆ ส่งผลให้เกิดการช่วงชิงพื้นที่ทางวัฒนธรรมและการไหลบ่าของวัฒนธรรมจากประเทศหนึ่งสู่อีกประเทศหนึ่ง (ไพบูลย์ ปิตะเสน และ จิราพร จันจุฬา, 2563) ธุรกิจเพลงเกาหลี ถือได้ว่าประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากในช่วงศตวรรษที่ 21 เป็นต้นมา เมื่อกลุ่มศิลปินเกาหลีไม่ว่าจะเป็นเกิร์ลกรุ๊ปหรือบอยแบนด์ หรือที่เรียกกันว่าไอดอล (Idol) นั้น สามารถประสบความสำเร็จในตลาดเพลงของญี่ปุ่น จีน และไทยเมื่อประมาณปี ค.ศ. 2001 และสามารถขึ้นมาเป็นอันดับต้น ๆ ของวงการเพลงในเอเชียได้ (จรรยาลักษณ์ สิริกุลณมิตร, 2558)

นอกจากนี้ไอดอลเกาหลียังพากระแสเกาหลีไปสร้างความนิยมในประเทศอื่นทั่วโลกทั้งในอเมริกาและยุโรป โดยเกิดปรากฏการณ์ชาร์ตเพลงเกาหลีเกิดขึ้นใน Billboard Chart หรือการแสดงคอนเสิร์ตของศิลปินเกาหลีในแถบอเมริกาและยุโรปที่ได้ผลการตอบรับกลับมาเป็นอย่างดี และกระแสเกาหลีนั้นยังทำให้เกิดการรวมตัวกันของกลุ่มแฟนคลับในการทำกิจกรรมร่วมกัน (จรรยาลักษณ์ สิริกุลณมิตร, 2558)

ปัจจุบันเพลงป๊อปเกาหลีหรือเคป๊อปเกาหลี (K-POP) เป็นกระแสที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นตามสื่อก็มีการเผยแพร่ มีลิตวีดีโอต่าง ๆ หรือแม้กระทั่งการจัดงานคอนเสิร์ตหรืองานพบปะแฟนคลับของนักร้องเกาหลี ซึ่งผลิตมาเพื่อกลุ่มคนที่ชื่นชอบเพลงแนวนี้โดยเฉพาะ สาเหตุที่ทำให้วัยรุ่นไทยส่วนใหญ่ชื่นชอบศิลปินเกาหลีนั้น มาจากความสามารถและความพยายามของพวกเขา ซึ่งก่อนที่จะมาเป็นศิลปินเกาหลีจะต้องผ่านการคัดเลือกการทดสอบความสามารถ (Audition) เข้ามาเป็นเด็กฝึกหัดก่อน และการฝึกหัดก็จะได้ออกอัลบั้มและมีการเปิดตัวครั้งแรกอย่างเป็นทางการของศิลปิน (Debut) ต้องใช้เวลานาน (ทัชระ ล่องประเสริฐ, 2561)

อุตสาหกรรมเพลงของประเทศเกาหลีเป็นที่รู้จักและชื่นชอบในหลายประเทศทั่วโลก จนเกิดกระแส Korean Wave ในด้านวงการเพลงป๊อปเกาหลี (K-POP) เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น ปัจจุบันศิลปินเค-ป๊อปมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและมีแฟนคลับทั่วทุกภูมิภาคและเพลงเค-ป๊อปก็เติบโตอย่างมากในตลาดเพลงโลก ซึ่งความเป็นที่นิยมนี้ทำให้แฟนคลับเปิดรับกระแสวัฒนธรรมเกาหลีได้อย่างง่ายดาย (นันทิพา บุษปวรธนะ และ นาวัน วงศ์สมบูรณ์, 2563) ซึ่งหนึ่งในนักร้องที่ได้รับความนิยม คือ วง SEVENTEEN เป็นวงที่แต่งทำนอง เขียนเนื้อร้อง เรียบเรียงบทเพลง รวมถึงการแสดงบนเวทีด้วยตัวเอง จึงมีความโดดเด่นและแตกต่างจากศิลปินอื่น มีการจัดกิจกรรมซึ่งเกี่ยวข้องกับศิลปิน ได้แก่

คอนเสิร์ต งานแฟนมีตดิ้ง งานแฟนไซน์ จึงเป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมและมีกลุ่มแฟนคลับและผู้ชื่นชอบศิลปินเข้าร่วมกิจกรรมเป็นจำนวนมาก ในช่วงที่ผ่านมการจัดกิจกรรมวันเกิดศิลปินเกาหลีใต้คาเฟ่ เป็นกิจกรรมหนึ่งซึ่งมีจุดเริ่มต้นที่ประเทศเกาหลีใต้เป็นที่แรก (ภาพที่ 1 และ 2) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนของแฟนคลับโดยไม่ผ่านทางต้นสังกัดของศิลปิน มีลักษณะเป็นงานที่แฟนคลับรวมทั้งผู้ที่มีความสนใจในศิลปินมารวมตัวกันในวันเกิดของศิลปินตามร้านคาเฟ่เพื่อพบปะและมีการจัดทำของที่ระลึกมอบให้แก่กัน นอกเหนือจากการเข้าป้ายโฆษณาบริเวณรถไฟฟ้าใต้ดิน ชื่อพื้นที่สำหรับการโฆษณา จอ LED เพื่อร่วมฉลองในโอกาสต่างๆ ของศิลปินที่ชื่นชอบ เช่น วันเกิด วันครบรอบการก่อตั้งวง หรือการออกอัลบั้มเพลง เป็นต้น และแฟนคลับศิลปินเกาหลีใต้ในประเทศไทยก็ได้ลอกเลียนแบบพฤติกรรมการจัดคาเฟ่วันเกิด รวมไปถึงแฟนคลับศิลปินเกาหลีใต้ในแถบเอเชีย และยุโรป เริ่มมีการจัดกิจกรรมคาเฟ่วันเกิดในหลายประเทศ ปัจจุบันการจัดคาเฟ่วันเกิดในประเทศไทยไม่ได้จำกัดแค่ศิลปินเกาหลีใต้ แต่ยังมีการจัดให้ ศิลปินไทย จีน และบุคคลที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มแฟนคลับที่มีความต้องการจัดคาเฟ่ลักษณะนี้ การจัดคาเฟ่จึงเป็นพฤติกรรมการรวมตัวของกลุ่มคนที่มีความชื่นชอบในสิ่งเดียวกันมาพบปะสังสรรค์



ภาพที่ 1 แสดงหน้าร้านคาเฟ่ที่จัดงานวันเกิดศิลปินเกาหลีใต้ ที่ประเทศเกาหลีใต้
ที่มา :Twitter @BlesslessMoment (2564)



ภาพที่ 2 แสดงบรรยากาศภายในคาเฟ่ที่จัดงานวันเกิดศิลปินเกาหลีใต้ ที่ประเทศเกาหลีใต้
ที่มา :Twitter @BlesslessMoment (2564)

พฤติกรรมการรวมกลุ่มกันของแฟนคลับที่ชื่นชอบศิลปินคนเดียวกันหรือกลุ่มเดียวกัน จนเกิดปรากฏการณ์ที่ทำให้เกิดความรู้สึกถึงความเป็น “คนพวกเดียวกัน” “เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน” อยากที่จะเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศิลปิน ซึ่งแต่ละบุคคลจะมีการแสดงออกที่แตกต่างกันออกไป และแต่ละครั้งก็จะได้รู้จักพบคนที่มีความชื่นชอบเช่นเดียวกัน รู้จักกันเป็นเครือข่ายกว้างมากขึ้นเรื่อยเป็นใยแมงมุม อยู่กันเป็นกลุ่มที่จะทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน (บุญยง นาคะ, 2561) จึงเกิดความรู้สึกสนุกสนาน มีส่วนร่วมกันในกลุ่มแฟนคลับ ที่ไปเข้าร่วมกิจกรรม เกิดเป็นการ

เคยชินที่อยากไปเจอเพื่อนรวมกลุ่มกัน จึงเกิดเป็นพฤติกรรมที่ต้องการไปคาเฟ่วันเกิดของสมาชิกในวง SEVENTEEN อีกด้านหนึ่งคือสถานที่ที่นัดรวมกลุ่มกันนั้นคือร้านคาเฟ่ ที่สามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีการตลาด 7P (Product, Place, Price, Promotion, People, Process, Physical) ของ ฟิลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler, 2016) เนื่องจากผู้จัดงานไม่มีสถานที่ที่ใช้จัดงานจึงต้องเช่าสถานที่ร้าน และทางร้านได้จำหน่ายเครื่องดื่มภายในร้านตัวเอง ซึ่งอาจทำโปรโมชั่นพิเศษเพื่อกระตุ้นยอดขายของทางร้านเอง และมีคนเข้ามาใช้บริการเนื่องจากเป็นศิลปินที่ตัวเองชื่นชอบ และได้มาพบปะกับเพื่อนร่วมกลุ่มแฟนคลับเดียวกัน เป็นการที่อาจกล่าวได้ว่าทางร้านที่เปิดให้จัดงานได้รับผลประโยชน์จากการโฆษณา ร้านที่ผ่านการจัดคาเฟ่แล้วผู้จัดประทับใจการดำเนินงานหรือคนที่เข้ามาร่วมงานชื่นชอบกลับมาใช้บริการและซื้อสินค้าอีกครั้ง

งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาอุตสาหกรรมเพลงเกาหลีใต้ พฤติกรรมของผู้เข้าร่วมกิจกรรมคาเฟ่วันเกิด และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมคาเฟ่วันเกิดของศิลปินเกาหลีวง SEVENTEEN ในประเทศไทย ผลการวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจที่เข้าร่วมกิจกรรมที่คาเฟ่สามารถนำมาใช้เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ให้กับธุรกิจร้านคาเฟ่ที่มีการแข่งขันที่สูงขึ้น เพื่อสร้างจุดเด่นให้แตกต่างจากร้านคาเฟ่อื่น ๆ หรือเป็นแนวทางในเข้าสู่ธุรกิจร้านคาเฟ่ที่มีการเปิดพื้นที่ให้แฟนคลับได้จัดกิจกรรมภายในร้าน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะการจัดคาเฟ่วันเกิดศิลปินเกาหลีใต้ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมทั่วไปของบุคคลที่เข้าร่วมคาเฟ่วันเกิดของวง SEVENTEEN ในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อจำนวนครั้งในการเข้าร่วมกิจกรรมคาเฟ่วันเกิดวง SEVENTEEN ในประเทศไทย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) ด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) กับกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมกิจกรรมคาเฟ่ วง SEVENTEEN ในประเทศไทย โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้กลุ่มประชากรคือแฟนคลับวง SEVENTEEN ที่เข้าร่วมกิจกรรมคาเฟ่วันเกิดที่จัดขึ้นในประเทศไทย ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน จึงคำนวณกลุ่มตัวอย่างจากสูตรไม่ทราบจำนวนประชากร ของ W.G. Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5

$$\text{จากสูตร} \quad n = \frac{p(1-p)z^2}{d^2}$$

โดย n = จำนวนตัวอย่าง

p = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการจะสุ่ม (ใช้สัดส่วนร้อยละ 30 หรือ 0.03)

z = ความเชื่อมั่นที่กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ (ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 = 1.96)

d = สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5

$$\text{แทนค่า} \quad n = \frac{0.03(1-0.03)1.96^2}{0.05^2}$$

$$n = \frac{0.8067}{0.0025}$$

$$n = 322.69$$

ดังนั้นผู้วิจัยใช้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 323 คน โดยมีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 เลือกสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างผ่านช่องทาง Google Form

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 1 ชุด โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

1. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ภูมิลำเนาความชื่นชอบศิลปินวง SEVENTEEN

2. แบบสอบถามปัจจัยด้านการตลาดในการเข้าร่วมกิจกรรมคาเฟ่วันเกิด วง SEVENTEEN

3. พฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไปร่วมคาเฟ่วันเกิด วง SEVENTEEN

โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 มีลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) สร้างตามมาตรวัดอิทธิพลต่อการตัดสินใจลิเคิร์ต (Likert Scale) (Likert, Rensis A., 1961) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ ดังนี้

ตารางที่ 1 มาตรวัดอิทธิพลต่อการตัดสินใจลิเคิร์ต (Likert Scale)

คำตอบ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5 คะแนน
มาก	4 คะแนน
ปานกลาง	3 คะแนน
น้อย	2 คะแนน
น้อยที่สุด	1 คะแนน

การแปลความหมายของคะแนนแบบสอบถาม ผู้ศึกษาได้กำหนดคะแนนเฉลี่ยตามเกณฑ์การแบ่งช่วงคะแนน ดังนี้

ตารางที่ 2 การแปลคะแนนมาตรวัดการตัดสินใจลิเคิร์ต (Likert Scale)

ระดับคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
4.21-5.00	กลุ่มตัวอย่างเห็นว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุด
3.41-4.20	กลุ่มตัวอย่างเห็นว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาก
2.61-3.40	กลุ่มตัวอย่างเห็นว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจปานกลาง
1.81-2.60	กลุ่มตัวอย่างเห็นว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจน้อย
1.00-1.80	กลุ่มตัวอย่างเห็นว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลโดยได้แบ่งการรวบรวมข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถาม ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) สืบหาโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ผ่าน Google Form กับกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการเฉพาะเจาะจงจำนวน 400 คน ที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมคาเฟ่วันเกิดศิลปินเกาหลีวง SEVENTEEN ในประเทศไทย เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการคาดประมาณสมการถดถอยแบบพหุ ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด โดยกำหนดตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ จำนวนครั้งการเข้าร่วมคาเฟ่วันเกิดวง SEVENTEEN เฉลี่ยต่อปี โดยใช้ข้อมูลของ พ.ศ. 2563-2564 มาหาค่าเฉลี่ย กำหนดตัวแปรอิสระ (Independent Variable) 2 กลุ่ม คือ 1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ (หญิง/ชาย) อายุ (ปี) อาชีพ รายได้ต่อเดือน (บาท) วุฒิก่อนศึกษา ภูมิลำเนา (ที่พักอาศัยปัจจุบัน อาศัยในกรุงเทพและปริมณฑล/จังหวัดอื่นๆ) และความชื่นชอบศิลปินวง SEVENTEEN (แฟนคลับ) และ 2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (รสชาติเบเกอรี่และเครื่องดื่ม) ราคา สถานที่ (เดินทางสะดวก) ส่งเสริมการตลาด (ผู้จัดเตรียมของแจก/กิจกรรมภายในงาน) บุคคล (การบริการของพนักงาน) การสร้างและ

การนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (การตกแต่งภายในร้าน) กระบวนการ (แก้ปัญหาและติดต่อได้สะดวก) โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ 1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ 2. ปัจจัยด้านการตลาด 3. พฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมคาเฟ่วันเกิด SEVENTEEN โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 มีลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) สร้างตามมาตรวัดอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือก (Likert Scale) (Likert, Rensis A., 1961)) นำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลต่างๆ เช่น วารสาร เอกสารทางวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยฉบับนี้ใช้สมการ Multiple Regression ในการอธิบายผลของปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อความถี่ในการร่วมกิจกรรมคาเฟ่ SEVENTEEN และแสดงผลวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนโดยเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + a_3o_1 + a_4o_2 + a_5o_3 + a_6o_4 + a_7o_5 + a_8i + a_9f + a_{10}e_1 + a_{11}e_2 + a_{12}e_3 + a_{13}r + a_{14}p_1 + a_{15}p_2 + a_{16}p_3 + a_{17}p_4 + a_{18}p_5 + a_{19}p_6 + a_{20}p_7$$

ความหมาย y = จำนวนครั้งเฉลี่ยของปี พ.ศ. 2563-2564 ที่เข้าร่วมกิจกรรมคาเฟ่วันเกิดของวง SEVENTEEN ในระยะเวลา 1 ปี

a_0 = ค่าคงที่

x_1 = ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศ

x_2 = ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอายุ

o_1 = ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ อาชีพนักเรียน นักศึกษา

o_2 = ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ อาชีพข้าราชการ

o_3 = ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ

o_4 = ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ อาชีพธุรกิจส่วนตัว

o_5 = ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ อาชีพพนักงานเอกชน

กำหนดให้กลุ่มฐานคือ อาชีพอิสระ

i = ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านรายได้

f = ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านความชื่นชอบ วง SEVENTEEN

e_1 = ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านวุฒิการศึกษา ระดับมัธยมศึกษา

e_2 = ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านวุฒิการศึกษา ปวช. ปวส.

e_3 = ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านวุฒิการศึกษา ระดับปริญญาตรี

กำหนดให้กลุ่มฐานคือ วุฒิก่อนปริญญาตรี

r = ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านภูมิสำเนา ที่พักอาศัยปัจจุบัน

p_1 = ปัจจัยการตลาดด้านผลิตภัณฑ์

p_2 = ปัจจัยการตลาดด้านราคา

p_3 = ปัจจัยการตลาดด้านสถานที่

p_4 = ปัจจัยการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด

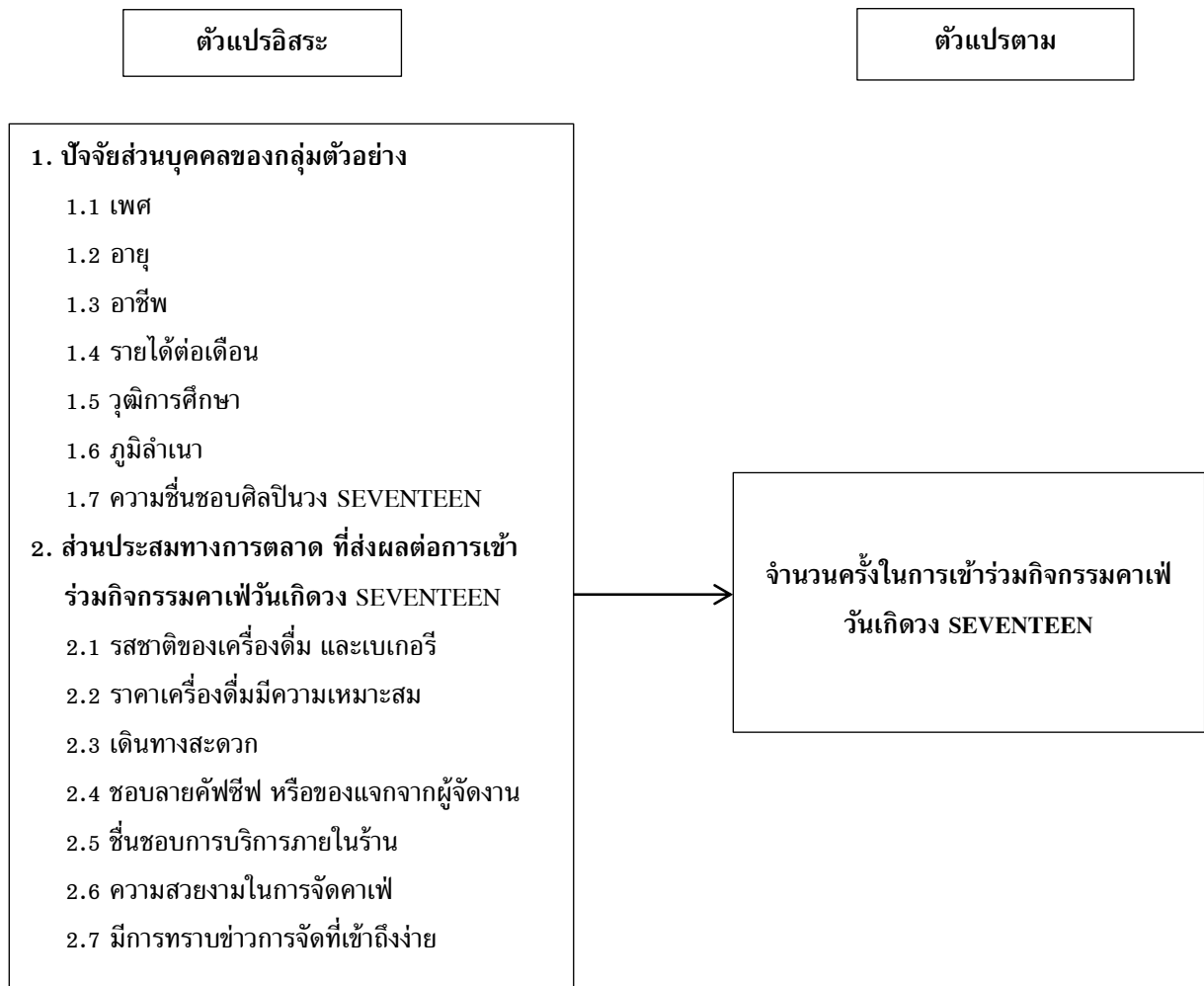
p_5 = ปัจจัยการตลาดด้านบุคคล

p_6 = ปัจจัยการตลาดด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

p_7 = ปัจจัยการตลาดด้านกระบวนการ

a_1 ถึง a_{20} = ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 3 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. การศึกษาลักษณะการจัดคาเฟ่วันเกิดศิลปินเกาหลีใต้ในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า

การจัดกิจกรรมคาเฟ่วันเกิดศิลปินเกาหลีใต้ SEVENTEEN ในประเทศไทย มีลักษณะการจัดที่คล้ายคลึงกับการจัดคาเฟ่วันเกิดศิลปินเกาหลีใต้ SEVENTEEN ที่ประเทศเกาหลี คือ ทางผู้จัดงานมีการตกแต่งร้านด้วยรูปของศิลปิน และตกแต่งร้านให้สวยงามมีมุมสำหรับถ่ายรูป มีการแจกปลอกครอบแก้วลายศิลปินเป็นของที่ระลึกที่ทางผู้จัดเตรียมไว้ให้สำหรับผู้ที่มาเข้าร่วมและซื้อเครื่องดื่ม หรือเบเกอรี่ที่คาเฟ่

สิ่งที่แตกต่างกันคือ โดยส่วนมากของผู้จัดคาเฟ่วันเกิดศิลปินที่ประเทศเกาหลี ภาพที่จัดแสดงทางผู้จัดงานจะเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ภาพ (ผู้จัดถ่ายด้วยตัวเอง) ส่วนในประเทศไทยจะเป็นภาพที่ทางผู้จัดไทย ได้ทำการขออนุญาตเจ้าของภาพถ่ายก่อนนำมาจัดแสดง หรือเป็นภาพที่เผยแพร่จากทางต้นสังกัด หรือสำนักข่าว เป็นภาพที่เผยแพร่อย่างสาธารณะ และอีกหนึ่งสิ่งที่แตกต่างกันคือ การจัดคาเฟ่ศิลปินที่เกาหลีจะมีการรับของที่ระลึกจากทางผู้จัด แต่ในประเทศไทยนอกจากจะได้รับของที่ระลึกจากทางผู้จัดแล้วนั้น แฟนคลับที่ไปร่วมงานบางส่วนก็มีการเตรียมของที่ระลึกไปแจกในงานด้วยเช่นกัน เช่น โฟโต้การ์ด โปสการ์ด สติกเกอร์ ที่เกี่ยวข้องกับศิลปิน เป็นต้น

2. พฤติกรรมทั่วไปของบุคคลที่เข้าร่วมคาเฟ่วันเกิดของวง SEVENTEEN ในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า

จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง ปัจจัยด้านพฤติกรรม ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมกิจกรรมคาเฟ่วันเกิดวง SEVENTEEN ในประเทศไทย จากตารางที่ 3 พบว่า พฤติกรรมและปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด เมื่อเรียงลำดับ ปัจจัยวัน เวลา สะดวกที่จะไปเข้าร่วม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ กิจกรรมคาเฟ่วันเกิดที่จัดเป็นสมาชิกที่ชื่นชอบ มีเพื่อนหรือคนรู้จักไปร่วมงาน และไปหากมีคนชวนเข้าร่วมกิจกรรม ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านพฤติกรรม

ปัจจัยด้านพฤติกรรม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
มีเพื่อน หรือคนรู้จักชวนไปร่วมงาน	4.50	0.76	มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด
ไปหากมีคนชวน	4.31	0.78	มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด
วัน เวลา สะดวกที่จะไปเข้าร่วม	4.62	0.52	มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด
กิจกรรมที่จัดเป็นสมาชิกที่ชื่นชอบ	4.60	0.63	มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด

ที่มา: จากการคำนวณ

3. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อจำนวนครั้งในการเข้าร่วมกิจกรรมคาเฟ่วันเกิดวง SEVENTEEN ในประเทศไทย

ผลการวิจัยพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อยู่ระหว่างช่วงอายุ 21 – 25 ปี มากถึงร้อยละ 47 ช่วงการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยของผู้ทำแบบสอบถามทั้งหมดอยู่ที่ 12,865.38 บาท ที่พักอาศัยปัจจุบัน อาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑลร้อยละ 57.50 เฉลี่ยการเข้าร่วมกิจกรรมคาเฟ่วันเกิดของวง SEVENTEEN 5.23 ครั้งต่อปี (เฉลี่ยจากการเข้าร่วมกิจกรรมของปี พ.ศ. 2563-2564) โดยส่วนใหญ่ผู้ที่เข้าร่วมเป็นแฟนคลับวง SEVENTEEN ร้อยละ 85.00

ตารางที่ 4 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาด

ปัจจัยด้านการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
รสชาติเบเกอรี่ และเครื่องดื่ม	4.12	0.75	มีผลต่อการตัดสินใจมาก
ราคา	4.27	0.83	มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด
เดินทางสะดวก	4.34	0.64	มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด
ของแถมกิจกรรมภายในงาน/	4.47	0.59	มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด
การบริการของพนักงาน	4.29	0.78	มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด
การตกแต่งภายในร้าน	4.50	0.63	มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด
แก้ปัญหา การติดต่อสะดวก	4.54	0.59	มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด

ที่มา: จากการคำนวณ

ปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมมากที่สุดได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ด้านสถานที่ (เดินทางสะดวก) ด้านส่งเสริมการตลาด (ของแถม/กิจกรรมภายในงาน) ด้านบุคคล (การบริการของพนักงาน) ด้านการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (การตกแต่งภายในร้าน) ด้านกระบวนการ (การติดต่อสะดวก เข้าถึงได้ง่าย) ด้านที่ส่งผลต่อการตัดสินใจระดับมากคือผลิตภัณฑ์ (รสชาติเบเกอรี่และเครื่องดื่ม) (ตารางที่ 4)

เริ่มต้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์จากการวิเคราะห์หาค่า Correlation และหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรกับการเข้าร่วมกิจกรรมคาเฟ่วันเกิดวง SEVENTEEN เพื่อป้องกันการเกิดปัญหา Multicollinearity สำหรับค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในการศึกษานี้ พบว่าอยู่ระหว่าง -0.421 – 0.377 ซึ่งไม่เกิดปัญหา Multicollinearity จึงนำวิเคราะห์การคาดประมาณสมการถดถอย โดยใช้สมการ Multiple Regression ในการอธิบายผลของปัจจัยต่าง ๆ และค่า

สัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระ ที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม (จำนวนครั้งในการเข้าร่วมกิจกรรมคาเฟ่วันเกิดของวง SEVENTEEN) ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 แสดงผลได้ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการคาดประมาณสมการถดถอย

Model	สัมประสิทธิ์	Std. Error	t	p-value
ค่าคงที่	-8.179	1.258	-1.430	.104
ความชื่นชอบศิลปิน	4.855	.408	11.905	<.001
ราคา	1.394	.202	6.900	<.001
รสชาติเบเกอรี่เครื่องดื่ม	1.065	.210	5.063	<.001
เดินทางสะดวก	.745	.225	3.304	.001
ที่พักอาศัยปัจจุบัน	-.660	.298	-2.219	.027
ตัวอย่าง	400			
R-square	.418			
Adjust R-square	.410			
Sum Square Error	2.789			

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการเพิ่มตัวแปรอิสระที่สามารถอธิบายตัวแปรตามได้มากที่สุดเข้าไปในแบบจำลองทีละตัว เมื่อเพิ่มทีละตัวแล้วพบว่าตัวแปรอิสระ 5 ตัว ที่ส่งผลต่อการเข้าร่วมกิจกรรมคาเฟ่วันเกิด ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้แก่ ความชื่นชอบศิลปิน ราคา รสชาติเบเกอรี่และเครื่องดื่ม (ผลิตภัณฑ์) เดินทางสะดวก (สถานที่) และ ที่พักอาศัยปัจจุบัน ซึ่งทุกตัวแปรมีค่าเป็นบวก มีความสัมพันธ์ที่สอดคล้องไปทิศทางเดียวกันกับจำนวนครั้งที่เข้าร่วมกิจกรรม ยกเว้นตัวแปรที่พักอาศัยปัจจุบันมีค่าเป็นลบ มีความสัมพันธ์ที่แปรผกผันกับจำนวนครั้งที่เข้าร่วมกิจกรรม โดยสมการนี้สามารถอธิบายความสอดคล้องความสัมพันธ์กัน (Adjust R²) ที่ ร้อยละ 41 และความคลาดเคลื่อนของการประมาณ (Sum Square Error) ที่ 2.789

จากสมการ Multiple Regression ที่อธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) นำมาแทนค่าสัมประสิทธิ์หน้าตัวแปรได้ดังนี้

$$y = -8.179 + 4.855f - 0.660r + 1.065p_1 + 1.394p_2 + 0.745p_3$$

ผลการคาดประมาณพบว่าค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรความชื่นชอบมีค่ามากที่สุด โดยส่งผลต่อจำนวนครั้งในการเข้าร่วมกิจกรรมคาเฟ่มากถึง 4.855 ครั้ง ซึ่งตรงกับสมมติฐานที่ว่าความชื่นชอบศิลปินวง SEVENTEEN เป็นปัจจัยหลักที่สำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมคาเฟ่วันเกิดของวง SEVENTEEN รวมถึงปัจจัยการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (รสชาติเบเกอรี่และเครื่องดื่ม) ด้านราคา และด้านสถานที่(การเดินทางสะดวก) ส่งผลต่อจำนวนครั้งการเข้าร่วมในทิศทางเดียวกัน และมีค่าสัมประสิทธิ์หน้าตัวแปร 1.065 1.394 และ 0.745 ครั้ง ตามลำดับ เป็นไปตามสมมติฐานที่ว่าปัจจัยด้านการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมคาเฟ่ จำนวนครั้งในการเข้าร่วมเพื่อไปใช้บริการร้านคาเฟ่ นั้นๆ ปัจจัยที่พักอาศัยปัจจุบัน ในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีค่าเป็นลบ มีความสัมพันธ์ที่แปรผกผัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ 0.660 ครั้ง เนื่องจากการจัดกิจกรรมคาเฟ่วันเกิดศิลปินมีการจัดกระจายไปทั่วประเทศไม่จำกัดเพียงจังหวัดกรุงเทพฯและปริมณฑล และมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดที่จังหวัดกรุงเทพฯและปริมณฑลเป็นพื้นที่สีแดง

อภิปรายผล

การจัดคาเฟ่วันเกิดศิลปินเกาหลีใต้ในประเทศไทย เป็นการลอกเลียนแบบวัฒนธรรมจากแฟนคลับศิลปินเกาหลีใต้ในประเทศเกาหลีใต้ เพื่อแสดงถึงการสนับสนุนศิลปินโดยไม่ผ่านบริษัทต้นสังกัด มีลักษณะการจัดที่คล้ายคลึงกับการจัดคาเฟ่วันเกิดศิลปินเกาหลี คือ ภายในร้านตกแต่งร้านด้วยรูปของศิลปิน ตกแต่งร้านให้สวยงามมีมุมสำหรับถ่ายรูป มีการแจกปลอกครอบแก้วลายศิลปินเป็นของที่ระลึกที่ทางผู้จัดเตรียมไว้ให้สำหรับผู้ที่มาเข้าร่วมและซื้อเครื่องดื่ม หรือเบเกอรี่ที่คาเฟ่ ซึ่งสอดคล้องกับ จารุกัด อธิวัฒน์ภิญโญ, มนทิรา ธาตาอำนวยชัย และปิเตอร์ รุ่งเรือนกานต์ (2562). การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าออนไลน์และการดำรงรักษาของกลุ่มแฟนคลับนักร้องเกาหลีในประเทศไทย กรณีศึกษาศิลปินวง GOT7 กล่าวว่า การที่ลูกค้าที่เป็นแฟนคลับของคนที่เกิดขึ้นนั้นจะให้ความสนใจและมาซื้อน้ำที่ร้านเพื่อที่จะได้รับที่ครอบแก้วที่มีรูปไอ돌ติดอยู่ ซึ่งแฟนคลับสามารถรับรู้ได้ผ่านสื่อออนไลน์ตามที่ร้านได้โพสต์แจ้งไว้

พฤติกรรมของผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมคาเฟ่วันเกิดวง SEVENTEEN ส่วนใหญ่เป็นแฟนคลับวง SEVENTEEN ในช่วงอายุ 21-25 ปี โดยพฤติกรรมที่ตัดสินใจเข้าร่วมที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมมากที่สุด คือ ปัจจัยวัน เวลา สะดวกที่จะไปเข้าร่วม กิจกรรมคาเฟ่วันเกิดที่จัดเป็นสมาชิกที่ชื่นชอบ มีเพื่อนหรือคนรู้จักไปร่วมงาน และไปหากมีคนชวนเข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ บุญนุช นาคะ (2561) ศึกษาแฟนคลับเกาหลี อัตลักษณ์เชิงวัตถุและชุมชนแฟนคลับ พบว่าแฟนคลับเกาหลีมีพฤติกรรมการรวมกลุ่ม ในกลุ่มคนที่มีความชื่นชอบสิ่งเดียวกัน ได้มาพบปะพูดคุย และรู้จักกันเป็นลักษณะเอยแมงมุม ไม่ได้เป็นลักษณะองค์กรที่ต้องมีหัวหน้าในการดำเนินกิจกรรม

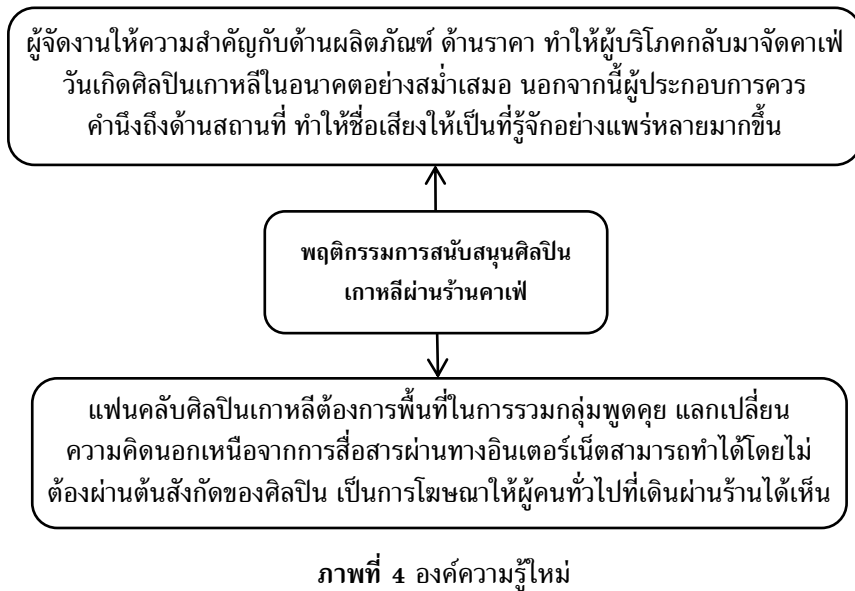
ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อจำนวนครั้งในการเข้าร่วมกิจกรรมคาเฟ่วันเกิดของวง SEVENTEEN คือ ความชื่นชอบศิลปินวง SEVENTEEN ที่ปัจจัยหลักที่สำคัญที่ส่งผลต่อจำนวนครั้งในการเข้าร่วมกิจกรรมคาเฟ่วันเกิดของวง SEVENTEEN และ ที่พักอาศัยปัจจุบัน รวมถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (รสชาติเบเกอรี่และเครื่องดื่ม) ด้านราคา และด้านสถานที่ (การเดินทางสะดวก) การจัดคาเฟ่ในปัจจุบันไม่ได้มีการจัดเพียงแค่จังหวัด กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล แต่ยังมีการจัดคาเฟ่ไปทั่วประเทศ การเดินทางที่สะดวกจึงเป็นอีกปัจจัยที่สำคัญ นอกเหนือจากรสชาติและราคา ซึ่งสอดคล้องกับส่วนประสมการตลาด 7Ps ของ ฟิลลิป คอตเลอร์ ที่เป็นกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับ ภัทร เครือคล้าย และ วิไลภรณ์ จิรวัฒน์เศรษฐ์ (2564) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการสื่อสารการตลาด ผลิตภัณฑ์แบรนด์สินค้าของวง BNK48 ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของกลุ่มแฟนคลับวง BNK48 เจนเนอเรชันวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คือ ปัจจัยด้านราคา ด้านบรรจุภัณฑ์ (หีบห่อ) หรือคุณภาพและประสิทธิภาพมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของกลุ่มแฟนคลับวง BNK48 เจนเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

องค์ความรู้ใหม่

จากการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยสนับสนุนศิลปินเกาหลีผ่านร้านคาเฟ่ของวงเซเว่นทีนในประเทศไทย ทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ ดังต่อไปนี้

1. ผู้จัดงานให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์ (รสชาติเบเกอรี่และเครื่องดื่ม) ด้านราคา ทำให้ผู้บริโภคกลับมาจัดคาเฟ่วันเกิดศิลปินเกาหลีในอนาคตอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงด้านสถานที่ (การเดินทางสะดวก) การจัดคาเฟ่ในปัจจุบันไม่ได้มีการจัดเพียงแค่จังหวัดกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล และสร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายมากขึ้น

2. แฟนคลับศิลปินเกาหลีต้องการพื้นที่ในการรวมกลุ่มพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นนอกเหนือจากการสื่อสารผ่านทางอินเทอร์เน็ต จึงใช้โอกาสวันเกิดศิลปินเป็นวันที่มารวมตัวกันที่คาเฟ่ เป็นสถานที่นัดพบ ซึ่งเป็นวิธีหนึ่งที่แสดงการสนับสนุนของแฟนคลับ ที่สามารถทำได้โดยไม่ต้องผ่านต้นสังกัดของศิลปิน เป็นการโฆษณาให้ผู้คนที่ผ่านไปมาเห็นร้านได้



สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าร่วมการจัดคาเฟ่ศิลปินวง SEVENTEEN ได้แก่ ความชื่นชอบ ที่พักอาศัยปัจจุบัน เบเกอรี่และเครื่องดื่ม (ผลิตภัณฑ์) ราคา และสถานที่ ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลได้แก่ ความชื่นชอบ และที่พักอาศัยปัจจุบัน ทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเข้าร่วมได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือเบเกอรี่เครื่องดื่มทางร้านคาเฟ่ที่จัดกิจกรรม ปัจจัยด้านราคาที่มีความเหมาะสม ปัจจัยด้านสถานที่ การเดินทางที่สะดวก จากผลข้างต้นแฟนคลับต้องการหาสถานที่ในการพบปะและราคาที่ เหมาะสมกับเบเกอรี่ เครื่องดื่ม สถานที่จัดคาเฟ่เดินทางสะดวก และเหตุผลอื่นที่นอกเหนือจากปัจจัยด้าน ประชากรศาสตร์และด้านส่วนประสมทางการตลาดคือ แฟนคลับอยากที่จะพบกับแฟนคลับด้วยกัน ได้มาพูดคุยถ่ายรูป กิจกรรมวันเกิดของศิลปินที่ชื่นชอบ เพราะทุกครั้งที่ได้ไปเข้าร่วมก็มีความสุขสนุกสนาน ได้พบกับเพื่อนใหม่ และอยากไปอีก ครั้งหากมีการจัดกิจกรรมในลักษณะนี้ หากวัน และสถานที่ที่สะดวกที่จะไป หรือสถานการณ์โควิด-19 มีสถานการณ์ที่ดีขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากการรวบรวมข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม หากร้านคาเฟ่ไม่มีมาตรฐานทางแฟนคลับจะบอก ต่อๆ กันภายในกลุ่ม ซึ่งมีการรู้จักต่อกันเป็นไยแมงมุม ทางผู้จัดจะจัดการจัดหรือแฟนคลับไม่มาร่วมกิจกรรมที่คาเฟ่ นั้น อีก ในทางกลับกันหากทางคาเฟ่มีมาตรฐานผู้จัดงานจะมีการมาใช้บริการซ้ำ และแฟนคลับเองต้องการที่จะเข้าร่วม กิจกรรมที่คาเฟ่แห่งนี้ ร้านคาเฟ่ส่วนใหญ่โดยส่วนมากผู้เข้าใช้บริการจะเป็นผู้หญิง การจัดงานในลักษณะที่เป็นคาเฟ่วันเกิด ศิลปินจะต้องมีการถ่ายรูป บรรยากาศภายในร้าน ผู้เข้าร่วมก็ต้องการให้ภาพที่ถ่ายออกมาดีที่สุด หากตอบโจทย์ผู้เข้าร่วม ได้ก็ทำให้ร้านเป็นที่รู้จักมากขึ้น ดังดูตุลาคำ และอาจจะไม่ใช่แค่แฟนคลับวง SEVENTEEN เท่านั้น ยังรวมไปถึงแฟน คลับศิลปินวงอื่นๆ ที่ต้องการจัดคาเฟ่วันเกิดให้ศิลปินที่ตัวเองชื่นชอบ เพื่อได้เปรียบในการแข่งขันกับคาเฟ่ร้านอื่นๆ ซึ่ง สอดคล้องกับการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน คำสัมประสิทธิ์หน้าตัวแปรที่มีค่าเป็นบวก นั่นคือตัว แปรอิสระ รสชาติเบเกอรี่และเครื่องดื่ม (ผลิตภัณฑ์) ด้านราคา และการเดินทางสะดวก (สถานที่) ที่ส่งผลต่อจำนวนครั้ง การเข้าร่วมกิจกรรมวันเกิดวง SEVENTEEN และจากมาตรวัด Likert Scale ที่ปัจจัยทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมคาเฟ่วันเกิด วง SEVENTEEN หากจะเปิดธุรกิจร้านคาเฟ่ ที่สามารถจัดกิจกรรมลักษณะ นี้ได้ก็ถือเป็นกลยุทธ์อีกหนึ่งอย่างในการแข่งขัน หากแบ่งตามส่วนประสมทางการตลาดได้ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ เบเกอรี่และเครื่องดื่ม รสชาติที่มีมาตรฐาน มีประเภทเบเกอรี่ เครื่องดื่มที่หลากหลาย
2. ด้านราคา มีความเหมาะสมกับรสชาติของเบเกอรี่และเครื่องดื่ม ราคาไม่สูงเกินไป ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ อยู่ระหว่างช่วงอายุ 21-25 ปี

3. ด้านสถานที่ เดินทางสะดวก มีเส้นทางที่รถสาธารณะเข้าถึงหากผู้ร่วมงานไม่มีพาหนะส่วนตัว และมีที่จอดรถสำหรับผู้ร่วมงานที่มีพาหนะส่วนบุคคล

4. ด้านส่งเสริมการตลาด การจัดเซต หรือจับคู่เบเกอร์และเครื่องดื่ม ราคาขั้นต่ำในการซื้อเพื่อได้ของแจกจากทางผู้จัด หรือมีสิทธิพิเศษในการร่วมกิจกรรม ซึ่งต้องมีการประสานงานกับทางผู้จัดถึงรายละเอียดเพิ่มเติม

5. ด้านบุคคล พนักงานภายในร้านมีการบริการที่ดี อำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ มีการสื่อสารที่เข้าใจตรงกันทุกฝ่าย

6. ด้านลักษณะทางกายภาพการนำเสนอ ภายในร้านมีมุมที่สามารถถ่ายรูปได้ พื้นที่ สีของร้านคาเฟ่ และแสงเพียงพอ เนื่องจากต้องให้ทางผู้จัดได้ตกแต่งบรรยากาศภายในร้าน ด้วยรูปศิลปินและของตกแต่งต่างๆที่ทางผู้จัดที่จะนำมาตกแต่งภายในร้าน

7. ด้านกระบวนการ ทางร้านคาเฟ่มีช่องทางการติดต่อ ที่สามารถติดต่อสอบถามได้จริง เข้าถึงได้ง่าย มีการตอบกลับที่ค่อนข้างรวดเร็ว เพื่อรับเรื่องแก้ปัญหาต่างๆ ได้ทันที

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ศึกษาแฟนคลับศิลปินเกาหลีกลุ่มอื่นในประเทศไทย ว่ามีปัจจัยและพฤติกรรมในการเข้าร่วมกิจกรรมคาเฟ่วันเกิดศิลปินในลักษณะเดียวกันหรือไม่ เนื่องจากศิลปินเกาหลีได้รับความนิยมในไทยจำนวนหลายวง ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยของพฤติกรรมแฟนคลับศิลปินไทยที่มีการจัดคาเฟ่วันเกิดในลักษณะเดียวกันเพราะเป็นวัฒนธรรมที่ได้รับจากแฟนคลับศิลปินเกาหลีในประเทศไทย ว่ามีปัจจัยหรือพฤติกรรมในการเข้าร่วมกิจกรรมคาเฟ่วันเกิดมีความแตกต่างกับศิลปินเกาหลีหรือไม่

2.2 ศึกษาร้านคาเฟ่ที่มีบริการการเปิดพื้นที่ให้แฟนคลับมีการจัดกิจกรรมวันเกิดศิลปินในบริเวณร้าน ได้รับรายได้ หรือได้รับความสนใจเพิ่มขึ้น น้อยลง หรือไม่แตกต่างจากตอนที่ไม่มีบริการการเปิดพื้นที่ให้มีการจัดกิจกรรมวันเกิดศิลปินภายในร้าน และอยากทราบมุมมองของร้านคาเฟ่ต่อผู้บริโภคที่มีความแตกต่างกันมาใช้บริการภายในร้านคาเฟ่ เช่น ผู้ใช้บริการทั่วไป ผู้ใช้บริการกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี ผู้ใช้บริการกลุ่มแฟนคลับศิลปินไทย มีพฤติกรรมที่เหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

เอกสารอ้างอิง

- จรรยาลักษณ์ สิริกุลณมิตร. (2558). *องค์ประกอบการสื่อสารและกระแสนิยมเพลงเกาหลีในประเทศไทย*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- จารุภัค อธิวัฒน์ปัญญา, มนทิรา ธาตาอานวยชัย และ ปิเตอร์ รุ่งเรืองกานต์. (2562). การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์และการดำรงรักษาของกลุ่มแฟนคลับนักร้องเกาหลีในประเทศไทยกรณีศึกษาศิลปินวง GOT7. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยกรุงเทพ*, 7(1), 220-229.
- ทัชระ ล่องประเสริฐ. (2561). *Call me oppa*. กรุงเทพฯ: บันลือบุ๊คส์.
- นันทิพา บุษปวรรณ และ นาวัน วงศ์สมบุญ. (2563). ความสำเร็จในการเผยแพร่กระแสวัฒนธรรมเกาหลี (Korean Wave): บทบาทของรัฐบาลและอุตสาหกรรมสื่อบันเทิง. *วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี*, 7(2), 1-25.
- บุญยง นาคะ. (2561). *แฟนคลับเกาหลี อัตลักษณ์เชิงวัตถุและชุมชนแฟนคลับ*. (วิทยานิพนธ์สังคมวิทยาและมานุษยวิทยามหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยทางสังคม, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ไพบลูย์ ปิตะเสน และ จิราพร จันจุฬา. (2563). ถอดรหัสเส้นทางสู่ฮัน-รยู 4.0. *Journal of Liberal Arts, Prince of Songkla University*, 12(2), 1-17.
- ภัทระ เครือคล้าย และ วิไลภรณ์ จิรวินศรชัย. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์แบรนด์สินค้าของวง BNK48 ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ของกลุ่มแฟนคลับวง BNK48 เจนเนอเรชั่นวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารเซนต์จอห์น*, 24(34), 126-142.
- Kotler P. & Keller K. (2016). *Marketing Management*. (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Likert, Rensis A. (1961). *New patterns of Management*. New York: McGraw-Hill Book Company Inc.

**การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R
ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการอ่านจับใจความ
สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1**

**THE DEVELOPMENT OF ENGLISH LEARNING ACTIVITIES BASED ON SQ4R METHOD
WITH ONLINE PLATFORM TO PROMOTE THE ABILITY OF READING FOR MAIN IDEA
OF GRADE 7 STUDENTS**

สุชา อู่อ่อน^{1*} อังคณา อ่อนธานี²

Sucha Yoo-on¹ Angkana Onthanee²

^{1,2} สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

^{1,2} Department of Curriculum and Instruction, Faculty of Education, Naresuan University

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) สร้างและทดสอบประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการอ่านจับใจความ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ตามเกณฑ์ 75/75 (2) เปรียบเทียบความสามารถในการอ่านจับใจความก่อนและหลังการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบแผนการทดลองชั้นต้น กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนเซนต์โยเซฟนครสวรรค์ ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2565 จำนวน 46 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบทดสอบวัดความสามารถในการอ่านจับใจความ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติ t-test แบบ dependent

ผลการศึกษา พบว่า กิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ร่วมกับแพลตฟอร์มออนไลน์ ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 Survey (S) ขั้นที่ 2 Question (Q) ขั้นที่ 3 Read (R) ขั้นที่ 4 Record (R) ขั้นที่ 5 Recite (R) ขั้นที่ 6 Reflect (R) โดยมีเนื้อหา 3 เรื่อง ได้แก่ 1) My family 2) Fantastic Fish 3) Weird Food ผลการพิจารณาความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญพบว่ามีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 กิจกรรมการเรียนรู้มีประสิทธิภาพเท่ากับ 76.67/78.80

ความสามารถในการอ่านจับใจความหลังการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ร่วมกับแพลตฟอร์มออนไลน์ สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: กิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ, วิธีการสอน SQ4R, แพลตฟอร์มออนไลน์, ความสามารถในการอ่านจับใจความ, ประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้

* E-mail address: sucha.k1977@gmail.com ¹ angkanao@nu.ac.th ²

ABSTRACT

The objectives of this research article were to study (1) to create and assess the efficiency of English learning activities based on SQ4R method with online platform to promote the ability of reading for main idea of grade 7 students according to criteria 75/75 (2) to compare the ability of reading for main idea before and after using English learning activities based on SQ4R method with online platform. The research is One-Group Pretest-posttest Design. The sample was 46 students in grade 7, semester 1, academic Year 2022, St. Joseph Nakhonsawan School. They were selected by simple random sampling. The experimental model One Group Pretest-Posttest Design. The instrument for collecting data was the ability of reading for main idea assessment test. The descriptive statistics used on data analysis was basic statistics and t-test dependent.

The result of the study found that: English learning activities based on SQ4R method with online platform had 6 steps were as follow; 1) Survey (S) 2) Question (Q) 3) Read (R) 4) Record (R) 5) Recite (R) and 6) Reflect (R). The content of learning activities consists of 3 activities as follows: 1) My family 2) Fantastic Fish and 3) Weird Food. That learning activities were suitable in the highest level ($\bar{X}$ = 4.70). Learning activities were as effective as 76.67/78.80.

Students who studied by English learning activities based on SQ4R method with online platform had the ability of reading for main idea higher than before at the significant level of .05.

Keywords: English Learning Activities, SQ4R Method, Online Platform, Ability of Reading for Main Idea, Efficiency of Learning Activities

บทนำ

ภาษาอังกฤษเป็นตัวกลางในการติดต่อสื่อสารที่สำคัญของสังคมโลกปัจจุบัน เนื่องจากสังคมโลกปัจจุบันเป็นสังคมของความก้าวหน้า ความเคลื่อนไหวและการเปลี่ยนแปลง อย่างรวดเร็ว ทั้งด้านเทคโนโลยี ด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม บุคคลในสังคมมีการติดต่อสื่อสารเพื่อดำเนินกิจกรรมทางสังคมต่าง ๆ และภาษาอังกฤษถูกใช้เป็นภาษาสื่อกลางที่สามารถเข้าใจกันทั่วโลก ดังนั้นการเรียนรู้ภาษาอังกฤษจึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งในชีวิตประจำวัน เนื่องจากเป็นเครื่องมือสำคัญในการติดต่อสื่อสาร การศึกษา การแสวงหาความรู้ การประกอบอาชีพ การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมและวิถีทัศน์ของชุมชนโลก ดังนั้น ภาษาอังกฤษจึงเป็นภาษาต่างประเทศที่เป็นสาระการเรียนรู้พื้นฐานซึ่งกำหนดให้เรียนตลอดหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551) นอกจากนี้กระทรวงศึกษาธิการยังมีนโยบายเร่งปฏิรูปการเรียนรู้ที่จะปรับเปลี่ยนให้สัมพันธ์เชื่อมโยงกัน เพื่อยกระดับคุณภาพการศึกษาและพัฒนาศักยภาพของนักเรียน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างเสริมสมรรถนะและทักษะการใช้ภาษาอังกฤษ ให้นักเรียนสามารถใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร และใช้เป็นเครื่องมือในการแสวงหาองค์ความรู้เพื่อการพัฒนาตน อันจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว กระทรวงศึกษาธิการจึงกำหนดนโยบายการปฏิรูปการเรียนการสอนภาษาอังกฤษในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานขึ้น เพื่อให้ทุกภาคส่วนได้ตระหนักถึงความจำเป็นที่จะต้องเร่งรัดปฏิรูปการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ และพัฒนานักเรียนให้มีสมรรถนะและทักษะตามที่กำหนด โดยปรับจุดเน้นการเรียนการสอนภาษาอังกฤษให้เป็นไปตามธรรมชาติของการเรียนรู้ เน้นการสื่อสารที่เริ่มจากการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน (กระทรวงศึกษาธิการ, 2557) สอดคล้องกับแนวทางการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ซึ่งทักษะเพื่อดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 ทักษะสำคัญหนึ่งคือ ทักษะการสื่อสารและความร่วมมือ (Communication and Collaboration) (สำนักบริหารงานการมัธยมศึกษาตอนปลาย สพฐ., 2560) ซึ่งการสื่อสารอย่างชัดเจน ผู้สื่อสารจะต้องมีทักษะการฟัง พูด อ่าน เขียน และสื่อความหมายได้ การสื่อสารจึงจะบรรลุเป้าหมาย

จะเห็นได้ว่าการอ่านเป็นทักษะหนึ่งที่มีความสำคัญไม่แพ้ทักษะอื่น เพราะนอกจากเป็นเครื่องมือสำคัญในการใช้แสวงหาความรู้แล้ว ยังเกี่ยวข้องกับการสื่อสารด้วย เมื่ออ่านแล้วสามารถจับใจความและบอกประเด็นสำคัญได้ ก็จะทำให้สื่อสารกันได้อย่างเข้าใจชัดเจน การอ่านจับใจความจึงเป็นทักษะที่สำคัญและจำเป็นสำหรับชีวิตยุคปัจจุบันอย่างมาก

โดยเฉพาะการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นภาษาสากลที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารกันทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นการอ่านองค์ความรู้ การอ่านข้อมูลในการซื้อขาย การอ่านประกาศต่าง ๆ เป็นต้น การอ่านภาษาอังกฤษเป็นทักษะที่นักเรียนมีโอกาสได้ใช้ในชีวิตประจำวันมากกว่าทักษะอื่น ๆ เห็นได้จากสื่อต่าง ๆ มากมาย เช่น สิ่งพิมพ์ หนังสือ วารสาร โฆษณา ฉลากสินค้าต่าง ๆ มักจะพิมพ์เป็นภาษาอังกฤษ รวมถึงการติดต่อสื่อสารโดยใช้ช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ เช่น Face book, Twitter, Line, Google meet, Zoom, E-mail โดยเฉพาะการเรียนรู้บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Google, MOOC, LMS ซึ่งมีแนวโน้มเติบโตและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง นักเรียนจึงมีโอกาสดูใช้ทักษะการอ่านภาษาอังกฤษมากขึ้น อย่างไรก็ตาม สิ่งที่มีความสำคัญและทำให้การอ่านภาษาอังกฤษประสบความสำเร็จคือการเข้าใจสิ่งที่อ่าน และการสามารถบอกประเด็นสำคัญ หรือใจความสำคัญของสิ่งที่อ่านได้

แม้ทักษะการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษจะมีความสำคัญดังกล่าวข้างต้น และมีการพัฒนาหลักสูตรภาษาอังกฤษให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับการเรียนการสอน สภาพสังคมและความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี อีกทั้งยังถือเป็นทักษะหนึ่งที่ถูกกำหนดไว้ในการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ แต่จากผลการทดสอบทางการศึกษาระดับชาตินั้น พื้นฐาน (O-NET) ซึ่งเป็นการทดสอบเพื่อวัดความรู้และความคิดของนักเรียน ประเมินตามมาตรฐานการเรียนรู้ในหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 พบว่า คะแนนเฉลี่ยรายวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ปีการศึกษา 2563 ในสาระที่ 1 ภาษาเพื่อการสื่อสาร เท่ากับ 29.89 คะแนน และปีการศึกษา 2564 เท่ากับ 25.55 คะแนน จะเห็นได้ว่าคะแนนเฉลี่ยระดับประเทศของปี 2564 ต่ำกว่าปีการศึกษา 2563 (สถาบันทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติ, 2564) และถึงแม้ว่าคะแนนเฉลี่ยรายวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ปีการศึกษา 2564 โรงเรียนเซนต์โยเซฟนครสวรรค์ ในสาระที่ 1 ภาษาเพื่อการสื่อสาร จะมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าระดับประเทศ (36.53 คะแนน) แต่ก็ยังมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าร้อยละ 50 โดยพบว่า มาตรฐานการเรียนรู้ที่ควรพัฒนา คือ มาตรฐาน ต 1.1 เข้าใจและตีความเรื่องที่ฟังและอ่านจากสื่อประเภทต่าง ๆ และแสดงความคิดเห็นอย่างมีเหตุผล

เช่นเดียวกับปัญหาการเรียนวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนเซนต์โยเซฟนครสวรรค์ ที่พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ยังไม่สามารถอ่านจับใจความได้ เนื่องจากนักเรียนส่วนใหญ่ไม่สามารถทำแบบทดสอบเก็บคะแนนรายวิชาภาษาอังกฤษในส่วนของการอ่านได้ โดยมีนักเรียนที่สอบผ่านเพียงร้อยละ 10 เท่านั้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักเรียนไม่เข้าใจสิ่งที่อ่าน ไม่สามารถบอกประเด็นสำคัญ หรือใจความสำคัญของสิ่งที่อ่านได้ จากการสังเกต สอบถามข้อมูล และการวิเคราะห์ของผู้วิจัยพบว่า นักเรียนละเลยการอ่าน ไม่ชอบอ่าน และไม่เคยฝึกอ่านจับใจความ ซึ่งสอดคล้องกับ ข้อมูลผลสำรวจการอ่านของประชากร พ.ศ. 2561 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ ที่พบว่า ในภาพรวมคนไทยมีการอ่านร้อยละ 78.8 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561) ซึ่งหมายถึงยังมีคนไทยที่ไม่อ่านถึงร้อยละ 21.2 และถึงแม้ว่าผลสำรวจจะแสดงให้เห็นว่าคนไทยมีการอ่านมากขึ้น แต่นักเรียนก็ยังขาดการฝึกฝนในเรื่องของการจับใจความสำคัญ ดังนั้นการเพิ่มประสบการณ์ในการอ่าน และฝึกอ่านจับใจความให้นักเรียนจึงเป็นสิ่งที่ควรส่งเสริม ซึ่งนักเรียนในระดับชั้นนี้มีความสำคัญ เนื่องจากการเรียนรู้ภาษาอังกฤษในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 จะเป็นพื้นฐานของการเรียนรู้ภาษาอังกฤษในระดับชั้นที่สูงขึ้นต่อไป

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาวิธีการจัดการเรียนรู้ที่สามารถพัฒนาความสามารถในการอ่านจับใจความได้ พบว่า วิธีการสอน SQ4R ของวอลเตอร์ พอค (Walter Pauk, 1984) สามารถพัฒนาความสามารถในการอ่านจับใจความได้ ซึ่งเทคนิควิธีการสอนอ่านนี้พัฒนามาจากการสอนแบบเอสคิวทรีอาร์ (SQ3R : Survey, Question, Read, Recite, Review) ของฟรานซิส (Francis P. Robinson, 1970) ตามแนวคิดทฤษฎีอภิปัญญา (Metacognition Theory) ซึ่งเป็นแนวคิดหนึ่งของจิตวิทยาการเรียนรู้ เป็นการสอนที่ได้รับการพัฒนาและตั้งอยู่บนรากฐานแนวคิดทางการเรียนการสอนภาษา การสอนอ่านแบบ SQ4R ประกอบด้วย S-Survey (การสำรวจหรืออ่านอย่างคร่าว ๆ) Q-Question (การตั้งคำถาม) R-Read (การอ่าน) R-Record (การจดบันทึก) R-Recite (การสรุปใจความสำคัญ) R-Reflect (การสะท้อนสิ่งที่อ่าน) การสอนอ่านแบบ SQ4R นี้ช่วยส่งเสริมความสามารถในการอ่านจับใจความได้ดี เนื่องจากการอ่านอย่างคร่าว ๆ จะช่วยให้มีความสนใจเรื่องที่อ่าน สนใจอยากติดตามอ่านเรื่องราวต่อ การตั้งคำถามล่วงหน้าช่วยกำหนดขอบเขตในการอ่าน ซึ่งทำให้มีจุดมุ่งหมายในการอ่านที่ชัดเจนว่าต้องการอะไรจากการอ่าน ช่วยกระตุ้นให้พยายามอ่านเพื่อหาคำตอบ การอ่านเรื่องราวทั้งหมดอย่างละเอียดทำให้คลายความสงสัยและหาคำตอบได้ การจดบันทึกสิ่งที่อ่านช่วยให้จดจำได้ดีขึ้น การสรุปใจความสำคัญจะเป็นการบ่งบอกว่าเข้าใจสิ่งที่อ่านมากน้อยเพียงใด หากไม่สามารถสรุปใจความสำคัญได้สามารถ

กลับไปอ่านซ้ำได้ การสะท้อนสิ่งที่อ่าน โดยการอภิปราย วิเคราะห์ วิจัย สามารถสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการนำความรู้ที่ได้จากการอ่านเชื่อมโยงกับความรู้ที่มีอยู่เดิมได้ (นฤมล เทพนวล, 2557) สอดคล้องกับ สมหมาย เพ็งแก้ว (2562) ที่ศึกษาการพัฒนาความสามารถในการอ่านจับใจความสำคัญภาษาอังกฤษโดยใช้วิธีการอ่านแบบ SQ4R ร่วมกับเนื้อหาบริบทท้องถิ่น พบว่า ความสามารถในการอ่านจับใจความสำคัญภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 หลังเรียนโดยใช้วิธีการอ่านแบบ SQ4R ร่วมกับเนื้อหาบริบทท้องถิ่นสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เช่นเดียวกับ สุชาติ เบาเปลี่ยน (2563) ปาริชาติ ธีรกุล (2560) ที่พบว่า วิธีการสอนอ่านแบบ SQ4R สามารถพัฒนาความสามารถในการอ่านจับใจความของนักเรียนได้ นอกจากนี้ผู้วิจัยยังใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ (Online Platform) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียนด้วยการเรียนผ่านเครือข่ายมีความท้าทายและแตกต่าง การนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาเป็นสื่อหรือเป็นช่องทางหลักในการถ่ายทอดความรู้ และกระบวนการคิดแทนที่การถ่ายทอดและรับรู้รับฟังข้อมูลแบบต่อหน้า ด้วยการเลือกใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในการจัดการเรียนการสอนที่เหมาะสมกับกระบวนการจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ เพื่อความสะดวก และราบรื่นในการถ่ายทอดองค์ความรู้ รวมทั้งถ่ายทอดทักษะการใช้งานเทคโนโลยีเหล่านั้นให้แก่ผู้เรียน ซึ่งสอดคล้องกับสภาพสังคมในปัจจุบันที่ส่งเสริมให้การเรียนรู้สามารถเกิดขึ้นได้ทุกที่และทุกเวลา

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการอ่านจับใจความ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 เพื่อให้นักเรียนได้ฝึกฝนการอ่าน มีประสบการณ์ในการอ่านจับใจความมากขึ้น สามารถฝึกฝนและเรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา อันจะทำให้นักเรียนอ่านได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ได้รับประโยชน์จากการอ่านอย่างเต็มที่ เสริมสร้างนิสัยรักการอ่าน และใช้ความสามารถในการอ่านเพื่อเป็นเครื่องมือสำคัญในการแสวงหาความรู้ และสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาและทดสอบประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการอ่านจับใจความ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ตามเกณฑ์ 75/75
2. เพื่อเปรียบเทียบความสามารถในการอ่านจับใจความก่อนและหลังการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการอ่านจับใจความ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ดำเนินการโดยใช้กระบวนการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ซึ่งมี 2 ขั้นตอน โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสร้างและทดสอบประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการอ่านจับใจความ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ตามเกณฑ์ 75/75

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- 1.1 ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้
- 1.2 นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนเซนต์โยเซฟนครสวรรค์ เพื่อทดสอบประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- 2.1 กิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการอ่านจับใจความ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1
- 2.2 แบบประเมินความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้
- 2.3 แบบประเมินความเหมาะสมของแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 การพิจารณาความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้ ดำเนินการโดย ติดต่อบริษัทงานกับบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อออกหนังสือขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ไปยังผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน นำแบบประเมินความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้ส่งให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ตรวจสอบความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้

3.2 การทดสอบประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการประเมินประสิทธิภาพนวัตกรรมการศึกษาของ ชัยยงค์ พรหมวงศ์ (2556) ดำเนินการโดย นำกิจกรรมการเรียนรู้ไปทดสอบประสิทธิภาพแบบเดี่ยว (1:1) โดยทดลองใช้กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1/1 โรงเรียนเซนต์โยเซฟนครสวรรค์ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 3 คน ได้แก่ เด็กเก่งจำนวน 1 คน เด็กปานกลาง จำนวน 1 คน และเด็กอ่อน จำนวน 1 คน เพื่อทดสอบประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้และปรับปรุง จากนั้นนำกิจกรรมการเรียนรู้ไปทดสอบประสิทธิภาพแบบกลุ่ม (1:10) โดยทดลองใช้กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1/2 โรงเรียนเซนต์โยเซฟนครสวรรค์ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 9 คน ได้แก่ เด็กเก่งจำนวน 3 คน เด็กปานกลาง จำนวน 3 คน และเด็กอ่อน จำนวน 3 คน เพื่อทดสอบประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้และปรับปรุง จากนั้นจึงนำไปทดสอบประสิทธิภาพภาคสนาม (1:100) โดยทดลองใช้กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1/3 โรงเรียนเซนต์โยเซฟนครสวรรค์ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง 1 ห้องเรียน จำนวน 50 คน เพื่อทดสอบประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้ ตามเกณฑ์ 75/75

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้โดยนำผลการพิจารณาความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำค่าเฉลี่ยไปเทียบกับเกณฑ์การแปลความหมาย โดยกำหนดเกณฑ์พิจารณาความเหมาะสมจะต้องมีค่าเฉลี่ย 3.51 ขึ้นไป และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานไม่เกิน 1.00 ค่ะแนน จึงถือว่ามีความเหมาะสม

4.2 วิเคราะห์ผลการทดสอบประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้ โดยนำคะแนนจากการทดลองใช้กิจกรรมการเรียนรู้กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนเซนต์โยเซฟนครสวรรค์ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง มาคำนวณโดยใช้สูตรการทดสอบประสิทธิภาพ E1/E2 ของ ชัยยงค์ พรหมวงศ์ แล้วนำไปวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

ขั้นตอนที่ 2 การเปรียบเทียบความสามารถในการอ่านจับใจความก่อนและหลังการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการอ่านจับใจความ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนเซนต์โยเซฟนครสวรรค์
1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1/4 โรงเรียนเซนต์โยเซฟนครสวรรค์นครสวรรค์ ประจำปีการศึกษา 2565 ภาคเรียนที่ 1 จำนวน 46 คน ได้มาจากการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง โดยมีหน่วยการเลือกเป็นห้องเรียน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

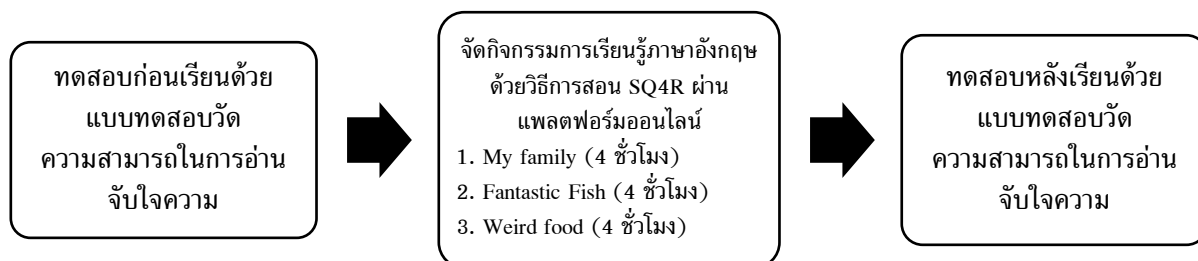
2.1 กิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการอ่านจับใจความ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 เป็นกระบวนการการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ ที่มีลำดับขั้นตอนเพื่อส่งเสริมความสามารถในการจับใจความ ผ่านระบบบริการออนไลน์ที่เอื้อให้ผู้เรียน ผู้สอน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา สามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูล เครื่องมือ และทรัพยากรต่างๆ เพื่อสนับสนุนการจัดการเรียนการสอน เช่น Google classroom, Google Meet, Quizizz และ Google form ประกอบด้วย 6 ขั้นตอนตามแนวคิดของ Walter Pauk (1984) ได้แก่ ขั้นที่ 1 Survey (S) การสำรวจหรืออ่านอย่างคร่าว ๆ ขั้นที่ 2 Question (Q) การตั้งคำถาม ขั้นที่ 3 Read (R) การอ่าน ขั้นที่ 4 Record (R) การจดบันทึก ขั้นที่ 5 Recite (R) การสรุปใจความสำคัญ ขั้นที่ 6 Reflect (R) การสะท้อนสิ่งที่อ่าน

2.2 แบบทดสอบวัดความสามารถในการอ่านจับใจความ เป็นแบบทดสอบแบบอิงเกณฑ์ ปรนัย 4 ตัวเลือก จำนวน 20 ข้อ วัดความสามารถในการอ่านจับใจความ 3 องค์ประกอบ ได้แก่ การระบุหัวข้อเรื่อง การระบุใจความสำคัญ และการตอบคำถามจากเรื่องที่อ่าน

3. สมมติฐานการวิจัย

นักเรียนที่เรียนด้วยกิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ มีความสามารถในการอ่านจับใจความหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

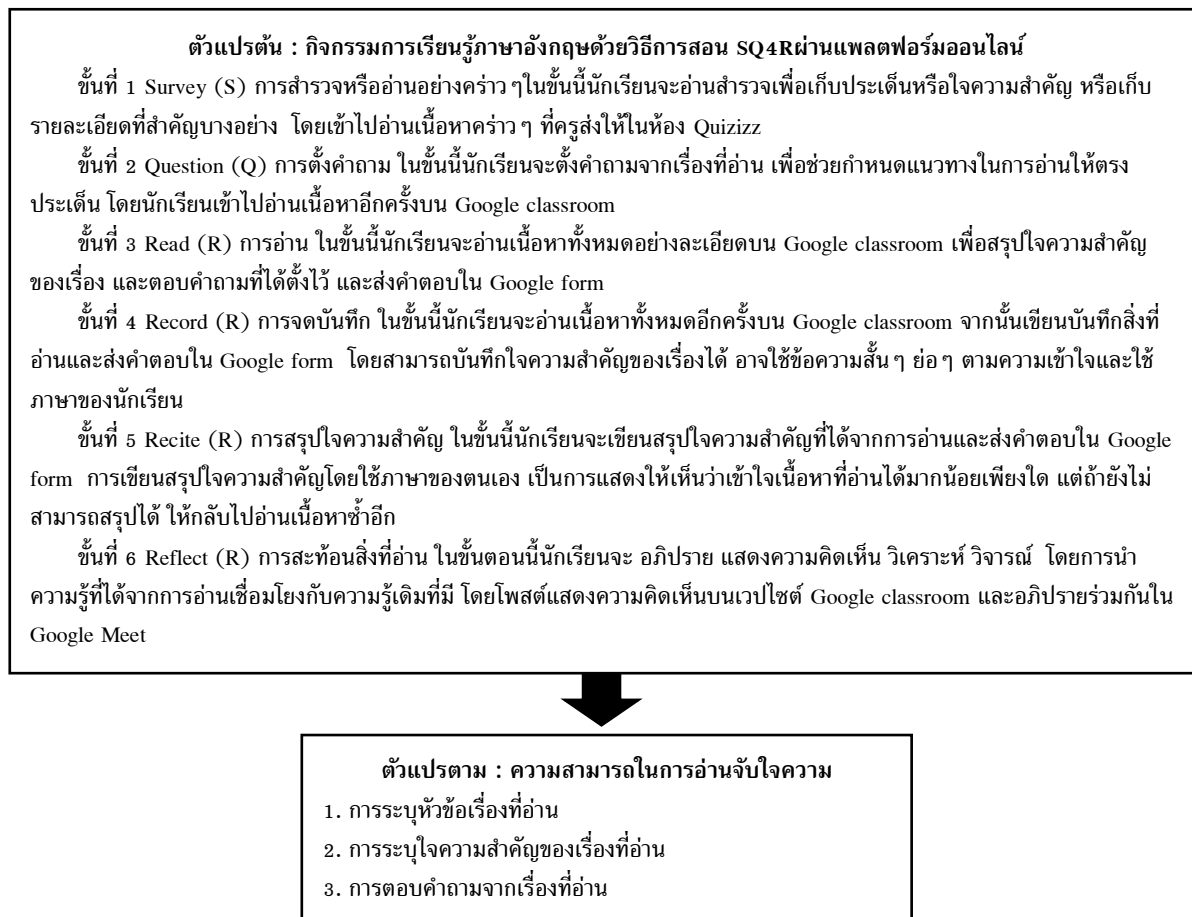


ภาพที่ 1 แสดงการเก็บรวบรวมข้อมูล

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

นำคะแนนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1/4 ที่ได้จากแบบทดสอบวัดความสามารถในการอ่านจับใจความ มาหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากนั้นเปรียบเทียบความสามารถในการอ่านจับใจความของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1/4 ก่อนและหลังเรียน โดยใช้สถิติแบบ (t-test Dependent)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. ผลการสร้างและทดสอบประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการอ่านจับใจความ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ตามเกณฑ์ 75/75 ผลการวิจัย พบว่า

1.1 ผลการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการอ่านจับใจความ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ผู้วิจัยสร้างกิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 Survey (S) ขั้นที่ 2 Question (Q) ขั้นที่ 3 Read (R) ขั้นที่ 4 Record (R) ขั้นที่ 5 Recite (R) ขั้นที่ 6 Reflect (R) โดยมีเนื้อหา จำนวน 3 เรื่อง ได้แก่ 1) My family 2) Fantastic Fish และ 3) Weird Food โดยขั้นตอนการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้เริ่มจากผู้วิจัยศึกษาปัญหา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้และแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ นำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง แนะนำ และปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา นำกิจกรรมการเรียนรู้และแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ผู้วิจัยปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาแล้ว เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 3 คน เพื่อพิจารณาความเหมาะสม และให้คำแนะนำ นำผลคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน มาหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำค่าเฉลี่ยไปเทียบกับเกณฑ์การแปลความหมาย ปรับปรุงแก้ไข ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นจัดทำกิจกรรมการเรียนรู้และแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อนำไปทดสอบประสิทธิภาพแบบเดี่ยว แบบกลุ่ม และแบบภาคสนาม ตามลำดับ

1.2 ผลการพิจารณาความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้และแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน พบว่า กิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.70$, S.D. = 0.46) แผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.79$, S.D. = 0.41)

1.3 ผลการทดสอบประสิทธิภาพแบบเดี่ยว (1:1) ของกิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ร่วมกับแพลตฟอร์มออนไลน์ พบว่า ประสิทธิภาพกระบวนการระหว่างการใช้กิจกรรมการเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 62.78 และประสิทธิภาพผลลัพธ์หลังการใช้กิจกรรมการเรียนรู้มีค่าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 68.33 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ 75/75 ที่กำหนด ผู้วิจัยได้ทำการปรับปรุงกิจกรรมการเรียนรู้ในส่วนของเวลาโดยปรับเวลาในขั้นตอนที่ 1 S-Survey จาก 10 นาที ให้มากขึ้นเป็น 30 นาที

1.4 ผลการทดสอบประสิทธิภาพแบบกลุ่ม (1:10) ของกิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ พบว่า กิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ มีประสิทธิภาพ 72.59/75.00 ผู้วิจัยได้ทำการปรับปรุงกิจกรรมการเรียนรู้โดยปรับคำอธิบายความหมายของคำศัพท์ให้กระชับมากขึ้น ผลประสิทธิภาพแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการทดสอบประสิทธิภาพแบบกลุ่ม (1:10) ของกิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์

รายการ	คะแนนระหว่างการจัดกิจกรรมการเรียนรู้			รวม	คะแนนการทดสอบหลังเรียน
	ครั้งที่ 1	ครั้งที่ 2	ครั้งที่ 3		
คะแนนเต็ม	20	20	20	60	
จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	9	9	9		
คะแนนรวม	126	130	136	392	
คะแนนเฉลี่ย	14.00	14.44	15.11	43.56	
คะแนนเฉลี่ยร้อยละ	67.78	71.67	75.56	72.59	75.00
ประสิทธิภาพกระบวนการ = 72.59					ประสิทธิภาพผลลัพธ์ = 75.00
E1/E2=72.59/75.00					

1.5 ผลการทดสอบประสิทธิภาพภาคสนาม (1:100) ของกิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการอ่านจับใจความ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ตามเกณฑ์ 75/75 พบว่า กิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ มีประสิทธิภาพ 76.67/78.80 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงประสิทธิภาพภาคสนาม (1:100) ของกิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์

รายการ	คะแนนระหว่างการจัดกิจกรรมการเรียนรู้			รวม	คะแนนการทดสอบหลังเรียน
	ครั้งที่ 1	ครั้งที่ 2	ครั้งที่ 3		
คะแนนเต็ม	20	20	20	60	20
จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	50	50	50		
คะแนนรวม	744	756	800	2,300	788
คะแนนเฉลี่ย	14.88	15.12	16.00	46.00	15.76
คะแนนเฉลี่ยร้อยละ	74.40	75.60	80.00	76.67	78.80
ประสิทธิภาพกระบวนการ = 76.67					ประสิทธิภาพผลลัพธ์ = 78.80
E1/E2=76.67/78.80					

2. ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการอ่านจับใจความก่อนและหลังการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการอ่านจับใจความ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ผลการวิจัย พบว่า

ความสามารถในการอ่านจับใจความหลังเรียนด้วยกิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการอ่านจับใจความก่อนเรียนและหลังเรียนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 จำนวน 46 คน

การทดสอบ	n	$\bar{X}$	S.D.	D	S.D. _D	t
ก่อนเรียน	46	10.74	1.04	6.37	0.57	75.54*
หลังเรียน	46	17.11	0.88			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย เรื่อง การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการอ่านจับใจความ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ผู้วิจัยนำมาอภิปรายผล 2 ขั้นตอน ดังนี้

การสร้างและทดสอบประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการอ่านจับใจความ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ตามเกณฑ์ 75/75 พบว่า กิจกรรมการเรียนรู้มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.70, S.D. = 0.46) และแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.79, S.D. = 0.41) ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้วิจัยได้พัฒนากิจกรรมการเรียนรู้อย่างเป็นระบบ ดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยเริ่มจากผู้วิจัยศึกษาและวิเคราะห์ปัญหา จากนั้นศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้

ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R แพลตฟอร์มออนไลน์ และการพัฒนาความสามารถในการอ่านจับใจความ แล้วจึงออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ และจัดทำแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ โดยกิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 Survey (S) ขั้นที่ 2 Question (Q) ขั้นที่ 3 Read (R) ขั้นที่ 4 Record (R) ขั้นที่ 5 Recite (R) ขั้นที่ 6 Reflect (R) ซึ่งมีเนื้อหา จำนวน 3 เรื่อง ได้แก่ 1) My family 2) Fantastic Fish และ 3) Weird Food จากนั้น ผู้วิจัยได้นำกิจกรรมการเรียนรู้และแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อขอคำแนะนำและปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม แล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน พิจารณาความเหมาะสม จึงทำให้กิจกรรมการเรียนรู้และแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด จากนั้นจึงนำกิจกรรมการเรียนรู้ไปทดสอบประสิทธิภาพตามขั้นตอนการทดสอบประสิทธิภาพของ ชัยยงค์ พรหมวงศ์ (2556) ซึ่งพบว่า กิจกรรมการเรียนรู้มีประสิทธิภาพ เท่ากับ $76.67/78.80$ ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ $75/75$ ที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับการวิจัยของ ฌักทร ทิพนามาศ, สมมาตร ผลเกิด และ สุรัช ปิยานุกูล (2556) ที่ได้ศึกษาการพัฒนาแบบฝึกทักษะการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจโดยใช้วิธีสอนแบบ SQ4R สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า แบบฝึกทักษะการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจโดยใช้วิธีสอนแบบ SQ4R สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โดยภาพรวมมีประสิทธิภาพเท่ากับ $88.68/98.08$ และ พรประภา อันตอนกลอย (2556) ที่ได้ศึกษาการพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้แบบ SQ4R เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการอ่านจับใจความ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ผลการวิจัยพบว่ากิจกรรมการเรียนรู้แบบ SQ4R มีประสิทธิภาพ $82.77/81.11$ ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์เช่นกัน

ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการอ่านจับใจความก่อนและหลังการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการอ่านจับใจความ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ผลการวิจัย พบว่า นักเรียนมีความสามารถในการอ่านจับใจความหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เป็นกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เน้นการอ่านอย่างเป็นระบบ เป็นวิธีการสอนอ่านที่ทำให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจในการอ่าน โดยการตั้งคำถามเพื่อสร้างความหมายหรือจุดมุ่งหมายจากเรื่องที่อ่าน ซึ่งทำให้ผู้เรียนรู้จักวิธีหรือกระบวนการต่าง ๆ เพื่อให้การอ่านนั้นมีจุดมุ่งหมายและรู้วิธีการอ่านให้เข้าใจดียิ่งขึ้น ช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจเรื่องที่อ่านด้วยตนเอง สามารถช่วยให้ผู้เรียนเลือกสิ่งที่เขาคาดว่าจะรู้ได้จากการอ่าน เข้าใจแนวคิดของเรื่องที่อ่านได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยในแต่ละขั้นตอนจะช่วยพัฒนาทักษะการอ่าน เนื่องจากเน้นที่การอ่านช้า ๆ จนกว่าจะเข้าใจและจดจำเรื่องราวที่อ่านได้ อีกทั้งกิจกรรมมีการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ซึ่งช่วยให้ผู้เรียนสามารถเข้าถึงข้อมูล เรียนรู้ และฝึกการอ่านจับใจความได้ทุกที่ทุกเวลา ทำให้ผู้เรียนได้ฝึกปฏิบัติจริง ฝึกอ่านจับใจความด้วยตนเองได้มากเท่าที่ต้องการไม่จำกัดเฉพาะในห้องเรียน

กิจกรรมการเรียนรู้ในขั้นที่ 1 Survey (S) เป็นการอ่านสำรวจอย่างคร่าว ๆ เพื่อเก็บประเด็นหรือรายละเอียดสำคัญ ทำให้ผู้เรียนได้พบคำศัพท์ใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ เกิดความสนใจในเรื่องที่อ่านและอยากติดตามอ่านเรื่องราวอย่างละเอียด และการที่ใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ Quizizz เชื่อมโยงเนื้อหาคร่าว ๆ เป็นการกระตุ้นพฤติกรรมอ่าน ช่วยให้ผู้เรียนสนใจอยากติดตามอ่านเนื้อหาอย่างละเอียดหลังจากที่ได้อ่านคร่าว ๆ แล้ว สอดคล้องกับรัตนกันต์ เลิศคำฟู (2547) ที่กล่าวว่า การให้ผู้เรียนอ่านเรื่องคร่าว ๆ จุดประกายให้ผู้เรียนสนใจใคร่อยากติดตามความเป็นไปในเรื่องที่อ่าน

กิจกรรมการเรียนรู้ในขั้นที่ 2 Question (Q) เป็นการตั้งคำถามเกี่ยวกับเรื่องที่อ่านเมื่อผู้เรียนได้อ่านเนื้อหาอย่างคร่าว ๆ แล้ว ช่วยให้ผู้เรียนได้ทราบจุดมุ่งหมาย หรือกำหนดประเด็นในการอ่านได้ คำถามจะช่วยให้ผู้อ่านมีความอยากรู้อยากเห็นว่า ใคร ทำอะไร ที่ไหน อย่างไร ทำไม ซึ่งจะช่วยให้เห็นภาพรวมของเรื่องมากยิ่งขึ้น

กิจกรรมการเรียนรู้ขั้นที่ 3 Read (R) เป็นการอ่านและการให้ผู้เรียนกำหนดจุดมุ่งหมายของการอ่าน เพื่อตอบคำถามที่เคยตั้งไว้ให้ได้ ทำให้เห็นใจความสำคัญของเรื่องมากยิ่งขึ้น ซึ่งผู้เรียนได้จะอ่านเนื้อหาทั้งหมดอย่างละเอียดบน Google classroom โดยในขั้นนี้จะช่วยให้ผู้เรียนรู้จักแสวงหาความรู้ และเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญมากในปัจจุบันที่มีวิธีการอันหลากหลายในการเข้าถึงเนื้อหาความรู้ต่าง ๆ ในยุคดิจิทัล สอดคล้องกับ รุ่งททัย บุญพรม (2563) ที่กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงของระบบการเรียนรู้เป็นรูปแบบที่ตอบสนองต่อปัจเจกบุคคลในยุคดิจิทัลที่มีพฤติกรรมการเรียนรู้ด้วย

ตนเองตลอดเวลา เพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถและทักษะต่าง ๆ แพลตฟอร์มจึงเป็นการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการเรียนรู้ให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง ส่งเสริมให้คนแสวงหาความรู้ด้วยตนเองจากสื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์

กิจกรรมการเรียนรู้ขั้นที่ 4 Record (R) การจดบันทึก กิจกรรมในขั้นนี้ช่วยให้ผู้เรียนฝึกฝน สร้างหลักและแบบแผนในการจดบันทึกของตนเอง เช่น การใช้ข้อความสั้น ๆ ย่อ ๆ ตามความเข้าใจและใช้ภาษาของนักเรียนเอง นักเรียนจะได้จะอ่านเนื้อหาทั้งหมดอีกครั้งบน Google classroom จากนั้นบันทึกใจความสำคัญ สิ่งสำคัญ หรือประเด็นสำคัญของเรื่องที่อ่าน และทราบว่าข้อมูลใดเกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะต้องศึกษา จนสามารถเชื่อมโยงหัวข้อสำคัญต่าง ๆ เข้าด้วยกันได้ ในขั้นนี้นอกจากนักเรียนจะได้ฝึกอ่านแล้วยังได้รับการฝึกเขียนด้วย เพราะการเขียนก็เป็นสิ่งสำคัญที่จะแสดงออกถึงการเข้าใจสิ่งที่อ่านได้ สอดคล้องกับกาญจนา วิญาปกรณ์ (2534) ที่กล่าวว่า หลักในการอ่านทุกครั้งควรบันทึกหัวข้อย่อหรือทำสัญลักษณ์ จะช่วยให้นักเรียนจดจำข้อความและจับใจความสำคัญของเรื่องได้

กิจกรรมการเรียนรู้ขั้นที่ 5 Recite (R) การสรุปใจความสำคัญ ในขั้นนี้นักเรียนจะเขียนสรุปใจความสำคัญที่ได้จากการอ่านและส่งคำตอบใน Google form การเขียนสรุปใจความสำคัญโดยใช้ภาษาของตนเอง เป็นการแสดงให้เห็นว่าเข้าใจเนื้อหาที่อ่านได้มากน้อยเพียงใด และเป็นการทบทวนว่าสามารถตอบคำถามที่ได้ตั้งไว้ตอนต้นได้หรือไม่ ถ้าตอบไม่ได้แสดงว่ายังไม่เข้าใจเนื้อหาที่อ่านอย่างถ่องแท้ ซึ่งการที่สามารถกลับไปอ่านซ้ำได้อีกเป็นการเปิดโอกาสให้กับผู้เรียนได้ฝึกอ่านมากยิ่งขึ้น ทำให้บรรยากาศการเรียนรู้ไม่ตึงเครียด เมื่อได้อ่านหลายครั้ง หลายรอบ จะช่วยให้จดจำได้มากยิ่งขึ้น

กิจกรรมการเรียนรู้ขั้นที่ 6 Reflect (R) การสะท้อนสิ่งที่อ่าน การอภิปราย แสดงความคิดเห็น วิเคราะห์ วิเคราะห์ ทำให้ผู้เรียนรู้จักใช้เหตุผล และมีความเข้าใจในเรื่องที่อ่านมากขึ้น นักเรียนแต่ละคนได้นำความรู้ที่ได้จากการอ่านเชื่อมโยงกับความรู้เดิมที่มีจากนั้นสะท้อนออกมาด้วยการสนทนา และการแสดงความคิดเห็น ซึ่งการแสดงความคิดเห็นบนแพลตฟอร์มออนไลน์นั้นมีความเปิดกว้าง ผู้ที่ได้อ่านสามารถแสดงความคิดเห็นได้ การได้รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นจะช่วยให้ผู้เรียนได้รับความรู้ มุมมองที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ วิไลวรรณ วงศ์จินดา (2564) กล่าวว่า แพลตฟอร์มการเรียนรู้ทำหน้าที่ในการสนับสนุนกิจกรรมหลักอยู่ 4 ประการ คือ 1) การจัดเก็บรวบรวม แหล่งเรียนรู้จากเว็บ บทความ ภาพ ข้อมูล ความคิด 2) การสร้าง วิจัย กระจายและสร้างความคิด ใช้ระบุค้นหา แสดงออก เขียนสะท้อนความคิด สังเคราะห์ 3) ความร่วมมือ การเชื่อมโยง โครงการร่วม การสังเคราะห์ การทบทวน และ 4) การสื่อสาร การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความคิด สารสนเทศ การวิพากษ์ การชี้แจง คำถาม และการแก้ปัญหา

ด้วยเหตุนี้จึงทำให้นักเรียนที่เรียนด้วยกิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการอ่านจับใจความ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 มีความสามารถในการอ่านจับใจความหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน สอดคล้องกับ Gunning (1996) ได้ให้ความหมายวิธีการสอนแบบ SQ4R ว่า หมายถึง วิธีการสอนอ่านที่เป็นระบบ เป็นวิธีการสอนเพื่อส่งเสริม ความเข้าใจในการอ่าน การตีความ ขยายความ สรุป และจับใจความสำคัญจากการอ่านด้วยตนเอง ซึ่งการสอนแบบ SQ4R เน้นการอ่านซ้ำ ๆ จนกว่าจะเข้าใจและจดจำเรื่องราวที่อ่านได้ เช่นเดียวกับ สุนทร์ สินธพานนท์ และคณะ (2554) ได้กล่าวไว้ว่า วิธีสอนแบบ SQ4R เป็นวิธีสอน ซึ่งสามารถช่วยให้ผู้เรียนเลือกสิ่งที่เขาคาดว่าจะรู้จักจากเรื่องที่อ่าน เข้าใจแนวคิดของเรื่องที่อ่านได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ พรประภา อ้นดอนกลอย (2556) ที่ศึกษาการพัฒนากระบวนการเรียนรู้แบบ SQ4R เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการอ่านจับใจความ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 พบว่า นักเรียนที่เรียนด้วยกิจกรรมการเรียนรู้แบบ SQ4R มีความสามารถในการอ่านจับใจความหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เช่นเดียวกับ สมหมาย เพ็งแก้ว (2562) ได้ศึกษา การพัฒนาความสามารถในการอ่านจับใจความสำคัญภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โดยใช้วิธีการอ่านแบบ SQ4R ร่วมกับเนื้อหาบริบทท้องถิ่น พบว่า ความสามารถในการอ่านจับใจความสำคัญภาษาอังกฤษของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 หลังเรียนโดยใช้วิธีการอ่านแบบ SQ4R ร่วมกับเนื้อหาบริบทท้องถิ่นสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เช่นเดียวกับ Fathiyyah El Rahma (2018) ได้ศึกษาอิทธิพลของการใช้เทคนิค SQ4R ที่มีต่อความเข้าใจในการอ่านภาษาอังกฤษของนักเรียน พบว่า เทคนิค SQ4R มีอิทธิพลต่อความเข้าใจในการอ่านภาษาอังกฤษของนักเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สอดคล้องกับ Mehmet Gürbüz (2017) ที่ศึกษาผลของเทคนิค SQ4R ต่อความเข้าใจในการอ่านของนักเรียน พบว่า กลุ่มทดลองมีความสามารถในการอ่านสูงกว่ากลุ่มควบคุม และ Isma Wati (2018) ได้ศึกษาผลของการใช้ SQ4R Model ต่อความเข้าใจในการอ่านของนักเรียน พบว่า คะแนนความเข้าใจในการอ่านของนักเรียนที่เรียนด้วย SQ4R สูงกว่านักเรียนที่ไม่ได้

เรียนด้วย SQ4R เช่นกันด้วยเหตุนี้จึงกล่าวได้ว่า การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ช่วยส่งเสริมให้นักเรียนมีความสามารถในการอ่านจับใจความเพิ่มสูงขึ้นได้

นอกจากนี้ จากการวิจัยยังพบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่เรียนด้วยกิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือเพิ่มขึ้น โดยนักเรียนมีความถี่ของการยืมหนังสือของห้องสมุดโรงเรียนมากขึ้น (สถิติการยืมหนังสือของห้องสมุดโรงเรียนเซนต์โยเซฟนครสวรรค์ ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2565) จะเห็นได้ว่าวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ นอกจากช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจ ในวิธีการอ่านจับใจความ และมีความสามารถในการอ่านจับใจความที่ดีขึ้นแล้ว ยังช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนนำกลยุทธ์ในการอ่านจับใจความไปใช้ในการอ่านหนังสืออื่น ๆ ส่งผลให้ผู้เรียนมีพฤติกรรมการอ่านที่มากขึ้นได้ สอดคล้องกับ นฤมล เทพนวล (2557) กล่าวว่า เทคนิคการสอนอ่านแบบ SQ4R ช่วยส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และความสามารถในการอ่านได้ จนสามารถนำไปสู่การมีวัฒนธรรมการอ่านได้

องค์ความรู้ใหม่

กิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ มีประโยชน์ต่อผู้เรียนในการช่วยส่งเสริมความสามารถในการอ่านจับใจความของผู้เรียนได้ เนื่องจากเป็นกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เน้นการอ่านอย่างเป็นระบบ เป็นวิธีการสอนอ่านที่ทำให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจในการอ่าน โดยการตั้งคำถามเพื่อสร้างความหมายหรือจุดมุ่งหมายจากเรื่องที่อ่าน ซึ่งทำให้ผู้เรียนรู้จักวิธีหรือกระบวนการต่าง ๆ เพื่อให้การอ่านนั้นมีความหมายและรู้วิธีการอ่านให้เข้าใจดียิ่งขึ้น ช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจเรื่องที่อ่านด้วยตนเอง สามารถช่วยให้ผู้เรียนเลือกสิ่งที่ดีกว่าจะรู้ได้จากการอ่าน เข้าใจแนวคิดของเรื่องที่อ่านได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยในแต่ละขั้นตอนจะช่วยพัฒนาทักษะการอ่าน เนื่องจากเน้นที่การอ่านช้า ๆ จนกว่าจะเข้าใจและจดจำเรื่องราวที่อ่านได้ ทำให้ผู้เรียนมีความรู้ ความเข้าใจ และความสามารถในการอ่านจับใจความ จนสามารถนำไปสู่การมีวัฒนธรรมการอ่านที่ดีได้ นอกจากนี้การที่ผู้สอนได้เผยแพร่กิจกรรมการเรียนรู้อย่างกว้างขวางบนแพลตฟอร์มออนไลน์ จะทำให้เกิดการต่อยอดองค์ความรู้ไปอย่างไม่สิ้นสุด

สรุปผลการวิจัย

กิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการอ่านจับใจความ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 Survey (S) ขั้นที่ 2 Question (Q) ขั้นที่ 3 Read (R) ขั้นที่ 4 Record (R) ขั้นที่ 5 Recite (R) และขั้นที่ 6 Reflect (R) ซึ่งมีเนื้อหาจำนวน 3 เรื่อง ได้แก่ 1) My family 2) Fantastic Fish และ 3) Weird Food ซึ่งพบว่า กิจกรรมการเรียนรู้มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.70$, S.D. = 0.46) และมีประสิทธิภาพเท่ากับ 76.67/78.80 ความสามารถในการอ่านจับใจความหลังเรียนด้วยกิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จะเห็นได้ว่ากิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ช่วยส่งเสริมความสามารถในการอ่านจับใจความได้เป็นอย่างดี และช่วยให้ผู้เรียนรู้จักวิธีในการอ่านจับใจความซึ่งสามารถนำไปใช้อ่านจับใจความในรายวิชาอื่น ๆ ต่อไปได้อีกทั้งการที่ผู้สอนเผยแพร่กิจกรรมการเรียนรู้อย่างกว้างขวางบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ช่วยให้ครูและผู้เรียนที่สนใจได้ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมและนำไปประยุกต์ใช้ส่งเสริมให้เกิดการต่อยอดองค์ความรู้ไปอย่างไม่สิ้นสุด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 การนำกิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการอ่านจับใจความ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ไปใช้ ครูผู้สอนควรเตรียมความพร้อมโดยศึกษาและทำความเข้าใจลำดับขั้นตอนและเนื้อหาในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้ชัดเจน เพื่อที่จะเตรียมพร้อมด้านต่าง ๆ เช่น เนื้อหา สื่อการสอน แหล่งเรียนรู้ เป็นต้น เพื่อให้การจัดกิจกรรมการเรียนรู้บรรลุจุดประสงค์ที่วางไว้

1.2 กิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการอ่านจับใจความ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ใช้การเรียนรู้บนแพลตฟอร์มออนไลน์ ดังนั้นครูผู้สอนจึงควรจัดเตรียมเนื้อหาบนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่จะใช้ในการสอนให้ครบถ้วน ตรวจสอบสัญญาณอินเทอร์เน็ต และตรวจสอบความพร้อมของผู้เรียนในการเรียนรู้บนแพลตฟอร์มออนไลน์ก่อนที่จะจัดกิจกรรมการเรียนรู้ และควรอธิบายขั้นตอนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้และแพลตฟอร์มที่ใช้ให้ผู้เรียนเข้าใจก่อนจัดกิจกรรม

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 กิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการสอน SQ4R บนแพลตฟอร์มออนไลน์ สามารถนำไปประยุกต์ใช้สอนอ่านตำราในรายวิชาอื่นๆ นอกเหนือจากวิชาภาษาอังกฤษได้

2.2 ควรมีการวิจัยและพัฒนาการสอนอ่านด้วยวิธีการสอน SQ4R ในแพลตฟอร์มอื่น ๆ หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทอื่นที่กำลังได้รับการสนใจและเป็นที่ยอมรับ เช่น Facebook Youtube TikTok เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). *หลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน*. กรุงเทพฯ: กรุงเทพมหานคร.
- _____. (2557). *ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องนโยบายการปฏิรูปการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ*. สืบค้น 2 มีนาคม 2565. จาก <http://www.reo1.moe.go.th/strategy3/>.
- กาญจนา วิชาญปรกรณ์. (2534). *เอกสารประกอบการสอนการอ่าน*. พิษณุโลก: ภาควิชาภาษาไทย และภาษาตะวันออก คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ชัยยงค์ พรหมวงศ์. (2556). การทดสอบประสิทธิภาพสื่อหรือชุดการสอน. *วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย*, 5(1), 7-20.
- ณภัทร ทิพนามาศ, สมมาตร ผลเกิด และ สุรัชย์ ปิยานกุล. (2556). การพัฒนาแบบฝึกทักษะการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจโดยใช้วิธีสอนแบบ SQ4R สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1. *วารสารวิจัยและพัฒนา*, 8(1), 61-68.
- นฤมล เทพนวล. (2557). การพัฒนารูปแบบ SQ4R บนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมการอ่าน. *วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย*, 6(1), 206-219.
- ปาริชาติ อีกรุก. (2560). การพัฒนาผลสัมฤทธิ์การอ่านจับใจความภาษาอังกฤษและการคิดวิเคราะห์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โดยวิธีการสอนแบบ SQ4R. *วารสารวิชาการศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์*, 4(2), 42-54.
- พรประภา อ้นดอนกลอย. (2555). *การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้แบบ SQ4R เพื่อส่งเสริมความสามารถในการอ่านจับใจความ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1*. (การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน, มหาวิทยาลัยนเรศวร).
- รุ่งททัย บุญพรม. (2563). Digital Learning Platform: เทรนด์การเรียนรู้ในยุคดิจิทัล. *วารสารปัญญาพัฒนา*, 39(1), 84-89.
- โรงเรียนเซนต์โยเซฟนครสวรรค์. (2565). *สถิติการยืมหนังสือของห้องสมุดโรงเรียนเซนต์โยเซฟนครสวรรค์ ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2565*. นครสวรรค์: โรงเรียนเซนต์โยเซฟนครสวรรค์.
- วิไลวรรณ วงศ์จินดา. (2564). *แพลตฟอร์มการเรียนรู้เพื่อการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21*. (วิจัยตามยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัย, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ).
- สถาบันทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติ. (2564). *ผลการสอบกลุ่มสาระการเรียนรู้ (วิชาภาษาอังกฤษ) ระดับประเทศ ปีการศึกษา 2564*. สืบค้น 2 มีนาคม 2565. จาก <https://www.niets.or.th/th/>.
- สมหมาย เพ็งแก้ว. (2562). *การพัฒนาความสามารถในการอ่านจับใจความสำคัญภาษาอังกฤษ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โดยใช้วิธีการอ่านแบบ SQ4R ร่วมกับเนื้อหาบริบทท้องถิ่น*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน, มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา).

- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). ผลสำรวจการอ่านหนังสือของประชากร พ.ศ. 2561. สืบค้น 2 มีนาคม 2565, จาก <https://webs.rmutl.ac.th/assets/upload/files/2016/09/.pdf>.
- สำนักบริหารงานการมัธยมศึกษาตอนปลาย สพฐ. (2560). แนวทางการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21. สืบค้น 2 มีนาคม 2564, จาก <https://webs.rmutl.ac.th/assets/upload/files/2016/09/.pdf>.
- สิริรัตน์ อะโน. (2553). การพัฒนาการอ่านจับใจความสำคัญโดยใช้แบบฝึกการอ่านจับใจความสำคัญสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3. (วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม).
- สุคนธ์ ลินธพานนท์ และคณะ. (2554). วิธีสอนตามแนวปฏิรูปการศึกษา. กรุงเทพฯ: หจก. เทคนิคพรินต์.
- สุคนธ์รัตน์ สวัสดิ์กุล. (2554). การสร้างชุดการสอนอ่านจับใจความด้วยวิธี SQ4R สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4. (วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน, มหาวิทยาลัยทักษิณ).
- สุชาติา เบาะเปลี่ยน. (2563). การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนภาษาอังกฤษและความสามารถในการอ่านจับใจความของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ SQ4R ร่วมกับกลวิธีมัลติพาร์ท. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 31(3), 99-108.
- อรรณพ พุทมนต์ทักษิณ. (2554). การใช้วิธีสอนตามรูปแบบเอริกา (ERICA Model) ร่วมกับเทคนิคการตั้งคำถาม 5W 1H ที่มีผลต่อความสามารถในการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6. (วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน, มหาวิทยาลัยทักษิณ).
- Gunning, T.G. (1996). *Creating Reading Instruction for all Children*. Boston: Allyn & Bacon.
- Isma Wati. (2018). *The Effect of Applying SQ4R Model by Message in the Bottle*. (Doctoral dissertation, University Of Muhammadiyah Sumatera Utara Medan).
- Mehmet Gurbuz. (2017). Effect of the SQ4R Technique on the Reading Comprehension of Elementary School 4th Grade Elementary School Students. *International Journal of Instruction*, 10(2), 1308-1470.
- Rahma, F. E. (2018). *The Influence of Using Survey, Question, Read, Recite, Reflect, and Review (SQ4R) Strategy Towards Students' reading Comprehension at The First Semester of The Eighth Grade of Mts Al Utrujjyah Bandar Lampung 2017/2018 In The Academic Year*. (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Walter Pauk. (1984). The New SQ4R. *Journal Reading World*, 23(3), 274-275.

การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทรัพยากรบุคคลที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด

USE OF DIGITAL TECHNOLOGY HUMAN RESOURCE THAT AFFECTS THE EFFICIENCY PERSONEL RECRUITMENT OF LPS BUSINESS GROUP CO., Ltd.

นิกรณ์ ณรินทร์^{1*} วรศักดิ์ ทองศิริ² ภัทรฤทัย เกณิกาสมานวรคุณ³

Nikorn Narin¹ Warrasak Thongsiri² Phatthararuethai Kenikasahmanworakhun³

¹ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยทองสุข ^{2,3} คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยทองสุข

¹ Master of Business Administration, Thongsook College ^{2,3} Faculty of Business Administration, Thongsook College

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลบุคคลที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด (2) ความสัมพันธ์การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลบุคคลที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มพนักงาน เจ้าหน้าที่และหัวหน้างาน ประจำสำนักงานเขตพื้นที่เขตระยอง เขตชลบุรี เขตกรุงเทพมหานคร-สมุทรปราการของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนส กรุ๊ป จำกัด จำนวน 161 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 21-30 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท และมีประสบการณ์ในการทำงาน 1-3 ปี ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสรรหาบุคลากรที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสรรหาบุคลากรด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ พบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสรรหาบุคลากรด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณ พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ มีค่าเท่ากับ 0.437 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 และสมการพยากรณ์ร้อยละ 42.9 ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสรรหาบุคลากร พบว่า มีความสอดคล้องในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

คำสำคัญ: การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล, ประสิทธิภาพ, การสรรหา, บุคลากร

* E-mail address: kunbaby77@gmail.com ¹ wt_engineering@yahoo.com ² oilpunpun2522@gmail.com ³

ABSTRACT

The objectives of this research article were to study (1) the use of digital technology that affects the efficiency of recruiting personnel of LPS Business Group Co., Ltd., (2) the relationship between using digital technology that affects the efficiency of recruiting personnel, the populations used in the study were 161 employees, officers, and supervisors at the Rayong Office, Chonburi, Bangkok-Samut Prakan of LPS Business Group Co., Ltd., research tools are questionnaire; the statistics used the data analysis were percentage, mean, standard deviation and correlation coefficient analysis and test hypothesis by analyzing multiple regressions.

The result of the study found that: The results of the study found that most of the respondents were male, aged 21-30 years, with education below a bachelor's degree average monthly income of 25,001-35,000 baht, and 1-3 years of work experience. The results of a study on factors using digital technology in recruiting that have a positive effect on the efficiency of recruiting personnel of LPS Business Group Co., Ltd. overall at a high level.

The results of the analysis of the correlation between factors using digital technology in recruiting by using the multiple regression method revealed that the multiple correlation coefficient was 0.437 with statistical significance at the 0.00 level and the forecasting equation of percentage. 42.9, hypothesis test results factors in the use of digital technology in recruiting were found to be consistent in the same direction and statistically significant at .00.

Keywords: Digital Technology Use, Efficiency, Recruiting, Personnel

บทนำ

ปัจจุบันองค์กรภาคธุรกิจมีการปรับตัวอย่างต่อเนื่อง อันเนื่องมาจากการแข่งขันทางธุรกิจที่ทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับกระแสการตื่นตัวและการเข้าถึงนวัตกรรมและเทคโนโลยี เป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเพราะเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของผู้คนมากขึ้น ทำให้สามารถสื่อสารและเชื่อมโยงถึงกันด้วยระบบอินเทอร์เน็ต (Internet of Things) ได้ทุกมุมของโลกได้แบบทันที (Real Time) จะเห็นได้ว่าหลาย ๆ องค์กรเริ่มมีการศึกษาเรื่องนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์อย่างจริงจัง และนำมาปรับใช้ในงานหลากหลายส่วน ทั้งส่วนงานหลักเองและส่วนงานสนับสนุนอย่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ในการที่จะพัฒนาองค์กรให้ประสบความสำเร็จได้นั้น ทรัพยากรบุคคลถือเป็นปัจจัยที่สำคัญมากประการหนึ่งที่มีส่วนช่วยผลักดันให้องค์กรเกิดความก้าวหน้า ดังนั้นการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลให้เกิดการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด จึงเป็นเรื่องที่องค์กรควรให้ความสำคัญไม่น้อยกว่าเรื่องอื่น ๆ โดยเฉพาะงานสรรหาบุคลากร ซึ่งเป็นด้านแรกของการได้มาซึ่งทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพตอบโจทย์ความต้องการขององค์กรและแผนการดำเนินธุรกิจ เพื่อก้าวสู่การเป็นแผนกทรัพยากรบุคคลในยุคดิจิทัล เพราะการบริหารในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วนั้น องค์กรจำเป็นต้องพัฒนาทั้งคนและเทคโนโลยีควบคู่กันไป เพื่อเสริมจุดแข็งและสร้างความแตกต่างเพื่อผลักดันการเติบโตของธุรกิจมากยิ่งขึ้นทั้งในปัจจุบันและรองรับหรือปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต (สำนักงาน กสทช., 2560)

เทคโนโลยีดิจิทัล จึงเป็นพื้นฐานของการเปลี่ยนแปลงและการเตรียมความพร้อมขององค์กร ในอนาคต โดยการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงด้านทรัพยากรมนุษย์และการตัดสินใจทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์ท่ามกลางกระแสการแข่งขันกันเองและการตัดสินใจทางธุรกิจ ได้อย่างทันทั่วทั้งที่ โดยอาศัยข้อมูลที่ทันสมัยถูกต้องและเข้าถึงได้อย่างรวดเร็วและตลอดเวลา เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่กำลังเข้ามามีบทบาทอย่างมากในทุกภาคส่วนนั้น ไม่เพียงเปลี่ยนแปลงรูปแบบ การดำเนินชีวิตหรือพฤติกรรมของคนในปัจจุบัน แต่กำลังเปลี่ยนแปลงวิถีคิด รูปแบบการติดต่อสื่อสาร รวมถึงรูปแบบการทำงานก็กำลังจะเปลี่ยนแปลงเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการทำงาน การมีส่วนร่วมของพนักงาน การกระตุ้นการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กร (เฮเชตต์ ดาลลอล, 2559) ด้วยแนวโน้มนี้ธุรกิจต่างๆ ในประเทศไทย จึงต้องมั่นใจว่าบุคลากรยังคงความสามารถและก้าวทันต่อการขับเคลื่อนธุรกิจ ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

การปรับวิธีการทำงาน สภาพแวดล้อมในการทำงาน รวมถึงการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้สมัครงานเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้องค์กรยังคงความสามารถในการแข่งขันได้หรือสร้างโอกาสทางการแข่งขันในภาคธุรกิจ การนำเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้จะช่วยยกระดับการบริหารงานทรัพยากรบุคคลให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (Dimple Agarwal, Josh Bersin, Gaurav Lahiri, Jeff Schwartz, Erica Volini, Deloitte Analysis, 2018) องค์กรต้องเริ่มต้นที่การใส่ใจพัฒนา กระบวนการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่มีความสามารถ ดังจะเห็นได้ว่าในระยะ 2-3 ปีที่ผ่านมา มีหลายองค์กรที่มีการศึกษาและเริ่มนำระบบปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence หรือ AI) เข้ามาใช้ในการสรรหาและคัดเลือกบุคลากร ซึ่งประกอบไปด้วยการสร้างอัลกอริทึม (Algorithm) ช่วยค้นหาคนที่เหมาะสมผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ที่หลากหลายซึ่งนอกจากจะช่วยในการจัดการฐานข้อมูลผู้สมัครงานที่มีจำนวนมาก ยังช่วยดำเนินขั้นตอนต่างๆ เช่น การวิเคราะห์ใบสมัคร การประเมินทัศนคติ และการนัดหมายผู้สมัครเบื้องต้น เป็นต้น สามารถช่วยให้เลือกคนที่เหมาะสมกับงาน เน้นความแม่นยำและรวดเร็วในการวิเคราะห์เบื้องต้น ช่วยในการบริหารจัดการฐานข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลที่มีจำนวนมาก ลดงานธุรการ งานเอกสาร ลดความลำเอียงหรืออคติในการคัดกรองผู้สมัคร เนื่องจากระบบจะดำเนินการตามข้อกำหนดหรือเงื่อนไขที่ตั้งไว้ และสามารถประเมินผู้สมัครในหลายมิติในคราวเดียว (Aon Hewitt Study, 2015) อีกทั้ง มีการพัฒนา Gamification เกมส์ที่พัฒนามาจากแนวคิดด้านการทำงานของระบบประสาทที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยพื้นฐานต่างๆ ที่ต้องทดสอบเข้ามาใช้ในการสรรหาบุคลากร ทั้งนี้เพื่อปรับปรุงกระบวนการและพัฒนาและสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่พนักงานในปัจจุบัน เพราะพนักงานล้วนแล้วแต่ต้องการระบบสนับสนุนที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ อีกทั้งการเลือกเครื่องมือที่เหมาะสม ก็ถือว่าเป็นอีกปัจจัยหนึ่งของความสำเร็จในกระบวนการสรรหา (Catano et al., 2013)

บริษัท แอลพีเอส บีซิเนส กรุ๊ป จำกัด มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและได้เห็นถึงความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบัน ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการดำเนินงานขององค์กร ปัจจัยสำคัญที่ต้องเผชิญการเปลี่ยนแปลงและท้าทาย คือ การสรรหาคุณภาพของคน การคัดเลือก รวมถึงการฝึกอบรมสัมมนาเพื่อพัฒนาคนให้มีคุณภาพ จึงเป็นมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องนำเทคโนโลยีที่มีคุณภาพ และมีความสอดคล้องกับการสรรหาบุคลากรในปัจจุบันและอนาคต เพื่อทำให้ศักยภาพที่มีอยู่ในตัวบุคคลได้รับการคัดเลือกได้อย่างเต็มที่ ทำให้บุคลากรฝ่ายสรรหาได้รู้จักคิดวิเคราะห์ รู้จักแก้ปัญหา มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ รู้จักเรียนรู้ด้วยตนเอง สามารถปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วรู้จักฟุ้งตนเองและสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างมีความสุข จากสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ด้านการบริหารจัดการและด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ทำให้ฝ่ายสรรหาบุคลากรในองค์กรไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ หรือไม่สามารถปฏิบัติงานได้ดีเท่าที่องค์กรต้องการ จึงเป็นหน้าที่ขององค์กรที่จะต้องพัฒนาทรัพยากรมนุษย์หรือบุคลากรที่มีอยู่ให้มีคุณภาพและศักยภาพเพิ่มขึ้น ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมต่างๆ ในปัจจุบัน เพื่อช่วยให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล จึงมีความมุ่งมั่นในการพัฒนาบุคลากรของตนเองให้เป็นนโยบายและวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ ซึ่งเป็นนโยบายของบริษัทที่กำหนดไว้ในปี 2020 เรื่องวิสัยทัศน์ พันธกิจ นโยบายด้านคุณภาพ Weak point and changing Year 2020 รวมไปถึงนโยบายปี 2020 โดยแต่ละหน่วยงานจะต้องนำไปจัดทำแผนงานในการปฏิบัติเพื่อสนับสนุนนโยบายให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร

บทความนี้นำเสนอถึงผลเชิงบวกที่เกิดจากการนำเทคโนโลยี ดิจิทัลมาใช้ในการสรรหาบุคลากร ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานให้ดีขึ้น และมีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันขององค์กรที่มีการหมุนเวียนของพนักงานอยู่ในอัตราที่สูง ส่งผลให้มีความต้องการทรัพยากรมนุษย์เป็นจำนวนมาก และมีการแย่งชิงคนรุ่นใหม่และคนเก่งมีความสามารถในธุรกิจเป็นอย่างมาก ด้วยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการทุกขั้นตอนของการสรรหาบุคลากรในระดับใด และมีประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรเพียงใด โดยมีปัจจัยทางเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการสรรหาบุคลากร และจะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรเกี่ยวกับการกำหนดตำแหน่งงานที่เป็ตรับ การรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับงาน การกำหนดวิธีการสรรหา ขั้นตอนการสรรหา และการประเมินผล ผู้วิจัยจะนำผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยไปเป็นข้อมูลและแนวทางการปฏิบัติงานและปรับปรุงแก้ไขตลอดจนการพัฒนากระบวนการสรรหาให้เป็นประโยชน์ต่อองค์กรต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทรัพยากรบุคคลที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทรัพยากรบุคคลที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มพนักงาน เจ้าหน้าที่และหัวหน้างานของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนส กรุ๊ป จำกัด โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ผู้วิจัยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากจำนวนประชากรทั้งหมดที่เป็นกลุ่มพนักงาน เจ้าหน้าที่และหัวหน้างาน ประจำสำนักงานเขตพื้นที่ เขตระยอง เขตชลบุรี เขตกรุงเทพ – สมุทรปราการของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด จำนวน 161 คน (ที่มา: ฝ่ายบุคคล บริษัท แอลพีเอส บิซิเนส กรุ๊ป จำกัด, 2564)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม เพื่อใช้ศึกษาการวิจัยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทรัพยากรบุคคล (Digital HR) ที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด จำนวน 161 ชุด แบบสอบถามได้แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ในการทำงาน มีจำนวน 5 ข้อคำถาม เป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check list), ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทรัพยากรบุคคล (Digital HR) ที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด ได้แก่ ด้านการกำหนดตำแหน่งงานที่เปิดรับ ด้านการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับงาน ด้านการกำหนดวิธีการสรรหา ด้านการสรรหา และด้านการประเมินผล ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบปลายปิด มีจำนวน 36 ข้อคำถาม ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากร ได้แก่ ด้านคุณภาพของงาน ด้านปริมาณงาน (ผู้สมัคร) และด้านระยะเวลา ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบปลายเปิด มีจำนวน 15 ข้อคำถาม และตอนที่ 4 แบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ รวมทั้งสิ้น 56 ข้อคำถาม

2.2 การตรวจสอบเครื่องมือจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาปรับปรุงตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยแต่ละข้อคำถามเป็นการให้ความสำคัญในแต่ละประเด็นที่มีคำตอบให้เลือกแบบมาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) และนำแบบสอบถามไปทดสอบกับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างและมีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน และนำมาหาความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient) มีค่าความเชื่อมั่นเป็นรายด้านและโดยรวมทั้งฉบับ ดังนี้ (1) ข้อคำถามเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทรัพยากรบุคคล (Digital HR) ที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด ได้แก่ ข้อคำถามเกี่ยวกับการกำหนดตำแหน่งงานที่เปิดรับ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .942 ด้านการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับงาน มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .969 ด้านการกำหนดวิธีการสรรหา มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .844 ด้านการสรรหา มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .952 และด้านการประเมินผล มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .906 (2) ข้อคำถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากร ได้แก่ ด้านคุณภาพของงาน มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .831 ด้านปริมาณงาน (ผู้สมัคร) มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .907 และด้านระยะเวลา มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .940 เมื่อทดสอบแบบสอบถามทั้งฉบับ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .899

3. สมมติฐานการวิจัย

การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทรัพยากรบุคคล (Digital HR) มีผลทางบวกต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยที่เก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีแหล่งที่มาข้อมูล 2 แหล่ง คือ

4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary source) ใช้แบบสอบถามในการวิจัยจากกลุ่มพนักงาน เจ้าหน้าที่และหัวหน้างาน ประจำสำนักงานเขตพื้นที่ เขตระยอง เขตชลบุรี เขตกรุงเทพ-สมุทรปราการของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนส กรุป จำกัด จำนวน 161 คน โดยผู้วิจัยได้ทำการทดสอบ Pretest นำแบบสอบถามจำนวน 40 ชุด ไปแจกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน เพื่อเป็นการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม โดยกำหนดการเก็บข้อมูลจะดำเนินการที่บริษัท แอลพีเอส บิซิเนส กรุป จำกัด จากนั้นนำมาทดสอบหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) เพื่อให้แบบสอบถามมีความเชื่อถือได้และหลังจากนั้น โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ผู้วิจัยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากจำนวนประชากรทั้งหมดที่เป็นกลุ่มพนักงาน เจ้าหน้าที่และหัวหน้างาน ประจำสำนักงานเขตพื้นที่ เขตระยอง เขตชลบุรี เขตกรุงเทพ-สมุทรปราการของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนส กรุป จำกัด จำนวน 161 คน เป็นกลุ่มตัวอย่างที่เก็บตามความเป็นจริง

4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary source) เป็นการศึกษาข้อมูลจากแหล่งที่มีผู้วิจัยและเก็บรวบรวมเอกสารทางวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ การสืบค้นจากสารสนเทศและข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลที่ต้องการจะศึกษา แนวคิด ทฤษฎีเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาสนับสนุนงานวิจัยฉบับนี้ ซึ่งในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้ 1) ข้อมูลแจกแบบสอบถามให้แก่ประชากรที่กำหนดไว้ 2) ตอบข้อซักถามบางประการที่ผู้ตอบแบบสอบถามจะต้องการคำอธิบายเพิ่มเติม 3) เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้ข้อมูลครบถ้วนแล้ว เพื่อนำไปจัดทำและเตรียมสำหรับการวิเคราะห์

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้เครื่องมือทางสถิติในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

5.2 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทรัพยากรบุคคล (Digital HR) ที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุป จำกัด เป็นการนำสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ใช้ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากร เพื่อทดสอบสมมติฐานที่กำหนดไว้โดยผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ค่าสถิติโดยการวิเคราะห์ การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) และการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยสัมประสิทธิ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ซึ่งเป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ค่าที่ได้เรียกว่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ปกติจะมีค่าอยู่ระหว่าง - 1.00 ถึง 1.00

การกำหนดความหมายของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Correlation) มีดังนี้

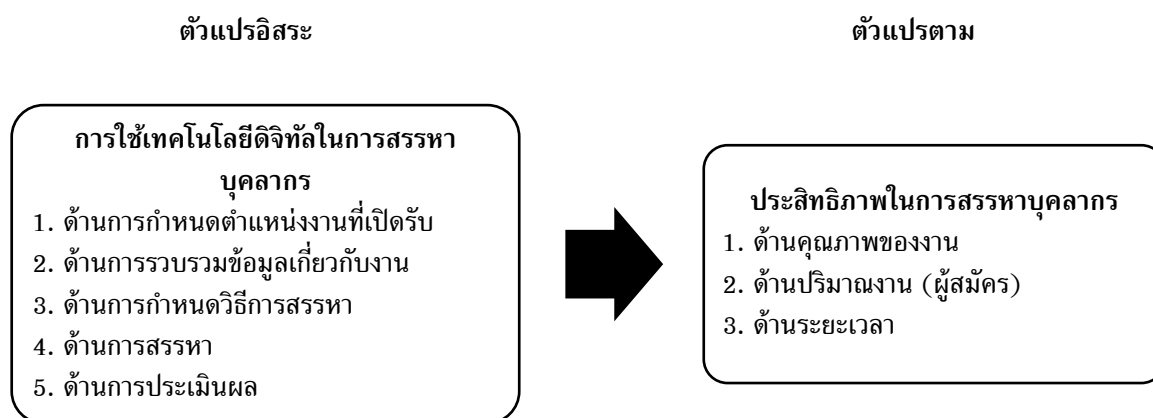
1. ค่า r เป็นบวก และเข้าใกล้ 1 หมายถึง ตัวแปร X และ Y มีความสัมพันธ์กันมากในเชิงเส้น และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือ ถ้าตัวแปรตัวหนึ่งเพิ่มขึ้น อีกตัวแปรหนึ่งและค่าเพิ่มขึ้น หรือถ้าตัวแปรหนึ่งลดลง อีกตัวแปรหนึ่งจะมีค่าลดลงด้วย

2. ค่า r เป็นลบ และเข้าใกล้ -1 หมายถึง ตัวแปร X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม คือ ถ้าตัวแปรหนึ่งเพิ่มขึ้น อีกตัวแปรหนึ่งจะมีค่าลดลง หรือถ้าตัวแปรหนึ่งลดลง อีกตัวแปรหนึ่งจะมีค่าเพิ่มขึ้น

3. ถ้า r มีค่าใกล้ 0 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันน้อย

4. ถ้า r เท่ากับ 0 แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทรัพยากรบุคคลที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด ผลการวิจัยพบว่า

มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 161 คน ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 72.0 อายุ 21-30 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 50.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4 ประสบการณ์ในการทำงาน 1-3 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5

1.1 ผลการวิเคราะห์การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทรัพยากรบุคคล (Digital HR) ที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด

จากการวิเคราะห์การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทรัพยากรบุคคล (Digital HR) ที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงอันดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านการกำหนดวิธีการสรรหา ($\bar{X} = 4.09$) ด้านการกำหนดตำแหน่งงานที่เปิดรับ ($\bar{X} = 4.02$) ด้านการประเมินผล ($\bar{X} = 3.89$) ด้านการสรรหา ($\bar{X} = 3.74$) 7 และด้านการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับงาน ($\bar{X} = 3.73$) ตามลำดับ (ตามตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทรัพยากรบุคคล (Digital HR) ที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด

การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทรัพยากรบุคคล (Digital HR) ที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
1. ด้านการกำหนดตำแหน่งงานที่เปิดรับ	4.02	.598	มาก	2
2. ด้านการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับงาน	3.73	.896	มาก	5
3. ด้านการกำหนดวิธีการสรรหา	4.09	.520	มาก	1
4. ด้านการสรรหา	3.74	.791	มาก	4
5. ด้านการประเมินผล	3.89	.708	มาก	3
รวม	3.92	.690	มาก	

1.2 ผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด

ตารางที่ 2 ประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด

ประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากร ของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
1. ด้านคุณภาพของงาน	3.93	.735	มาก	2
2. ด้านปริมาณงาน (ผู้สมัคร)	3.87	.708	มาก	3
3. ด้านระยะเวลา	3.96	.572	มาก	1
รวม	3.93	.663	มาก	

จากการวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านระยะเวลา ($\bar{X} = 3.96$) ด้านคุณภาพของงาน ($\bar{X} = 3.71$) และด้านปริมาณงาน (ผู้สมัคร) ($\bar{X} = 3.87$) ตามลำดับ

2. ความสัมพันธ์การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทรัพยากรบุคคลที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด ผลการวิจัยพบว่า

2.1 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทรัพยากรบุคคล (Digital HR) ที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด ด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Correlation)

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทรัพยากรบุคคลที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด ด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Correlation)

ตัวแปรอิสระ	ประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากร ของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด	
	Pearson's Correlation	Sig. (1-tailed)
1. ด้านการกำหนดตำแหน่งงานที่เปิดรับ	.552***	0.000
2. ด้านการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับงาน	.653***	0.000
3. ด้านการกำหนดวิธีการสรรหา	.435***	0.000
4. ด้านการสรรหา	.554***	0.000
5. ด้านการประเมินผล	.459***	0.000

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

จากตารางที่ 3 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทรัพยากรบุคคล (Digital HR) ที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด ด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Correlation) พบว่า การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทรัพยากรบุคคล (Digital HR) ทุกด้าน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.552, .653, .435, .554 และ .459 โดยมีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทรัพยากรบุคคล (Digital HR) ที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด ด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ปัจจัยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสรรหาบุคลากร ของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด	B	Beta	t	Sig.
1. ด้านการกำหนดตำแหน่งงานที่เปิดรับ (X_1)	.283	.299	2.432	.000
2. ด้านการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับงาน (X_2)	.413	.515	3.405	.000
3. ด้านการกำหนดวิธีการสรรหา (X_3)	.348	.273	5.011	.000
4. ด้านการสรรหา (X_4)	.491	.586	5.136	.000
5. ด้านการประเมินผล (X_5)	.472	.453	7.421	.000
$R = 0.434, R^2 = 0.431, \text{Adjusted } R^2 = 0.421, \text{SEE} = 0.029, F = 16449.531, \text{Sig} = 0.000$				

จากตารางที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทรัพยากรบุคคล (Digital HR) ที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด ด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) พบว่า ด้านการสรรหา ด้านการประเมินผล ด้านการกำหนดวิธีการสรรหา ด้านการกำหนดตำแหน่งงานที่เปิดรับ และด้านการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับงาน ให้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) มีค่าเท่ากับ 0.437 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 และความสัมพันธ์มีค่าร้อยละ 42.9 ($R^2=0.429$) โดยสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\text{สมการพยากรณ์} \quad Y = a + B_1 X_1 + B_2 X_2 + B_3 X_3 + B_4 X_4 + B_5 X_5$$

$$\text{Decision} = .208 + .283\text{Posi} + .413\text{Infor} + .348\text{Rect} + .491\text{Recm} + .472\text{Eval}$$

$$(2.432) \quad (3.405) \quad (5.011) \quad (5.136) \quad (7.421)$$

จากสมการพยากรณ์พบว่า ตัวแปรที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด ได้ดีที่สุด คือ ด้านการสรรหา อันดับรองลงมา คือ ด้านการประเมินผล, ด้านการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับงาน, ด้านการกำหนดวิธีการสรรหา และอันดับสุดท้าย คือ ด้านการกำหนดตำแหน่งงานที่เปิดรับ

2.2 การทดสอบสมมติฐาน

การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสรรหาบุคลากร ได้แก่ ด้านการกำหนดตำแหน่งงานที่เปิดรับ ด้านการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับงาน ด้านการกำหนดวิธีการสรรหา ด้านการสรรหา และด้านการประเมินผล มีผลต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด ดังนี้

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทรัพยากรบุคคล (Digital HR) ที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด

สมมติฐานการวิจัย	ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง	t	สรุป
H_1 การกำหนดตำแหน่งงานที่เปิดรับ มีผลทางบวกต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด	0.283	2.432***	สอดคล้อง
H_2 การรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับงาน มีผลทางบวกต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด	0.413	3.405***	สอดคล้อง
H_3 การกำหนดวิธีการสรรหา มีผลทางบวกต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด	0.348	5.011***	สอดคล้อง
H_4 การสรรหา มีผลทางบวกต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด	0.491	5.136***	สอดคล้อง
H_5 การประเมินผล มีผลทางบวกต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด	0.472	7.421***	สอดคล้อง

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

จากตารางที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทรัพยากรบุคคล (Digital HR) ที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด ทุกสมมติฐานมีความสอดคล้อง โดยค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ .283, .413, .384, .491 และ .472 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทรัพยากรบุคคลที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงอันดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านการกำหนดวิธีการสรรหา ด้านการกำหนดตำแหน่งงานที่เปิดรับ ด้านการประเมินผล ด้านการสรรหา และด้านการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับงาน เป็นเพราะมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ในทุกกิจกรรมการสรรหาภายในองค์กรของคุณ ในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา การสรรหาในรูปแบบออนไลน์ทำให้องค์กรได้คนที่ต้องการเร็วที่สุด องค์กรของคุณมีการใช้ เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยกำหนดแหล่งที่มาของการสรรหาที่ต้องการ (แหล่งภายในหรือภายนอก) ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ คุณสามารถตรวจสอบระยะเวลาที่ต้องการใช้กำลังคนได้จากระบบออนไลน์ องค์กรของคุณมีการใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น linkedin เข้ามาช่วยในการรับสมัครพนักงาน องค์กรของคุณมีการนำแบบทดสอบออนไลน์ที่เหมาะสมกับตำแหน่งงานที่เปิดรับมาใช้ในกระบวนการสรรหา และองค์กรของคุณมีการใช้สื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ โลก ในการรับสมัครพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับ ภาณุวัฒน์ กลับศรีอ่อน (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของการสรรหาบุคลากรผ่านระบบออนไลน์ พบว่า องค์กรนำระบบการสรรหาบุคลากรผ่านระบบออนไลน์ เพื่อใช้ดึงดูดและสรรหาบุคคลที่มีความสามารถและเหมาะสม เพื่อมาร่วมงานและพัฒนาองค์กรไปสู่เป้าหมายที่ต้องการตามที่ตั้งไว้ การใช้ระบบการสรรหาออนไลน์ไม่ได้เป็นการรับประกันว่าองค์กรจะได้บุคคลตามที่คาดหวังไว้ แต่การจะใช้ระบบการสรรหาออนไลน์ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพนั้น องค์กรควรพิจารณาแนวคิดด้านจิตวิทยาในการสรรหาผ่านระบบออนไลน์ด้วย เพื่อให้การสรรหาเป็นไปอย่างมีคุณภาพและบรรลุวัตถุประสงค์ที่องค์กรต้องการไม่ว่าจะเป็นเรื่องความหลากหลายของข้อมูล รูปแบบของสื่อ ความสะดวกและความง่ายในการใช้งาน หรือความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยของข้อมูล เพื่อให้องค์กรมั่นใจได้ว่า ระบบการสรรหาออนไลน์ที่ใช้เป็นระบบที่มีคุณภาพและมีประโยชน์แก่องค์กรอย่างแท้จริง และยังคงสอดคล้องกับ ภัสรา เปรมประเสริฐ (2563) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการที่รับรู้ได้ มากที่สุด คือ เว็บไซต์ขององค์กร มีแรงจูงใจในการตัดสินใจเข้าทำงานในระดับมาก แรงจูงใจที่มากที่สุด คือ การจูงใจด้วยค่าตอบแทน และมีการตัดสินใจจะเข้าทำงานในองค์กรที่นึกถึงเป็นอันดับแรกอยู่ในระดับมาก การ ทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความถี่ในการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการสมัครเข้าทำงานขององค์กร มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าทำงาน และมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเข้าทำงานเฉพาะ 3 วิธีการเท่านั้น ได้แก่ ข่าวการรับสมัครงาน เว็บไซต์ขององค์กร และการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารระดับสูง และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของนิดา วิภาวิน และคณะ (2564) พบว่า 1) กระบวนการสรรหาพนักงาน ประกอบด้วย ขั้นตอนการกำหนดตำแหน่งงานที่เปิดรับตามข้อกำหนดของผู้ว่าจ้างและตามตัวชี้วัด การวิเคราะห์งานให้ตรงกับตำแหน่งที่เปิดรับการกำหนดวิธีการสรรหาโดยการลงพื้นที่และกำหนดผู้รับผิดชอบ การดำเนินการสรรหาโดยการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การตรวจสอบประวัติผู้สมัคร และการประเมินผล 2) ปัญหาของการสรรหาบุคลากร ด้านที่มีระดับความสำคัญสูงสุด คือ การขาดการชี้แจงนโยบายที่ชัดเจน รองลงมาเป็น ขั้นตอนการทำงานด้านเอกสารที่ซับซ้อน และการขาดแหล่งข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ช่วยสนับสนุนการทำงาน และ 3) แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสรรหาพนักงาน ด้านที่มีระดับความสำคัญสูงสุด คือ การกำหนดนโยบายและแผนงานที่ชัดเจนเพื่อจัดสรรอัตรากำลังตามกรอบภาระงาน รองลงมาเป็นการนำระบบอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการทุกกระบวนการเพื่อลดงานเอกสารและแบบทดสอบ และการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการสรรหาอบรมพนักงาน

จากผลการวิจัยประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านระยะเวลา ด้านคุณภาพของงาน และด้านปริมาณงาน (ผู้สมัคร) เป็นเพราะเป็นงานที่ต้องใช้ความคิดพิจารณาเลือกหรือต้องใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจ ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ เป็นงานที่ต้องใช้เวลาในการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในเชิงปริมาณหรือเชิงคุณภาพ เป็นงานที่ต้องใช้ระยะเวลาในการปฏิบัติด้านการวางแผน การติดตามและการประสานความร่วมมือ เป็นงานที่ต้อง

แก้ปัญหาภายใต้นโยบาย พันธกิจและเป้าหมายระยะยาวของหน่วยงาน และเป็นงานที่ต้องแก้ปัญหาภายใต้ทิศทางและพันธกิจของบริษัท ซึ่งสอดคล้องกับ พัชรภา โพธิ์อ่อง (2561) พบว่า มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในทุกขั้นตอนของการสรรหาบุคลากร โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรอยู่ในระดับสูงและสูงมาก โดยปัจจัยด้านระยะเวลา เป็นปัจจัยเดียวที่มีระดับความคิดเห็นในระดับสูงมาก ซึ่งจากการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ว่า การนำเทคโนโลยีดิจิทัลทรัพยากรบุคคล (Digital HR) มาใช้ในการสรรหาบุคลากรส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านคุณภาพของงาน ด้านปริมาณงาน (ผู้สมัคร) และด้านระยะเวลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของสาวตรี พรหมรักษา และ ดารณี เอื้อชนะจิต (2563) พบว่า 1) การจัดการระบบสารสนเทศทางการบัญชีด้านความยืดหยุ่น และด้านความพร้อมใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพของสารสนเทศทางการบัญชี 2) การจัดการระบบสารสนเทศทางการบัญชี ด้านความพร้อมใช้งาน และด้านการเข้าถึงข้อมูล มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กร และ 3) คุณภาพของสารสนเทศทางการบัญชี ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ด้านการเปรียบเทียบกันได้ ด้านการพิสูจน์ยืนยันได้ และด้านความทันเวลา มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กร ดังนั้น ผู้บริหารที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบัญชีของบริษัทจำกัดที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในประเทศไทย ควรตระหนักและให้ความสำคัญกับการพัฒนาสารสนเทศทางการบัญชี ให้มีการจัดการระบบสารสนเทศทางการบัญชี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านความยืดหยุ่น ด้านความพร้อมใช้งาน เพื่อให้เกิดคุณภาพของสารสนเทศทางการบัญชีที่สามารถนำเสนอข้อมูลทางการเงินที่มีประโยชน์ในการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจของผู้ใช้การเงินทั้งในปัจจุบันและอนาคต

จากผลการวิจัยความสัมพันธ์การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทรัพยากรบุคคล (Digital HR) ที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด ด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Correlation) พบว่า การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทรัพยากรบุคคล (Digital HR) ทุกด้าน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.552, .653, .435, .554 และ .459 โดยมีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุพรรณิรัตน์โรจน์มงคล (2563) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์มากที่สุดรองลงมาคือ การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน โดยมีการส่งผลไปในทิศทางเดียวกัน แต่สภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานระบบ HR2020 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.00

จากผลการวิจัย ความสัมพันธ์ของประสิทธิภาพที่มีต่อกระบวนการวางแผนผลิตกระดาศบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูกด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) พบว่า ด้านการกำหนดตำแหน่งงานที่เปิดรับ ด้านการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับงาน ด้านการกำหนดวิธีการสรรหา ด้านการสรรหา และด้านการประเมินผล มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด ตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ทุกประการ และประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด โดยรวม ด้านระยะเวลา ที่กล่าวว่า เป็นงานที่ต้องใช้ความคิดพิจารณาเลือกหรือต้องใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจ มีความคิดเห็นมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรภา โพธิ์อ่อง (2561) พบว่า มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในทุกขั้นตอนของการสรรหาบุคลากร โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรอยู่ในระดับสูงและสูงมาก โดยปัจจัยด้านระยะเวลา เป็นปัจจัยเดียวที่มีระดับความคิดเห็นในระดับสูงมาก ซึ่งจากการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ว่า การนำเทคโนโลยีดิจิทัลทรัพยากรบุคคล (Digital HR) มาใช้ในการสรรหาบุคลากรส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านคุณภาพของงาน ด้านปริมาณงาน (ผู้สมัคร) และด้านระยะเวลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

องค์ความรู้ใหม่

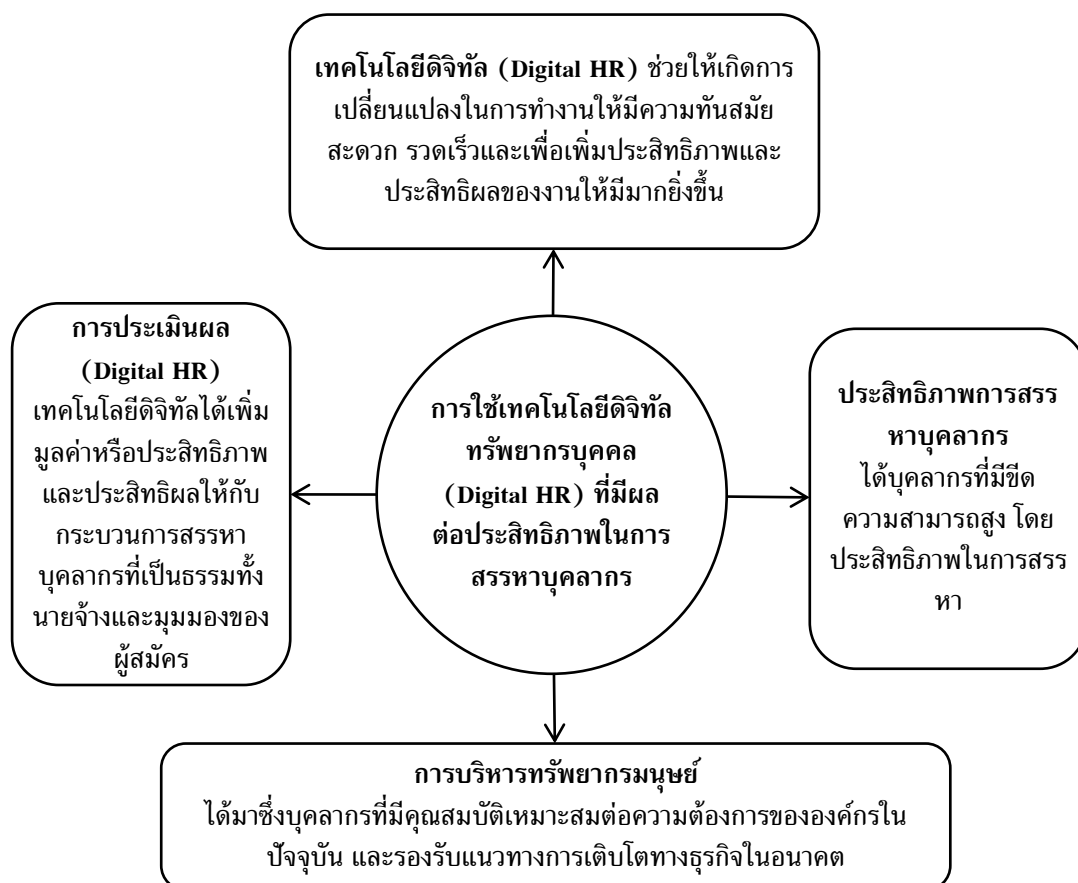
จากการวิจัยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทรัพยากรบุคคล (Digital HR) ที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด สามารถจำแนกองค์ความรู้ใหม่ ได้ 4 ด้าน ดังนี้

1. เทคโนโลยีดิจิทัลทรัพยากรบุคคล (Digital HR) การนำเครื่องมือ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีอยู่ในปัจจุบัน เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ แท็บเล็ต โปรแกรมคอมพิวเตอร์และสื่อออนไลน์ มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการสื่อสาร การปฏิบัติงาน และการทำงานร่วมกัน หรือใช้เพื่อพัฒนากระบวนการทำงาน หรือระบบงานในองค์กรเพื่อช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการทำงานให้มีความทันสมัย สะดวก รวดเร็วและเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงานให้มากยิ่งขึ้น

2. ประสิทธิภาพการสรรหาบุคลากร การใช้ทักษะความสามารถในการปฏิบัติงาน การพัฒนากระบวนการสรรหา และคัดเลือกที่ทันสมัย เพื่อให้ได้บุคลากรที่มีขีดความสามารถสูง โดยประสิทธิภาพในการสรรหา อาจวัดได้จากการกำหนดตำแหน่งงานที่เปิดรับ การรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับงาน การกำหนดวิธีการสรรหา การสรรหา และการประเมินผลที่ใช้ปัจจัยนำเข้าน้อยที่สุด และกระบวนการแสวงหาหรือดึงดูดใจบุคลากรที่มีทักษะ ความรู้ ความสามารถ รวมถึงสมรรถนะที่เหมาะสมตามความต้องการขององค์กรให้เข้ามาร่วมงานกับองค์กร

3. การบริหารทรัพยากรมนุษย์ กระบวนการที่ผู้บริหารใช้ทางศาสตร์และศิลป์ในการกำหนดนโยบาย กลยุทธ์ หรือแนวทางการปฏิบัติ เพื่อดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งการวางแผนกำลังคน การสรรหาและคัดเลือกบุคลากร การฝึกอบรมและพัฒนา การบริหารค่าจ้างค่าตอบแทน ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย แรงงานสัมพันธ์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการบริหารหรือได้มาซึ่งบุคลากรที่มีคุณสมบัติเหมาะสมต่อความต้องการขององค์กรในปัจจุบัน และรองรับแนวทางการเติบโตทางธุรกิจในอนาคต

4. การประเมินผล (Digital HR) กระบวนการที่ผู้บริหารใช้พิจารณาผลการปฏิบัติงานของพนักงาน เพื่อเปรียบเทียบกับมาตรฐานที่ตั้งไว้รวมทั้งให้ข้อมูล ย้อนกลับแก่พนักงานเพื่อทำให้มีการปรับปรุงการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ได้แก่ องค์กรของคุณมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการเก็บสถิติการรับสมัครพนักงาน มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการบันทึกคะแนนสัมภาษณ์ การตัดสินใจรับพนักงาน กิจกรรมการสรรหาเทคโนโลยีดิจิทัลได้เพิ่มมูลค่าหรือประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้กับกระบวนการสรรหาบุคลากรที่เป็นธรรมทั้งนายจ้างและมุมมองของผู้สมัคร



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทรัพยากรบุคคล (Digital HR) ที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด พบว่า ประชากรทั้งหมดที่เป็นกลุ่มพนักงาน เจ้าหน้าที่และหัวหน้างาน และ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทรัพยากรบุคคล (Digital HR) ที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด ได้แก่ ด้านการกำหนดตำแหน่งงานที่เปิดรับ เพราะระดับในการทำงานที่แสดงถึงอำนาจ หน้าที่ ความรับผิดชอบ และผลประโยชน์ของบุคคลภายในองค์กร เช่น บุคลากรปฏิบัติงาน หัวหน้างาน ผู้จัดการหน่วย ผู้จัดการฝ่าย และผู้อำนวยการ รวมถึงการเติบโตในสายงาน การเปลี่ยนตำแหน่งงานในองค์กร พร้อมทั้งการเลื่อนตำแหน่ง หมายถึง การมอบหมายงานในตำแหน่งที่สูงขึ้นให้แก่บุคลากร รวมถึงการเพิ่มขึ้นของเงินเดือนด้วย

จากผลการวิจัยยังพบว่า การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทรัพยากรบุคคล (Digital HR) ที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด ได้ดีที่สุด คือ ด้านการสรรหา อันดับรองลงมา คือ ด้านการประเมินผล, ด้านการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับงาน, ด้านการกำหนดวิธีการสรรหา และอันดับสุดท้าย คือ ด้านการกำหนดตำแหน่งงานที่เปิดรับ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 องค์กรควรมีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเก็บข้อมูลกำลังคน เพื่อให้ทราบถึงจำนวนอัตราากำลังที่ต้องการ และคุณสามารถตรวจสอบจำนวนตำแหน่งงานที่เปิดรับผ่านระบบออนไลน์ขององค์กร ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงจำนวนอัตราที่กำลังที่ต้องการ ซึ่งสามารถตรวจสอบจำนวนตำแหน่งงานที่เปิดรับผ่านระบบออนไลน์ขององค์กร ดังนั้น ควรพัฒนาการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยในการกำหนดตำแหน่งงานที่เปิดรับ เพื่อให้ผู้ที่สนใจได้รับทราบถึงตำแหน่งงานที่เปิดรับอย่างทั่วถึง การสรรหาโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลจะช่วยลดต้นทุนในการประชาสัมพันธ์ ด้วยการผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ให้มีความเหมาะสมและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี และควรการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้มีส่วนช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานพิจารณาจากคุณภาพของตำแหน่งงานที่เปิดรับ

1.2 ควรให้ข้อมูลที่ผู้สมัครงานจะสามารถตรวจสอบรายละเอียดของตำแหน่งงาน รวมถึงคุณสมบัติเฉพาะของผู้สมัครที่ต้องการผ่านระบบ ควรให้ผู้สมัครสามารถตรวจสอบรายละเอียดของตำแหน่งงาน รวมถึงคุณสมบัติเฉพาะของผู้สมัครที่ต้องการผ่านระบบ และควรนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในกระบวนการสรรหาจะช่วยให้อัตราส่วนของผู้สมัครต่อผู้ผ่านการคัดเลือกได้บุคลากรที่มีคุณภาพ ดังนั้น องค์กรควรมีการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับตำแหน่งงาน เช่น รายละเอียดของงาน คุณสมบัติเฉพาะของตำแหน่งในฐานข้อมูลออนไลน์ องค์กรควรเร่งพัฒนาให้มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เข้ามาช่วย เพื่อให้ผู้ที่สนใจได้รับทราบถึงตำแหน่งงานที่เปิดรับอย่างทั่วถึง

1.3 ควรมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ในทุกกิจกรรมการสรรหาภายในองค์กรในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา และการสรรหาในรูปแบบออนไลน์ทำให้องค์กรได้คนที่ต้องการเร็วที่สุด ดังนั้น องค์กรควรมีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยกำหนดแหล่งที่มาของการสรรหาที่ต้องการ (แหล่งภายในหรือภายนอก) และมีระบบตรวจสอบระยะเวลาที่ต้องการใช้กำลังคนได้จากระบบออนไลน์อยู่เสมอ อีกทั้งองค์กรควรสนับสนุนให้มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น linkedin เข้ามาช่วยในการรับสมัครพนักงาน องค์กรควรมีการทดสอบออนไลน์ที่เหมาะสมกับตำแหน่งงานที่เปิดรับมาใช้ในกระบวนการสรรหาจะช่วยให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการดำเนินการสรรหา และองค์กรควรมีการใช้สื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ไลน์ในการรับสมัครพนักงาน เพราะจะได้บุคลากรจากทั่วประเทศและมีความหลากหลายทางด้านทักษะและองค์ความรู้

1.4 องค์กรควรมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัล หรือเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น skype VDO Conference Wechat เข้ามาใช้ในกระบวนการสัมภาษณ์ และองค์กรนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ในการทดสอบความสามารถ ทักษะหรือค่านิยมส่วนบุคคลของผู้สมัคร เช่น Gasification ดังนั้น องค์กรควรมีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ตำแหน่งงานให้แก่ผู้สมัครรับทราบไม่ว่าจะเป็นระดับในประเทศหรือต่างประเทศ ควรมีการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยในการรับสมัครงานทั้งการรับสมัครภายในและภายนอก ควรพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัยมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การสรรหาในภาพรวม เพราะเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีใช้ในการกระบวนการคัดกรองคุณสมบัติเบื้องต้นของผู้สมัคร

และสนับสนุนปรับปรุงการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้หรือการสรรหาในรูปแบบออนไลน์ช่วยให้องค์กรสามารถทำงานได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

1.5 องค์กรควรมีระบบเทคโนโลยีดิจิทัลได้เพิ่มมูลค่าหรือประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้กับกระบวนการสรรหาบุคลากรที่เป็นธรรมทั้งนายจ้างและมุมมองของผู้สมัคร และควรมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการเก็บสถิติการรับสมัครพนักงานจากช่องทางต่าง ๆ ดังนั้นองค์กรควรนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการตรวจสอบความแตกต่างของคะแนนสัมภาษณ์จากผู้สัมภาษณ์หลาย ๆ ท่าน (Inter-rater) รวมถึงนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการบันทึกคะแนนสัมภาษณ์ และช่วยสนับสนุนในการตัดสินใจรับพนักงาน และพนักงานที่งานอยู่เดิมควรมีส่วนร่วมในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ในกระบวนการหรือกิจกรรมการสรรหา

1.6 องค์กรต้องลดความยุ่งยากและความซับซ้อนของงาน การให้คำตอบแทนหรือรายได้คำตอบแทนและสวัสดิการที่ได้รับมีความเหมาะสมกับปริมาณงาน ทั้งนี้เพื่อเป็นข้อกำหนดตำแหน่งและแต่งตั้งบุคคลดำรงตำแหน่งระดับต่าง ๆ และให้ทุกคนเขียนวิเคราะห์เสนอดีค่างานที่ตัวเองทำอยู่และที่ตัวเองจะทำในอนาคตที่ได้รับแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งระดับสูงขึ้น ได้แก่ งานที่ยุ่ยากซับซ้อน ต้องประยุกต์ใช้ความรู้และประสบการณ์ในการปรับเปลี่ยนวิธีการปฏิบัติงานให้เหมาะสมกับสภาพการณ์ หรือเป็นการปฏิบัติงานที่ค่อนข้างยุ่งยากซับซ้อน และมีขั้นตอนวิธีการค่อนข้างหลากหลาย

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างองค์กรที่เริ่มต้นนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้กับองค์กรที่มีการใช้มาระยะเวลาหนึ่งจนเกิดความชำนาญ เพื่อศึกษาแง่มุมที่แตกต่างของผู้ใช้งานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

2.2 เพื่อให้ได้ข้อมูลที่กว้างขวาง ไม่จำกัดเฉพาะตามข้อคำถามและเป็นข้อมูลในเชิงลึกมากขึ้น ผู้วิจัยเสนอให้ใช้การศึกษาวิจัยแบบผสม คือเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอแนะหรือให้ความเห็นเพิ่มเติม ทั้งประเด็นในข้อคำถามหรือประเด็นอื่นที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ลดการจำกัดความคิดเห็นและเพื่อสามารถนำข้อเสนอแนะไปสู่การปรับปรุงพัฒนา ตลอดจนการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมได้ในอนาคต

2.3 ควรมีการขยายการศึกษาเปรียบเทียบกับองค์กรที่อยู่ในประเภทธุรกิจเดียวกัน แต่มีลักษณะวัฒนธรรมองค์กรที่ต่างกันไป รวมถึงบริษัทข้ามชาติหรือแรงงานต่างชาติดังกล่าว เพื่อเปรียบเทียบผลที่ได้จากการศึกษา ซึ่งอาจจะได้ความคิดเห็นในแง่มุมอื่น ผลการศึกษาที่แตกต่างออกไปหรือพบประเด็นใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ เพื่อนำไปสู่การศึกษาต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- พัชรภา โพธิ์อ่อง. (2561). เทคโนโลยีดิจิทัลทรัพยากรบุคคล (Digital HR) กับการเพิ่มประสิทธิภาพการสรรหาบุคลากรในองค์กรธุรกิจค้าปลีก. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ภัสสร ประเสริฐ. (2563). การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการสมัครเข้าทำงานของนิสิตนักศึกษา. วารสารวิชาการและวิจัย มทร. พระนคร, 5(2), 65-77.
- ภาณุวัฒน์ กลับริอ้อน. (2558). ปัจจัยความสำเร็จของการสรรหาบุคลากรผ่านระบบออนไลน์. สืบค้น 16 มกราคม 2564. จาก https://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/jan_june_15/pdf/aw12.pdf.
- เยเชต์ ดาลลอล. (2559). Digital HR คืออะไร. สืบค้น 16 มกราคม 2564. จาก <https://www.techtalkthai.com/oracle-what-is-digital-hr/>.
- สาวิตรี พรหมรักษา และ ดารณี เอื้อชนะจิต. (2563). อิทธิพลของกระบวนการควบคุมภายในที่ส่งผลต่อคุณภาพของสารสนเทศทางการบัญชีและประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กร. สักทอง : วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (สทส.), 27(4), 155-169.
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.). (2558). การรู้ดิจิทัล (Digital literacy). สืบค้น 16 มกราคม 2564. จาก <https://www.nstda.or.th/th/nstda-knowledge/142-knowledges/2632>.

สุพรรณิรัตน์โรจน์มงคล. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของพนักงานธนาคารของรัฐขนาดใหญ่. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

Dimple Agarwal, Josh Bersin, Gaurav Lahiri, Jeff Schwartz, Erica Volini. (2018). *AI, Robotics, and automation: Put humans in the loop*. Retrieved 16 January 2021. from <https://www2.deloitte.com/insights/us/en/focus/human-capital-trends/2018/ai-robotics-intelligent-machines.html>.

Hewitt Associates. (2010). *Hewitt Engagement Survey*. Retrieved 16 January 2021. from https://ceplb03.hewitt.com/bestemployers/turkey/pages/emp_eng.html.

Oracle. (2016). *From Theory to Action: A Practical Look at What Really Drives Employee*. Retrieved 16 January 2021. from https://www.oracle.com/webfolder/s/delivery_production/docs/FY16h1/doc31/OracleHCMGlobalSurveyiPaperV12RG.pdf.

มูลค่าขยะอาหารของธุรกิจร้านอาหารในเขตอำเภอเมืองและอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

VALUE OF FOOD WASTE FORM RESTAURANT IN MUANG AND HATYAI DISTRICT, SONGKHLA PROVINCE

วรุสิริ ชะลอกกลาง^{1*} สมหมาย อุดมวิทิต²

Vatusiri Chalorklang¹ Sommai Udomwitid²

¹ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

² ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

¹ Master of Economics (Business Economics), Faculty of Economics, Kasetsart University

² Department of Economics, Faculty of Economics, Kasetsart University

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) คำนวณสัดส่วนและประเมินมูลค่าของขยะอาหารในร้านอาหารในเขตอำเภอเมืองและอำเภอหาดใหญ่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ร้านอาหารที่เข้าร่วมโครงการป้ายของดีจังหวัดสงขลา จำนวน 51 ร้าน โดยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำข้อมูลดังกล่าวมาคำนวณหาสัดส่วนและมูลค่าของขยะอาหาร

ผลการศึกษา พบว่า ร้านอาหารในจังหวัดสงขลา มีสัดส่วนของขยะอาหารในภาพรวมเท่ากับร้อยละ 9.27 และเมื่อจำแนกร้านอาหารออกเป็นเขตพื้นที่อำเภอเมืองสงขลาและพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ พบว่า ในพื้นที่อำเภอเมืองสงขลา มีสัดส่วนของขยะอาหารโดยเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 12.72 สำหรับในเขตอำเภอหาดใหญ่มีปริมาณขยะอาหารโดยเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 7.86 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามขนาดของร้านอาหาร พบว่า ร้านอาหารขนาดใหญ่มีสัดส่วนของขยะอาหารโดยเฉลี่ยของเท่ากับร้อยละ 20.09 ร้านอาหารขนาดกลางมีสัดส่วนของขยะอาหารโดยเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 7.43 ร้านอาหารขนาดเล็ก มีสัดส่วนขยะอาหารโดยเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 8.87 ส่วนมูลค่าต้นทุนความเสียหายที่เกิดขึ้นจากขยะอาหารในจังหวัดสงขลา มีมูลค่าเท่ากับ 23,407,327.92 บาท/ปี เมื่อจำแนกตามพื้นที่ พบว่า ต้นทุนความเสียหายจากขยะอาหารจากร้านอาหารในพื้นที่อำเภอเมืองสงขลา มีมูลค่าเท่ากับ 7,438,372.52 บาท/ปี ในขณะที่ต้นทุนความเสียหายที่เกิดขึ้นจากขยะอาหารในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่มีมูลค่าเท่ากับ 15,968,955.40 บาท/ปี และเมื่อพิจารณาตามขนาด ปรากฏว่าร้านอาหารขนาดใหญ่มีต้นทุนความเสียหายที่เกิดจากขยะอาหารรวมทั้งสิ้น 4,462,618.10 บาท/ปี ส่วนร้านอาหารขนาดกลางมีมูลค่าความเสียหายจากขยะอาหารเท่ากับ 6,485,135.67 บาท/ปี ส่วนร้านอาหารขนาดเล็กมีมูลค่าความเสียหายจากขยะอาหารเท่ากับ 14,170,577.79 บาท/ปี

คำสำคัญ: ขยะอาหาร, ผู้ประกอบการ, ร้านอาหาร, ต้นทุน

* E-mail address: vatusiri.c@ku.th ¹ sommai.u@ku.th ²

ABSTRACT

The objectives of this research article were to (1) calculate the proportion and valuation of food waste in restaurants in districts, cities, and Hat Yai districts. The sample group used in this study was the restaurants that participated in the signage program of Songkhla Province, with 51 stores using the interview as a tool for data collection and data collection. As mentioned calculated for the proportion and value of food waste.

The result of the study found that: Restaurants in Songkhla province have an overall proportion of food waste of 9.27 percent when the restaurant is classified as districts, cities of Songkhla, and areas. Hat Yai District found that in the Songkhla District area there is an average proportion of food waste. Equal to 12.72 percent for Hat Yai District, with an average food waste amount of 7.86 percent, and when considering the size of the restaurant, it was found that large restaurants have an average proportion of food waste of 20.09 percent. Medium-sized restaurants have a proportion of food waste, on average, equal to 7.43 percent of Small restaurants. The average proportion of food waste is 8.87 percent. The cost of damage caused by food waste in Songkhla province is equal to 23,407,327.92 baht/Year when classified by area, it was found that the cost of food waste from restaurants in the Songkhla district area is equal to 7,438,372.52 baht/year, while the cost of damage caused by food waste in Hat Yai District is equal to 15,968,955.40 baht/year and when considering the size It appears that large restaurants have a total cost of food waste damage. 4,462,618.10 baht/year. Medium-sized restaurants have a food waste value of 6,485,135.67 baht/year. Small restaurants have a food waste value of 14,170,577.79 baht/year.

Keywords: Food Waste, Entrepreneur, Restaurant, Cost

บทนำ

องค์การอาหารและการเกษตรประชาชาติ (Food and Agriculture Organization หรือ FAO) ได้มีการรายงาน¹ ใน 3 ของอาหารที่รับประทานมักถูกทิ้งให้กลายเป็นขยะ ขณะที่ยังมีคนทั่วโลกอีก 690 ล้านคน กำลังประสบภาวะหิวโหยอดอยาก โดยเฉพาะอาหารที่ถูกทิ้งทั่วโลกจนกลายเป็น ‘ขยะอาหาร’ หรือ Food Waste (ัญญา สิงห์ปรีชา, 2564, ออนไลน์) ซึ่งในสถานการณ์ปัจจุบันขยะอาหารเป็นปัญหาที่หลายประเทศ รวมถึงองค์การระหว่างประเทศให้ความสำคัญ เนื่องจากการเน่าเสียของอาหารจะมีการปล่อยก๊าซมีเทนที่มีศักยภาพเป็นก๊าซเรือนกระจก หรือทำให้เกิดภาวะโลกร้อนมากกว่าก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ 25 เท่า ในแต่ละปีจะมีขยะอาหารที่ต้องถูกฝังกลบประมาณ 1,300 ล้านตัน ซึ่งก่อให้เกิดมลพิษคิดเป็นร้อยละ 8 ของก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยสู่ชั้นบรรยากาศ (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2562, ออนไลน์) อีกทั้งสถานการณ์การขาดแคลนอาหารของประชากรที่ได้กล่าวมาข้างต้น ทำให้องค์การสหประชาชาติ (United Nation) ได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ Sustainable Development Goal (SDG)¹ ในช่วงปี พ.ศ. 2557-2573 โดยเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับขยะอาหารถูกบรรจุอยู่ในเป้าหมายที่ 12 คือ การสร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน (Ensure sustainable consumption and production patterns) ในเป้าประสงค์ที่ 12.3 เพื่อลดขยะเศษอาหารของโลกลงครึ่งหนึ่งในระดับค้าปลีกและผู้บริโภคและลดการสูญเสียอาหารจากกระบวนการผลิตและห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงการสูญเสียหลังการเก็บเกี่ยวภายในปี 2573

สำหรับสถานการณ์ในประเทศไทยจากการรายงานสถานการณ์ขยะมูลฝอยชุมชนในประเทศไทยปี 2559 โดยกรมควบคุมมลพิษ พบว่า มีขยะรวมทั้งประเทศกว่า 27.06 ล้านตันต่อปี หรือประมาณ 74,130 ตันต่อวัน เฉลี่ย 1.14 กิโลกรัม

¹ Sustainable Development Goals : SDGs เป็นเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนมีเป้าหมายทั้งหมด 17 ข้อ ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้จาก www.un.or.th/globalgoals/th/the-goals/.

ต่อคนต่อวัน ซึ่งข้อมูลดังกล่าวสอดคล้องกับข้อมูลของกรมส่งเสริมคุณภาพและสิ่งแวดล้อมได้รายงานไว้ใน 1 วันคนไทยมีการสร้างขยะมูลฝอยมากถึง 1.3 กิโลกรัม มีการเกิดขยะมูลฝอยเพิ่มขึ้นถึง 2.4 ล้านตันซึ่งร้อยละ 64 ของขยะทั้งหมดคือ “ขยะอาหาร” ที่สามารถทำการกำจัดขยะได้ไม่ถึงร้อยละ 70 ของขยะที่เกิดขึ้นทำให้เกิดปัญหาเรื่องขยะตกค้างเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ จากรายงานสถานการณ์สิ่งแวดล้อม 2563 ของ 5 จังหวัดภาคใต้ (จังหวัดสงขลา สตูล ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส) พบว่า ปริมาณของขยะมูลฝอยของจังหวัดสงขลา มีปริมาณ 1,666 ตัน/วัน ซึ่งมีปริมาณมากที่สุดใน 5 จังหวัดข้างต้น โดยสามารถ แบ่งเป็นในเขตเทศบาลจำนวน 1,139 ตัน/วัน และเขต อบต.จำนวน 527 ตัน/วัน (สำนักงานสิ่งแวดล้อมภาคที่ 16 (สงขลา) สำนักงานปลัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2563) ปัญหาขยะมูลฝอยที่เกิดขึ้นในจังหวัดสงขลาส่วนหนึ่งเกิดจากขยะอาหารที่เกิดจากร้านอาหารในพื้นที่ อันเนื่องจากธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหารเป็น 1 ใน 3 ของธุรกิจที่มีการจดทะเบียนสูงสุด (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2564) ทำให้จังหวัดสงขลาซึ่งเป็นเมืองเศรษฐกิจที่สำคัญแห่งหนึ่งของภาคใต้ตอนล่างมีจำนวนร้านอาหารและปริมาณขยะอาหารมากขึ้นไปพร้อมกัน อย่างไรก็ตาม การมีขยะอาหารเกิดขึ้นย่อมส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตของธุรกิจร้านอาหาร โดยเฉพาะในส่วนของต้นทุนวัตถุดิบ (Food cost) นั้น ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 35 ของต้นทุนทั้งหมด (ภัทรานิษฐ์ เอี่ยมศิริ, 2563) ดังนั้น การศึกษาถึงสัดส่วนและมูลค่าของขยะอาหารนี้ จะช่วยสนับสนุนให้เกิดแนวทางการลดต้นทุนของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร และก่อให้เกิดความตระหนักถึงปัญหาขยะอาหารไปพร้อมกัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อคำนวณสัดส่วนและประเมินมูลค่าขยะอาหารของร้านอาหารในเขตอำเภอเมืองและอำเภอหาดใหญ่

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ร้านอาหารที่อยู่ในโครงการ “ป้ายของดีจังหวัดสงขลา” ของหอการค้าจังหวัดสงขลาจำนวนซึ่งมีประชากรร้านอาหารที่อยู่ในเขตอำเภอเมืองและหาดใหญ่ ทั้งหมด 121 ร้าน สำหรับขนาดของกลุ่มตัวอย่างภายใต้ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 10 มีจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาทั้งสิ้น 51 ร้าน สามารถคำนวณกลุ่มตัวอย่างได้ตามสูตรของ Taro Yamane (Yamane, 1973)

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

เมื่อ n = จำนวนตัวอย่างที่ทำการศึกษา

N = จำนวนประชากร

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

ดังนั้น จะสามารถคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้

$$n = \frac{121}{1 + 121(0.10)^2}$$

$$= 50.62 \text{ ร้าน หรือประมาณ } 51 \text{ ร้าน}$$

การสุ่มตัวอย่าง การศึกษาครั้งนี้ได้ใช้การสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) ตามความสมัครใจของกลุ่มตัวอย่าง

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหาร และผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้จัดการร้าน พนักงานบัญชี พนักงานครัว โดยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล อย่างไรก็ตาม การเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุดิบในการประกอบอาหารได้จำแนกออกเป็นวัตถุดิบประเภทผักและวัตถุดิบประเภทเนื้อสัตว์ และได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลเฉพาะวัตถุดิบหลัก 5 ชนิด ในแต่ละประเภทเท่านั้น (ผัก 5 ชนิด และเนื้อสัตว์ 5 ชนิด)

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสามารถจำแนกออกเป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่

3.1 การคำนวณสัดส่วนขยะอาหาร ซึ่งได้วิเคราะห์ตามกระบวนการหลักในการผลิตอาหาร ได้แก่ ขั้นตอนการจัดเตรียมวัตถุดิบ ขั้นตอนการปรุงอาหาร และขั้นตอนการจัดการอาหารคงเหลือ ซึ่งมีรายละเอียดในการคำนวณขยะอาหารแต่ละขั้นตอนดังนี้

3.1.1 สัดส่วนขยะอาหารในขั้นตอนการจัดเตรียมวัตถุดิบ

การคำนวณสัดส่วนขยะอาหารในขั้นตอนการจัดเตรียมวัตถุดิบ (S_1) ได้นำข้อมูลปริมาณวัตถุดิบที่ได้มีการคัดออกในขั้นตอนการเตรียมวัตถุดิบมาหารด้วยปริมาณวัตถุดิบทั้งหมดที่ซื้อ และนำมาปรับหน่วยให้เป็นต่อ 100 กิโลกรัม ตามสมการที่ (1)

$$S_1 = \frac{\text{ปริมาณวัตถุดิบที่ทำการคัดออก}}{\text{ปริมาณวัตถุดิบทั้งหมดที่ซื้อ}} \times 100 \quad (1)$$

นอกจากนี้ ในการคำนวณสัดส่วนขยะอาหารในขั้นตอนการเตรียมอาหาร ได้คำนวณจำแนกออกเป็นภาพรวมของขั้นตอนการจัดเตรียมวัตถุดิบ วัตถุดิบประเภทผัก และวัตถุดิบประเภทเนื้อสัตว์

3.1.2 สัดส่วนขยะอาหารในขั้นตอนการปรุงอาหาร

การคำนวณสัดส่วนขยะอาหารในขั้นตอนการปรุงอาหาร (S_2) ได้นำข้อมูลปริมาณวัตถุดิบที่ได้มีการตัดแต่งในขั้นตอนการปรุงอาหารมาหารด้วยปริมาณวัตถุดิบทั้งหมดที่ซื้อ และนำมาปรับหน่วยให้เป็นต่อ 100 กิโลกรัม ตามสมการที่ (2)

$$S_2 = \frac{\text{ปริมาณวัตถุดิบที่ทำการตัดแต่ง}}{\text{ปริมาณวัตถุดิบทั้งหมดที่ซื้อ}} \times 100 \quad (2)$$

การคำนวณสัดส่วนขยะอาหารในขั้นตอนการปรุงอาหาร ได้คำนวณจำแนกออกเป็นภาพรวมของขั้นตอนการจัดเตรียมวัตถุดิบ วัตถุดิบประเภทผัก และวัตถุดิบประเภทเนื้อสัตว์ เช่นกัน

3.1.3 สัดส่วนขยะอาหารในขั้นตอนการจัดการอาหารคงเหลือ

การคำนวณสัดส่วนขยะอาหารในส่วนขั้นตอนจัดการอาหารคงเหลือ (S_3) ได้นำข้อมูลปริมาณวัตถุดิบที่ผ่านการปรุงอาหารมาแล้วมาหารด้วยปริมาณวัตถุดิบทั้งหมดที่ซื้อ และนำมาปรับหน่วยให้เป็นต่อ 100 กิโลกรัม ตามสมการที่ (3)

$$S_3 = \frac{\text{ปริมาณวัตถุดิบผ่านการปรุงอาหารแล้วแต่จำหน่ายไม่หมด}}{\text{ปริมาณวัตถุดิบทั้งหมดที่ซื้อ}} \times 100 \quad (3)$$

การคำนวณสัดส่วนขยะอาหารในขั้นตอนการจัดการอาหารคงเหลือ ได้คำนวณจำแนกออกเป็นภาพรวมของขั้นตอนการจัดเตรียมวัตถุดิบ วัตถุดิบประเภทผัก และวัตถุดิบประเภทเนื้อสัตว์ เช่นกัน

3.1.4 สัดส่วนขยะอาหารตลอดกระบวนการผลิตอาหาร

เมื่อนำสัดส่วนของขยะอาหารในขั้นตอนการเตรียมวัตถุดิบ ขั้นตอนการปรุงอาหาร และขั้นตอนการจัดการอาหารคงเหลือ มารวมกันทำให้สามารถคำนวณหาสัดส่วนของขยะอาหารตลอดกระบวนการได้ดังสมการที่ (4)

$$\text{ปริมาณขยะอาหารตลอดกระบวนการ} = \text{ขั้นตอนการเตรียมวัตถุดิบ} + \text{ขั้นตอนการปรุงอาหาร} + \text{ขั้นตอนการจัดการอาหารคงเหลือ} \quad (4)$$

3.2 การคำนวณมูลค่าขยะอาหาร สำหรับการประเมินมูลค่าขยะอาหารที่เกิดขึ้นในการศึกษานี้ ได้ประเมินมูลค่าขยะอาหารเป็นมูลค่าต่อปี โดยการนำปริมาณขยะอาหารตลอดกระบวนการผลิตที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมาปรับเป็นปริมาณขยะอาหารต่อปี โดยจำแนกออกตามประเภทวัตถุดิบผักและเนื้อสัตว์ จากนั้นนำเอาราคาวัตถุดิบเฉลี่ยแบบถ่วงน้ำหนัก ของวัตถุดิบประเภทผักและเนื้อสัตว์มาคำนวณมูลค่าของขยะอาหารต่อปีดังสมการที่ (5)

$$\text{ราคาวัตถุดิบเฉลี่ย} = (\text{ราคาวัตถุดิบชนิดที่ } n \times \text{น้ำหนักของวัตถุดิบชนิดที่ } n) / \text{ปริมาณรวมของวัตถุดิบ}$$

$$\text{ต้นทุนของขยะอาหาร} = \text{ปริมาณของขยะอาหารต่อปี} \times \text{ราคาวัตถุดิบเฉลี่ย} \times \text{จำนวนร้านอาหาร} \quad (5)$$

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. คำนวณสัดส่วนและประเมินมูลค่าขยะอาหารของร้านอาหารในเขตอำเภอเมืองและอำเภอหาดใหญ่ ผลการวิจัยพบว่า

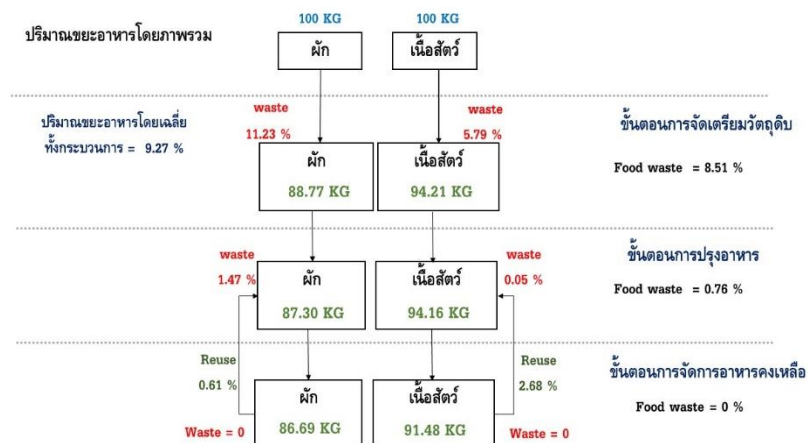
1.1 ข้อมูลทั่วไปของร้านอาหารตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำแนกเป็น ร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองสงขลาจำนวน จำนวน 13 ร้าน หรือคิดเป็นร้อยละ 25.49 และร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จำนวน 38 ร้านหรือคิดเป็นร้อยละ 74.51 และสามารถจำแนกได้เป็น ร้านอาหารขนาดใหญ่ (ขนาดที่นั่งมากกว่า 100 ที่นั่ง) จำนวน 4 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 7.84 ร้านอาหารขนาดกลาง (ขนาดที่นั่ง 50 – 99 ที่นั่ง) จำนวน 17 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 33.33 และร้านอาหารขนาดเล็ก (ขนาดที่นั่งน้อยกว่า 50 ที่นั่ง) จำนวน 30 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 58.82 ซึ่งร้านอาหารส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการตั้งแต่ 1-10 ปี จำนวน 30 ร้าน คิดเป็นร้อยละ เมื่อพิจารณาข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนของการประกอบกิจการ พบว่า ต้นทุนหลักในการประกอบกิจการ คือ ค่าวัตถุดิบในการประกอบอาหาร อย่างไรก็ตาม จากการสัมภาษณ์ทำให้ทราบว่าร้านอาหารใหญ่มีการจัดซื้อวัตถุดิบในปริมาณที่มาก ทำให้ได้ราคาวัตถุดิบที่ถูกต่อหน่วยที่ถูกกว่าร้านขนาดกลางและขนาดเล็กหรืออาจกล่าวได้ว่าการประหยัดต่อขนาดเกิดขึ้น (Economies of Scale) และในด้านยอดขายโดยเฉลี่ยของร้านแต่ละขนาด พบว่า ร้านอาหารขนาดใหญ่มียอดขายเฉลี่ย 1,575,000.00 บาท/เดือน ร้านอาหารขนาดกลางมียอดขายเฉลี่ย 449,285.71 บาท/เดือน และร้านอาหารขนาดเล็กมียอดขายเฉลี่ย 197,966.67 บาท/เดือน

1.2 สัดส่วนและมูลค่าของขยะอาหารในภาพรวมของจังหวัดสงขลา

สำหรับสัดส่วนของขยะอาหารในภาพรวมของจังหวัดสงขลา พบว่า สัดส่วนขยะอาหารในภาพรวมเท่ากับร้อยละ 9.27 สามารถจำแนกออกเป็นสัดส่วนของขยะอาหารในแต่ละขั้นตอน คือ ขั้นตอนการจัดเตรียมวัตถุดิบมีสัดส่วนมากที่สุดเท่ากับร้อยละ 8.51 รองลงมา คือ ขั้นตอนการปรุงอาหารเท่ากับร้อยละ 0.76 และขั้นตอนการจัดการอาหารคงเหลือเท่ากับร้อยละ 0 ทั้งนี้เนื่องจากการที่ร้านอาหารสามารถนำวัตถุดิบคงเหลือจากการปรุงอาหารนำกลับมาใช้ใหม่ในรอบการผลิตถัดไป (ภาพที่ 1) และเมื่อพิจารณาสัดส่วนของขยะอาหารตามประเภทวัตถุดิบ พบว่า วัตถุดิบประเภทผักซึ่งมีสัดส่วนขยะอาหารเท่ากับร้อยละ 15.72 ซึ่งสูงกว่าขยะอาหารที่เกิดขึ้นในวัตถุดิบประเภทเนื้อสัตว์ ที่มีค่าเท่ากับร้อยละ 11.07

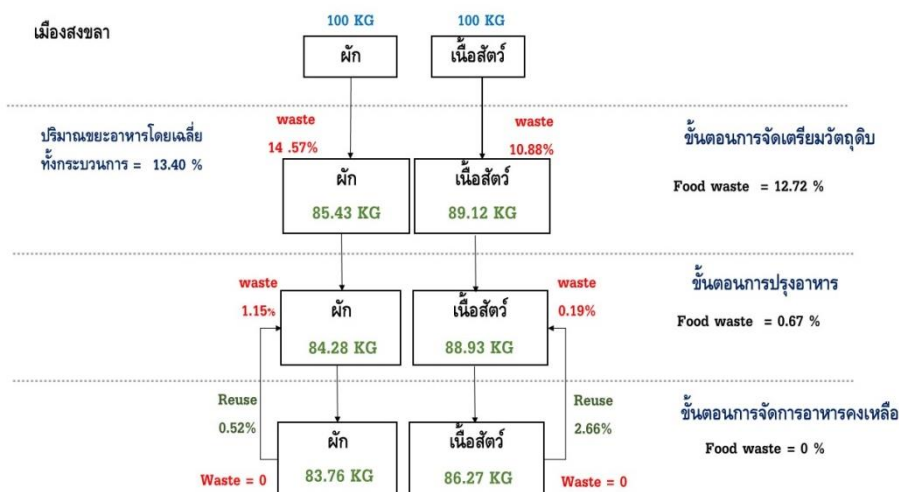
จากสัดส่วนของขยะอาหารที่คำนวณได้ข้างต้น เมื่อนำมาคำนวณมูลค่าต้นทุนความเสียหายที่เกิดขึ้นจากขยะอาหาร ปรากฏว่า ต้นทุนความเสียหายจากขยะอาหารจากร้านอาหารในจังหวัดสงขลา มีมูลค่าเท่ากับ 23,407,327.92 บาท/ปี หรือคิดเป็นสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 3.08 ซึ่งนับได้ว่าค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับยอดขายของร้านอาหารในเขตพื้นที่จังหวัดสงขลา



ภาพที่ 1 สัดส่วนขยะอาหารของร้านอาหารในภาพรวมจังหวัดสงขลา จำแนกตามกระบวนการผลิต

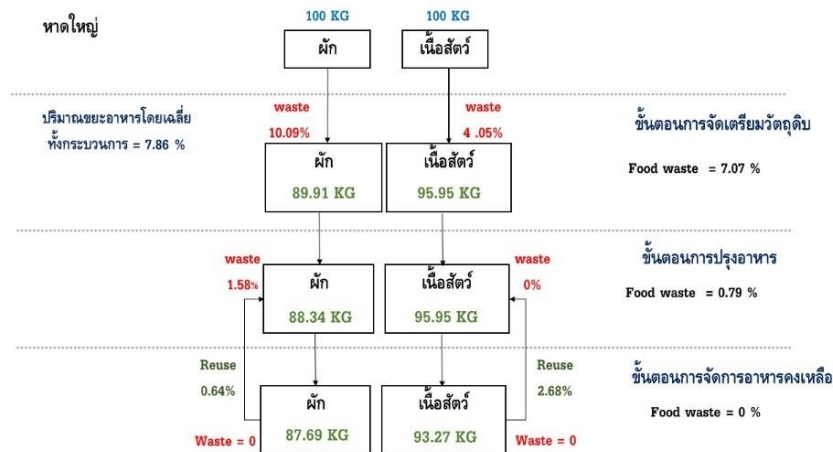
1.3 สัดส่วนและมูลค่าของขยะอาหารจำแนกตามพื้นที่ตั้งของร้านอาหาร

เมื่อพิจารณาจำแนกตามพื้นที่ พบว่า ในร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในพื้นที่อำเภอเมืองสงขลา มีสัดส่วนขยะอาหารโดยเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 13.40 สามารถจำแนกเป็นสัดส่วนของขยะอาหารในแต่ละขั้นตอนได้ คือ ขั้นตอนการจัดเตรียมวัตถุดิบมีสัดส่วนขยะอาหารมากที่สุด คือ ร้อยละ 12.72 รองลงมาคือ ขั้นตอนการปรุงอาหาร ที่มีสัดส่วนขยะอาหารเท่ากับร้อยละ 0.67 ขั้นตอนการจัดการอาหารคงเหลือ ที่มีสัดส่วนขยะอาหารเท่ากับร้อยละ 0 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาสัดส่วนของขยะอาหารตามประเภทวัตถุดิบ พบว่า วัตถุดิบประเภทผักซึ่งมีสัดส่วนขยะอาหารเท่ากับร้อยละ 15.72 ซึ่งสูงกว่าขยะอาหารที่เกิดขึ้นในวัตถุดิบประเภทเนื้อสัตว์ ที่มีค่าเท่ากับร้อยละ 11.07 (ภาพที่ 2)



ภาพที่ 2 สัดส่วนขยะอาหารของร้านอาหารในอำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา จำแนกตามกระบวนการผลิต

สำหรับในเขตอำเภอหาดใหญ่ มีสัดส่วนขยะอาหารโดยเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 7.86 สามารถแบ่งเป็นสัดส่วนขยะอาหารในขั้นตอนการจัดเตรียมวัตถุดิบเท่ากับ ร้อยละ 7.07 รองลงมาคือ ขั้นตอนการปรุงอาหาร ที่มีสัดส่วนขยะอาหารเท่ากับร้อยละ 0.79 และขั้นตอนการจัดการอาหารคงเหลือ ที่มีสัดส่วนขยะอาหารเท่ากับร้อยละ 0 ตามลำดับ หากจำแนกเป็นปริมาณของขยะอาหารในแต่ละประเภทวัตถุดิบ พบว่า สัดส่วนขยะอาหารจากวัตถุดิบประเภทผักมีค่าเท่ากับร้อยละ 11.66 ในขณะที่สัดส่วนขยะอาหารจากวัตถุดิบประเภทเนื้อสัตว์เท่ากับร้อยละ 4.05 (ภาพที่ 3)

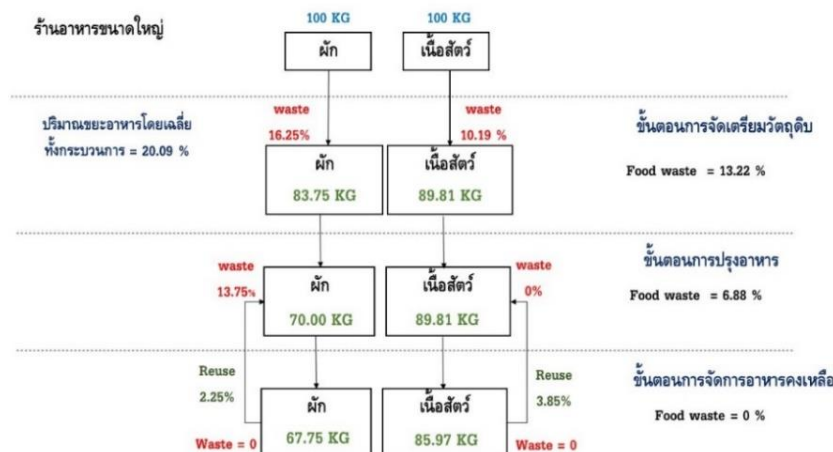


ภาพที่ 3 สัดส่วนของขยะอาหารของร้านอาหารในเขตอำเภอหาดใหญ่ จำแนกตามกระบวนการผลิต

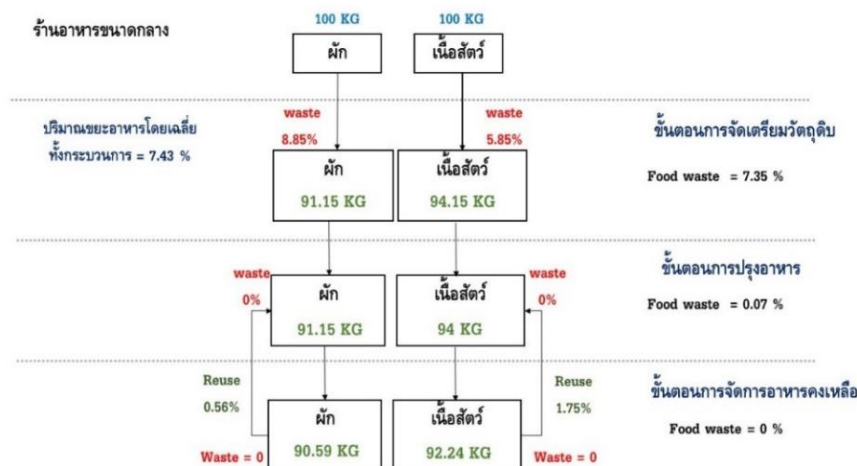
จากสัดส่วนของขยะอาหารที่คำนวณได้ข้างต้น เมื่อนำมาคำนวณมูลค่าต้นทุนความเสียหายที่เกิดขึ้นจากขยะอาหาร ปรากฏว่า ต้นทุนความเสียหายจากขยะอาหารจากร้านอาหารในพื้นที่อำเภอเมืองสงขลามูลค่าเท่ากับ 7,438,372.52 บาท/ปี หรือคิดเป็นต้นทุนเฉลี่ย 413,242.92 บาท/ร้าน/ปี สามารถคิดเป็นสัดส่วนตามพื้นที่เท่ากับ ร้อยละ 3.08 ในขณะที่ต้นทุนความเสียหายที่เกิดขึ้นจากขยะอาหารในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่มูลค่าเท่ากับ 15,968,955.40 บาท/ปี หรือคิดเป็นต้นทุนเฉลี่ย 155,038.40 บาท/ร้าน/ปี สามารถคิดเป็นสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 0.97

1.4 สัดส่วนและมูลค่าของขยะอาหารจำแนกตามขนาดของร้านอาหาร

ผลการศึกษา พบว่า ในร้านอาหารขนาดใหญ่มีสัดส่วนขยะอาหารเท่ากับร้อยละ 20.09 สามารถแบ่งเป็นสัดส่วนของขยะอาหารในขั้นตอนการจัดเตรียมวัตถุดิบเท่ากับร้อยละ 13.22 รองลงมาคือ ขั้นตอนการปรุงอาหาร เท่ากับร้อยละ 6.88 และขั้นตอนการจัดการอาหารคงเหลือ เท่ากับร้อยละ 0 หากแบ่งเป็นปริมาณของขยะอาหารในแต่ละประเภท สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ ประเภทผักซึ่งมีปริมาณขยะอาหารเท่ากับร้อยละ 30 และประเภทเนื้อสัตว์เท่ากับร้อยละ 10.19 (ภาพที่ 4)



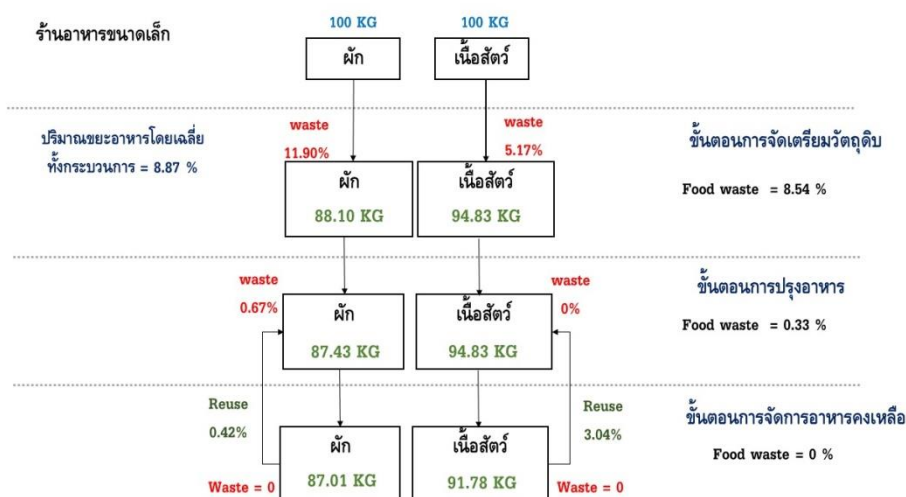
ภาพที่ 4 สัดส่วนของขยะอาหารของร้านอาหารขนาดใหญ่ จำแนกตามกระบวนการผลิต



ภาพที่ 5 สัดส่วนขยะอาหารของร้านอาหารขนาดกลาง จำแนกตามขนาดและกระบวนการผลิต

ร้านอาหารขนาดกลาง มีปริมาณขยะอาหารโดยเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 7.43 สามารถแบ่งเป็นปริมาณในแต่ละขั้นตอนได้ ดังนี้ ขั้นตอนการจัดเตรียมวัตถุดิบมีปริมาณโดยเฉลี่ยมากที่สุด คือ ร้อยละ 7.35 รองลงมาคือขั้นตอนการปรุงอาหารเท่ากับร้อยละ 0.07 และลำดับสุดท้ายขั้นตอนการจัดการอาหารคงเหลือเท่ากับร้อยละ 0 ถ้าหากแบ่งเป็นปริมาณของขยะอาหารในแต่ละประเภท สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ ประเภทผักซึ่งมีปริมาณขยะอาหารเท่ากับร้อยละ 8.85 และประเภทเนื้อสัตว์เท่ากับร้อยละ 6 (ภาพที่ 5)

สำหรับร้านอาหารขนาดเล็ก มีปริมาณขยะอาหารโดยเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 8.87 สามารถแบ่งเป็นปริมาณในแต่ละขั้นตอนได้ ดังนี้ ขั้นตอนการจัดเตรียมวัตถุดิบมีปริมาณโดยเฉลี่ยมากที่สุด คือ ร้อยละ 8.54 รองลงมาคือขั้นตอนการปรุงอาหารเท่ากับร้อยละ 0.33 และลำดับสุดท้ายคือ ขั้นตอนการจัดการอาหารคงเหลือเท่ากับร้อยละ 0 ถ้าหากแบ่งเป็นปริมาณของขยะอาหารในแต่ละประเภท สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ ประเภทผักซึ่งมีปริมาณขยะอาหารเท่ากับร้อยละ 12.57 และประเภทเนื้อสัตว์เท่ากับร้อยละ 5.17 (ภาพที่ 6)



ภาพที่ 6 สัดส่วนขยะอาหารของร้านอาหารขนาดเล็กจำแนกตามขนาดและกระบวนการผลิต

จากการศึกษาสัดส่วนขยะอาหารข้างต้น เมื่อนำมาประเมินมูลค่าต้นทุนที่เกิดขึ้นจากขยะอาหาร ปรากฏว่าร้านอาหารขนาดใหญ่มีต้นทุนความเสียหายที่เกิดจากขยะอาหารรวมทั้งสิ้น 4,462,618.10 บาท/ปี หรือคิดเป็นต้นทุนเฉลี่ย 446,261.81 บาท/ร้าน/ปี สามารถคิดเป็นสัดส่วนของขยะอาหารต่อรายได้เฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 0.24 ส่วน

ร้านอาหารขนาดกลางมีมูลค่าความเสียหายจากขยะอาหารเท่ากับ 6,485,135.67 บาท/ปี หรือคิดเป็นต้นทุนเฉลี่ย 249,428.30 บาท/ร้าน/ปี สามารถคิดเป็นสัดส่วนของขยะอาหารต่อรายได้เฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 1.38 ส่วนร้านอาหารขนาดเล็กมีมูลค่าความเสียหายจากขยะอาหารเท่ากับ 14,170,577.79 บาท/ปี หรือคิดเป็นต้นทุนเฉลี่ย 166,712.68 บาท/ร้าน/ปี สามารถ คิดเป็นสัดส่วนของขยะอาหารต่อรายได้เฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 5.97 ผลการศึกษามูลค่าความเสียหายที่เกิดจากขยะอาหารข้างต้นแสดงให้เห็นว่าปัญหาขยะอาหารได้ส่งผลกระทบต่อร้านอาหารขนาดเล็กและขนาดใหญ่ที่สูงกว่าร้านอาหารขนาดกลาง

อภิปรายผล

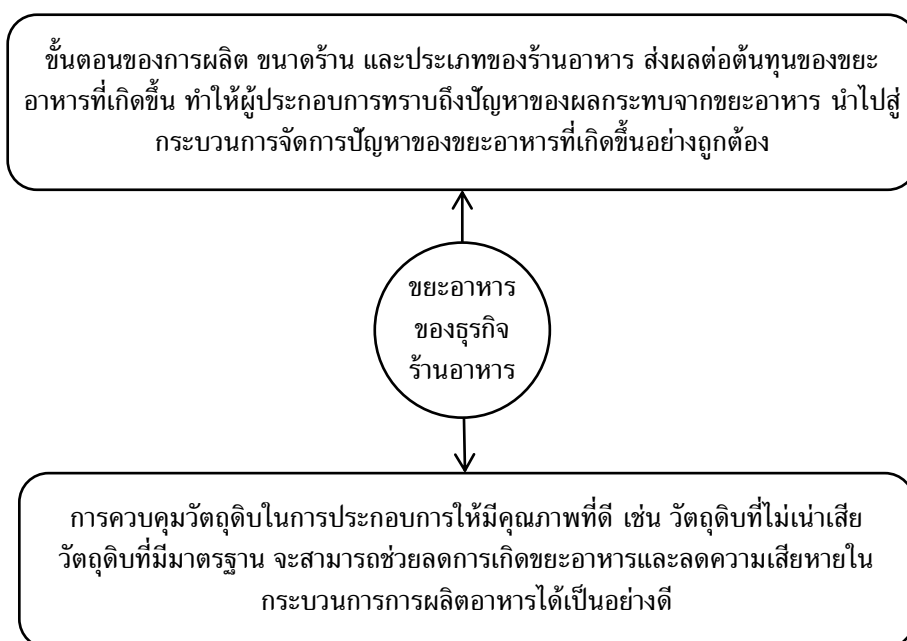
ผลการวิจัยจากวัตถุประสงค์ของงานวิจัย พบว่า ขยะอาหารประเภทผักมีปริมาณมากกว่าประเภทเนื้อสัตว์ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะ ประเภทผักมีการตัดแต่งออกด้วยเหตุมาจากการเน่าเสีย และการมีไม่ได้ใช้งานในส่วนนั้นๆ สำหรับใน ประเภทเนื้อสัตว์มีการซื้อวัตถุดิบจากร้านค้าที่เป็นร้านประจำจึงให้ร้านค้าทำการตัดแต่งวัตถุดิบมาตั้งแต่ต้นทางร้านอาหาร ไม่จำเป็นต้องมีการตัดแต่งเพิ่มเติม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกนกงานวิชัยที่ทำการศึกษาเพื่อระบุปริมาณขยะอาหารที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิตในครัวฮาลาล (Matawe Thamgasorn, 2019) โดยผลการวิจัยพบว่า ขยะอาหารที่เกิดจากผักมีปริมาณมากที่สุด และงานวิจัยของที่ประเมินการสร้างขยะอาหารในขั้นตอนของห่วงโซ่อุปทาน และ Renata Dagiliute (2019) พบว่า ส่วนใหญ่อาหารที่ถูกทิ้ง ประกอบไปด้วยอาหารประเภทธัญพืช หรือผลิตภัณฑ์จากพืชเช่นกัน

องค์ความรู้ใหม่

จากการศึกษาเรื่องขยะอาหารของธุรกิจร้านอาหารในเขตอำเภอเมืองและอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา สามารถอธิบายได้ถึงองค์ความรู้ใหม่ ได้ดังนี้

1. ร้านอาหารที่มีสถานที่ตั้งแตกต่างกันหรือขนาดร้านร้านอาหารที่ต่างกัน ทำให้ปริมาณขยะอาหารที่เกิดขึ้นมีปริมาณต่างกัน ในแต่ละขั้นตอนของการผลิตอาหาร ขนาดร้านอาหาร และประเภทของร้านอาหารของผู้ประกอบการร้านอาหารส่งผลต่อต้นทุนของขยะอาหารที่เกิดขึ้นด้วย ทำให้ผู้ประกอบการทราบถึงปัญหาของผลกระทบจากขยะอาหาร นำไปสู่กระบวนการจัดการปัญหาของขยะอาหารที่เกิดขึ้นอย่างถูกต้อง

2. ขั้นตอนการจัดเตรียมวัตถุดิบเป็นขั้นตอนสำคัญในการก่อให้เกิดขยะอาหาร ดังนั้น หากมีการควบคุมวัตถุดิบในการประกอบการให้มีคุณภาพที่ดี เช่น วัตถุดิบที่ไม่เน่าเสีย วัตถุดิบที่มีมาตรฐาน จะสามารถช่วยลดการเกิดขยะอาหารและลดความเสียหายในกระบวนการการผลิตอาหารได้เป็นอย่างดี



ภาพที่ 7 องค์ความรู้ใหม่

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาสรุปได้ว่าตลอดทั้งกระบวนการผลิตอาหารของร้านอาหารในภาพรวมของทั้งอำเภอเมืองและอำเภอหาดใหญ่มีสัดส่วนของขยะอาหารในภาพรวมเท่ากับร้อยละ 9.27 และเกิดขึ้นในขั้นตอนการจัดเตรียมวัตถุดิบมากที่สุดเท่ากับร้อยละ 8.51 และเมื่อจำแนกตามเขตพื้นที่ พบว่า ร้านอาหารในพื้นที่อำเภอเมืองสงขลามีสัดส่วนของขยะอาหารโดยเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 12.72 สำหรับในเขตอำเภอหาดใหญ่มีปริมาณขยะอาหารโดยเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 7.86 และเมื่อพิจารณาจำแนกตามขนาดของร้านอาหาร พบว่า ร้านอาหารขนาดใหญ่มีสัดส่วนของขยะอาหารโดยเฉลี่ยของเท่ากับร้อยละ 20.09 มีสัดส่วนของขยะอาหารในขั้นตอนการจัดเตรียมวัตถุดิบมากที่สุด ร้านอาหารขนาดกลางมีสัดส่วนของขยะอาหารโดยเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 7.43 เป็นขยะอาหารในขั้นตอนจัดเตรียมวัตถุดิบเท่ากับร้อยละ 7.35 และร้านอาหารขนาดเล็ก มีสัดส่วนขยะอาหารโดยเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 8.87 และเป็นสัดส่วนของขยะอาหารในขั้นตอนการจัดเตรียมวัตถุดิบมีปริมาณโดยเฉลี่ยมากที่สุดคือ ร้อยละ 8.54

สำหรับมูลค่าของขยะอาหาร ปรากฏว่า มูลค่าความเสียหายของขยะอาหารจากร้านอาหารมีมูลค่าเท่ากับ 48,525,659.49 บาท/ปี หรือคิดเป็นต้นทุนของขยะอาหารเฉลี่ยเท่ากับ 401,038.51 บาท/ร้าน/ปี ซึ่งนับได้ว่าค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับยอดขายของร้านอาหารในเขตพื้นที่จังหวัดสงขลา เมื่อจำแนกตามพื้นที่ พบว่า ต้นทุนความเสียหายจากขยะอาหารจากร้านอาหารในพื้นที่อำเภอเมืองสงขลามีมูลค่าเท่ากับ 7,438,372.52 บาท/ปี หรือคิดเป็นต้นทุนของขยะอาหารเฉลี่ยเท่ากับ 413,242.92 บาท/ร้าน/ปี คิดเป็นสัดส่วนของมูลค่าขยะอาหารต่อรายได้เท่ากับ 2.98 ในขณะที่ต้นทุนความเสียหายที่เกิดขึ้นจากขยะอาหารในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่มีมูลค่าเท่ากับ 15,968,955.40 บาท/ปี หรือคิดเป็นต้นทุนของขยะอาหารเฉลี่ยเท่ากับ 155,038.40 บาท/ร้าน/ปี สามารถคิดเป็นสัดส่วนของมูลค่าขยะอาหารต่อรายได้เท่ากับร้อยละ 3.13 และเมื่อพิจารณาตามขนาด ปรากฏว่าร้านอาหารขนาดใหญ่มีต้นทุนความเสียหายที่เกิดจากขยะอาหารรวมทั้งสิ้น 4,462,618.10 บาท/ปี หรือคิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 446,261.81 บาท/ร้าน/ปี สามารถคิดเป็นสัดส่วนของมูลค่าขยะอาหารต่อรายได้เท่ากับร้อยละ 0.24 ร้านอาหารขนาดกลางมีมูลค่าความเสียหายจากขยะอาหารเท่ากับ 6,485,135.67 บาท/ปี หรือคิดเป็นมูลค่าความเสียหายเท่ากับ 249,428.30 บาท/ร้าน/ปี ส่วนร้านอาหารขนาดเล็กมีมูลค่าความเสียหายจากขยะอาหารเท่ากับ 14,170,577.79 บาท/ปี หรือคิดเป็นมูลค่าความเสียหายเท่ากับ 166,712.68 บาท/ร้าน/ปี สามารถคิดเป็นสัดส่วนของมูลค่าขยะอาหารต่อรายได้เท่ากับร้อยละ 5.97

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

1.1 ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าในขั้นตอนการจัดเตรียมวัตถุดิบเป็นขั้นตอนสำคัญในการก่อให้เกิดขยะอาหาร ดังนั้น หากมีการควบคุมวัตถุดิบในการประกอบอาหารให้มีคุณภาพที่ดี เช่น วัตถุดิบที่ไม่เน่าเสีย วัตถุดิบที่มีมาตรฐาน จะสามารถช่วยลดการเกิดขยะอาหารและลดความเสียหายในกระบวนการผลิตอาหารได้เป็นอย่างดี

1.2 ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าถึงแม้ว่ามูลค่าความเสียหายจากขยะอาหารในร้านอาหารขนาดเล็กจะไม่สูงมากนัก แต่ทว่าเนื่องจากโดยส่วนใหญ่ร้านอาหารในพื้นที่สงขลาจากร้อยละ 70 เป็นร้านอาหารขนาดเล็ก ดังนั้น การให้ความรู้เกี่ยวกับขยะอาหารในพื้นที่จังหวัดสงขลาควรเน้นร้านอาหารขนาดเล็กเป็นหลัก ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวทำให้ผู้ประกอบการมีความรู้และนำไปจัดการขยะอาหารในร้านอาหารของตนเองลดลง และส่งผลทำให้ขยะอาหารในภาพรวมของจังหวัดสงขลาลดลงต่อไป

1.3 ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าพื้นที่อำเภอเมืองสงขลาเป็นพื้นที่ที่มีมูลค่าความเสียหายที่เกิดขึ้นจากขยะอาหารเฉลี่ยต่อร้านต่อปีมีมูลค่าสูงเกือบ 2 เท่าของพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ สะท้อนให้เห็นว่าพื้นที่อำเภอเมืองสงขลาเป็นพื้นที่มีปัญหาขยะอาหารรุนแรงตามสมควร ดังนั้น ในการลดปัญหาขยะอาหารในจังหวัดสงขลาอาจมุ่งเน้นการให้ความช่วยเหลือในพื้นที่อำเภอเมืองสงขลาเป็นหลัก

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการเก็บข้อมูลของขยะอาหารในหลายช่วงเวลาเพื่อนำสัดส่วนของขยะอาหารมาทำการหาค่าเฉลี่ย เนื่องจากในแต่ละช่วงเวลาจะมีปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณของขยะอาหารที่แตกต่างกัน

2.2 ควรมีการขยายขอบเขตข้อมูลในการเก็บทั้งประเภทของข้อมูลที่ทำการศึกษาและกระบวนการในการเก็บเพิ่มเติม เช่น ขยายกระบวนการเก็บในขั้นตอนของขยะอาหารที่คงเหลือหลังจากการบริโภค

2.3 ควรมีการให้ข้อเสนอแนะแก่ผู้ประกอบการในการลดความเสียหายที่เกิดขึ้นในขั้นตอนการจัดเตรียมวัตถุดิบในการนำวัตถุดิบไปใช้ประโยชน์ต่อเนื่อง เช่น การนำขยะอาหารในขั้นตอนการจัดเตรียมวัตถุดิบไปแปรรูปเป็นปุ๋ยหมัก หรือส่วนประกอบในการทำอาหารสัตว์

เอกสารอ้างอิง

กรมการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2555). ธุรกิจบริการ. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. สืบค้น 25 มิถุนายน 2564.

จาก http://www.ditp.go.th/contents_attach/72416/72416.pdf.

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2564). ข้อมูลนิติบุคคล : DBDDataWarehouse. สืบค้น 25 มิถุนายน

2564. จาก <https://datawarehouse.dbd.go.th/>.

ธัญญา สิงห์ปรีชา. (2564). Zero Food Waste Kitchen : ชยะเป็น ‘ศูนย์’ ง่ายๆ เริ่มได้ในครัว. สืบค้น 27 พฤษภาคม

2564. จาก <https://www.thairath.co.th/lifestyle/life/2093497>.

ภัทรานิชฐ์ เอี่ยมศิริ. (2563). EIC ส่องร้านอาหารฝ่า COVID-19 ตอน How to พิชิตขยะในร้านอาหาร. สืบค้น 5

กรกฎาคม 2564. จาก <https://www.scebic.com/th/detail/product/6783>.

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2562). Food waste ปัญหาร่วมระหว่างเราและโลก. สืบค้น 27 พฤษภาคม

2564. จาก <https://tdri.or.th/2019/10/food-waste/>.

สำนักงานสิ่งแวดล้อมภาคที่ 16 (สงขลา) สำนักงานปลัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2564).

รายงานสถานการณ์สิ่งแวดล้อม ปี 2563 (จังหวัดสงขลา สตูล ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส). สงขลา:

สำนักงานสิ่งแวดล้อมภาคที่ 16 (สงขลา).

Dagiliūtė, R., & Musteikytė, A. (2019). Food waste generation: restaurant data and consumer attitudes.

Environmental Research, Engineering and Management, 75(2), 7–14.

Thamagasorn, M., & Pharino, C. (2019). An analysis of food waste from a flight catering business for

sustainable food waste management: A case study of halal food production process. *Journal of Cleaner*

Production, 228, 845–855.

**การพัฒนาระบบสวัสดิการชุมชนเชิงบูรณาการเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางคุณภาพชีวิต
ให้กับกลุ่มเปราะบางทางสังคมของเทศบาลตำบลสามง่าม อำเภอสามง่าม จังหวัดพิจิตร**
**THE DEVELOPMENT OF INTEGRATED COMMUNITY WELFARE TO REDUCE
INEQUALITY IN QUALITY OF LIFE FOR VULNERABLE GROUPS IN SAM NGAM
SUBDISTRICT MUNICIPALITY, SAM NGAM DISTRICT, PHICHIT PROVINCE**

สุเทพ คำเมฆ^{1*} ปฏิมพร เคลือซอน²

Suthep Khammek¹ Partimaphorn Khueakhon²

^{1,2} สาขาวิชาสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์และการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

^{1,2} Department of Social Work, Faculty of Social Sciences and Local Development, Pibulsongkram Rajabhat University

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาการพัฒนาระบบการจัดสวัสดิการชุมชนเชิงบูรณาการเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางคุณภาพชีวิตให้กับกลุ่มเปราะบางทางสังคม และ (2) ศึกษาเงื่อนไขบริบทชุมชนที่ส่งผลต่อความสำเร็จการพัฒนาระบบการจัดสวัสดิการชุมชนเชิงบูรณาการเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางคุณภาพชีวิตให้กับกลุ่มเปราะบางทางสังคมการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ แบบกรณีศึกษา พื้นที่ศึกษากองทุนสวัสดิการชุมชนตำบลสามง่าม อำเภอสามง่าม จังหวัดพิจิตร ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ คณะกรรมการกองทุน สมาชิกกองทุน ผู้นำท้องที่ และผู้นำท้องถิ่น เครื่องมือที่สำคัญในการใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ นักวิจัยและแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ใช้วิธีการสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึก และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา

ผลการศึกษา พบว่า การพัฒนาระบบการจัดสวัสดิการชุมชนเชิงบูรณาการมีการพัฒนามาจากฐานขององค์การการเงินและต้องใช้หลักการของระบบที่มีการหนุนเสริมของหุ้นส่วนทางสังคมให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมและสร้างการทำงานแบบประสานความร่วมมือเชิงบูรณาการระหว่างภาครัฐ ภาคท้องถิ่น ภาคประชาชน และภาคเอกชน ได้แก่ โครงสร้างคณะทำงานในเชิงพื้นที่ เครือข่ายและงบประมาณภายในและภายนอก รูปแบบการจัดสวัสดิการชุมชน และการต่อยอดของกองทุนการจัดสวัสดิการชุมชน เพื่อเกิดการบูรณาการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดสวัสดิการชุมชนเชิงบูรณาการเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางคุณภาพชีวิตแบบองค์รวมที่สมาชิกทุกกลุ่มมีโอกาสได้รับสิทธิประโยชน์ตั้งแต่เกิด แก่ เจ็บ และตายได้อย่างยั่งยืน

ระบบสวัสดิการชุมชนจะมีความเข้มแข็งและความยั่งยืนได้จะต้องมีการหนุนเสริมจากเงื่อนไขบริบทของชุมชน โดยพบอยู่ 6 เงื่อนไขที่สำคัญ ได้แก่ การมีประวัติศาสตร์ของการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนากองทุนฯ ผู้นำและแกนนำที่มีระบบวิธีคิดแบบเห็นประโยชน์ส่วนร่วม โครงสร้างการบริหารแบบกระจายอำนาจ การบูรณาการการทำงานของเครือข่ายภายในและภายนอก มีความเชื่อมั่นและไว้วางใจของสมาชิก และการสร้างผู้นำรุ่นใหม่ของกลุ่ม

คำสำคัญ: สวัสดิการชุมชนเชิงบูรณาการ, คุณภาพชีวิต, กลุ่มเปราะบางทางสังคม

* E-mail address: suthep.khammek@gmail.com ¹ patieezgulp@gmail.com ²

ABSTRACT

The objectives of this research article were to (1) study the development of an integrated community welfare system for vulnerable groups and (2) study the community context conditions that affect the success of the development of an integrated community welfare system for vulnerable groups. This research is qualitative, Case study type. Study areas a community welfare fund Sam Ngam subdistrict, Sam Ngam district, Phichit province. Key informants are committees and members of the community welfare fund group and local administration officers. The instrument for collecting data was a Researcher and semi-structured interview form using group discussion methods and in-depth interviews and content analysis.

The result of the study found that: The development of an integrated community welfare system is developed from the foundation of a financial organization and the principles that support social partnerships for the process of participation and the creation of collaborative work. Integration between the government sector, local sector, people's sector, and the private sector, including the structure of working groups in the area, network and internal and external budgets, community welfare Arrangement model, and the extension of the community welfare fund to create integration promote and support the holistic integrated community welfare that all members have the opportunity to receive benefits from birth, old age, sickness, and death sustainably.

The community welfare system will be strong and sustainable it must be reinforced from the context of the community there are 6 conditions found as follows: Having a history of joining together to develop the fund, Leaders with a collective thinking system, a Decentralized management structure, Integration of internal and external networks, Have the confidence and trust of the members and creating a new generation of group leaders.

Keywords: Integrated Community Welfare, Quality of Life, Vulnerable Groups

บทนำ

“ให้อย่างมีคุณค่า รับอย่างมีศักดิ์ศรี” ภายใต้คำนี้สะท้อนถึงความหมายตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการจัดสวัสดิการสังคม พ.ศ. 2546 และแก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2550 มีประเด็นที่สำคัญและเป็นประโยชน์แก่การพัฒนาประเทศให้เป็นการพัฒนาที่ยั่งยืนและการกินดีอยู่ดีมีความสุขมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ซึ่งมีนโยบายส่งเสริมสนับสนุนการจัดสวัสดิการให้กับประชาชน เพื่อยกระดับให้สวัสดิการชุมชนเป็นวาระแห่งชาติในการสร้างหลักประกันความมั่นคงของชุมชนฐานราก พื้นฟูทุนทางสังคม ความเข้มแข็งชุมชนในการจัดการดูแลช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน เปิดโอกาสให้ทุกพื้นที่สามารถจัดตั้งและพัฒนาคุณภาพสวัสดิการชุมชนอย่างทั่วถึง (สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน), 2552) โดยรัฐบาลได้สนับสนุนการพัฒนาความเข้มแข็งของกองทุนและสมทบงบประมาณรวมถึงพัฒนาสวัสดิการชุมชนให้มีความหลากหลายขึ้น เกิดการเชื่อมโยงอย่างบูรณาการของระบบสวัสดิการของชุมชน ท้องถิ่น และภาครัฐ โดยมีเป้าหมายเพื่อช่วยเหลือผู้อื่นที่เดือดร้อนให้สามารถแก้ปัญหาตนเองได้และเรียนรู้วิธีแก้ปัญหาของตนเองในโอกาสต่อไป หรือ “ช่วยเขาให้สามารถช่วยตนเองได้” (Self - Help) สามารถออกแบบ (Design) การจัดกิจกรรมทั้งในด้านการป้องกัน แก้ไข พัฒนา หรือการคุ้มครองสิทธิประชาชน อาจเป็นกิจกรรมหรือบริการด้านต่าง ๆ ที่สามารถอธิบายได้ว่าสิ่งนั้นจะทำให้คุณภาพชีวิตของผู้รับบริการหรือผู้มีส่วนร่วมกิจกรรมดีขึ้นในด้านใดด้านหนึ่ง หรือหลายด้านรวมกัน เช่น บริการด้านการศึกษา สุขภาพอนามัย ที่อยู่อาศัยและสิ่งแวดล้อม การมีงานทำและรายได้มั่นคง การพักผ่อนหย่อนใจ ความมั่นคงในชีวิตและทรัพย์สิน หรือบริการสังคมอื่นๆตามความจำเป็น (ทัศนีย์ ลักษณะภิชนัช, 2548)

ตามที่รัฐบาลมีนโยบายลดความเหลื่อมล้ำในสังคม โดยการปรับเปลี่ยนระบบการบริหารจัดการการสร้างกลไกเชื่อมโยงประชาชนในชุมชนให้สามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน โดยมีกลุ่มผู้เปราะบางทางสังคมเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่ขาดโอกาสเข้าถึงการพัฒนาคุณภาพชีวิตทำให้เป็นภาระของครอบครัวและชุมชน ซึ่งแนวคิดกระบวนการพัฒนาศักยภาพโดยชุมชน จึงเป็นกลไกหนึ่งที่ทำให้กลุ่มผู้เปราะบางทางสังคมได้เข้าถึงบริการของภาครัฐได้อย่างเบ็ดเสร็จและครบวงจร กลุ่มเปราะบางทางสังคมที่สำคัญต้องให้ความสำคัญคือ กลุ่มผู้สูงอายุ

กลุ่มคนพิการ กลุ่มเด็กและเยาวชน กลุ่มด้อยโอกาส คนยากจน และกลุ่มแรงงานนอกระบบ (มูลนิธิศูนย์วิจัยและติดตามความเป็นธรรมทางสุขภาพ, 2560) ซึ่งการพัฒนาาระบบสวัสดิการสังคมสำหรับกลุ่มเปราะบางทางสังคมในชุมชน เป็นสิ่งที่มีความสำคัญและต้องการความร่วมมือจากหลายภาคส่วนเพื่อผลักดันให้เกิดการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพราะเนื่องวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของคนในแต่ละชุมชนที่ต่างกัน ส่งผลให้แต่ละชุมชนมีปัญหาที่แตกต่างกันซึ่งจำเป็นต้องได้รับการแก้ไขที่แตกต่างกันด้วย ทว่าเรากลับพบว่าการได้รับความช่วยเหลือผ่านสวัสดิการที่รัฐบาลจัดให้ อาจไม่สามารถบรรเทาหรือแก้ไขปัญหาที่พบในชุมชนแต่ละแห่งได้ครอบคลุมและตรงจุดสำหรับกลุ่มเปราะบางทางสังคม อาทิเช่น เด็กเล็ก ผู้สูงอายุ คนพิการ แรงงานนอกระบบ หรือคนด้อยโอกาสจำนวนหนึ่งกำลังเผชิญกับความยากจนและความเหลื่อมล้ำ ที่การช่วยเหลือแบบสงเคราะห์จากรัฐบาลไม่ใช่ทางออกที่ดีพออีกต่อไป (กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2556)

ดังนั้น การจัดสวัสดิการชุมชน จึงถือเป็นหนึ่งในรูปแบบการจัดสวัสดิการที่จัดตั้งขึ้นโดยภาคประชาชน โดยมีเป้าประสงค์สำคัญในการจัดสวัสดิการในมิติต่าง ๆ ให้กับสมาชิกในชุมชน ซึ่งครอบคลุมไปถึงกลุ่มเปราะบางทางสังคมในชุมชน อันหมายถึง ผู้ที่ประสบปัญหาความเดือดร้อนและได้รับผลกระทบจากสภาวะการณ์ต่าง ๆ ทางสังคม (กิตติพัฒน์ นนทพิทยะกุล, 2562) รวมไปถึงผู้ที่ขาดโอกาสในการเข้าถึงบริการพื้นฐานของทางภาครัฐและผู้ที่ประสบปัญหาไม่สามารถดำรงชีวิตได้อย่างทัดเทียมและเสมอภาคกับบุคคลอื่น ๆ ซึ่งการมีกองทุนสวัสดิการชุมชนเป็นการสร้างหลักประกันทางชีวิตเพื่อการพัฒนาให้เป็นกองทุนมากกว่ากองทุน ทุกคนต่างเป็นผู้ให้และผู้รับเป็นการให้อย่างมีคุณค่า รับผิดชอบต่อสังคม การช่วยเหลือที่แผ่ถึงผู้ทุกข์ยากและกลุ่มเปราะบางทางสังคมในชุมชน (ประเวศ วะสี, 2542) การจัดสวัสดิการชุมชน เป็นการจัดสวัสดิการที่เกิดขึ้นจากการรวมตัวกันของประชาชนในพื้นที่ ๆ หนึ่ง ด้วยความสมัครใจที่เกิดจากการรวมตัวกันในระดับชุมชน หมู่บ้าน หรือตำบล โดยมีเป้าหมายสำคัญในการดูแลซึ่งกันและกันตั้งแต่เกิดจนตายบนพื้นฐานของความเอื้ออาทรต่อกันของสมาชิกในชุมชน การสร้างหลักประกันและความมั่นใจในการดำเนินชีวิตให้กับสมาชิกในชุมชน รวมไปถึงการเสริมพลังอำนาจและการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับสมาชิกในชุมชน (ระพีพรรณ คำหอม, 2551 ; กองทุนสวัสดิการชุมชนจังหวัดสิงห์บุรี, 2555)

สำหรับกองทุนสวัสดิการชุมชนตำบลสามง่าม อำเภอสามง่าม จังหวัดพิจิตร มีแนวคิดจัดตั้งกองทุนสวัสดิการขึ้นมาโดยต้องการสร้างความมั่นคงให้กับชีวิต เมื่อเจ็บไข้ได้ป่วยก็มีเงินรักษาดูแล เมื่อแก่เฒ่ามีการเลี้ยงดูเมื่อตายมีคนช่วยเหลือ โดยมีแนวทางในการดำเนินการของกองทุนเพื่อดำเนินการไปอย่างมีประสิทธิภาพเน้นการส่งเสริมให้สมาชิกรู้จักการออมเงินเพื่อแบ่งปันช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีสวัสดิการแก่สมาชิกตลอดชีวิต ได้แก่ การเกิด การแก่ การเจ็บ และการตาย ทำให้เกิดคุณธรรม ความสามัคคี มีน้ำใจ ร่วมกันแก้ไขปัญหา และสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อกัน ทำให้ชุมชนเข้มแข็ง มีองค์กรที่คอยช่วยเหลือเมื่อเกิดความเดือดร้อนหรือคราวจำเป็น และสิ่งที่สำคัญที่สุดของกองทุนคือการไม่แสวงหากำไรสูงสุดทางทรัพย์สิน แต่จะดำเนินการเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกันระหว่างสมาชิก

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการศึกษาการพัฒนาาระบบสวัสดิการชุมชนเชิงบูรณาการเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางคุณภาพชีวิตให้กับกลุ่มเปราะบางทางสังคมของชุมชนเทศบาลตำบลสามง่าม อำเภอสามง่าม จังหวัดพิจิตร เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาและสร้างหลักประกันทางคุณภาพชีวิตของกลุ่มเปราะบางทางสังคมในชุมชนตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย ทั้งในเรื่องเรื่องเศรษฐกิจ สังคม และสุขภาพมากขึ้น เพื่อเป็นข้อเสนอแนะและแนวทางในการพัฒนาชุมชนอื่น ๆ ในการสร้างหรือพัฒนาาระบบสวัสดิการชุมชนเชิงบูรณาการในการดูแลและพัฒนาศักยภาพกลุ่มเปราะบางทางสังคมในชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการพัฒนาาระบบสวัสดิการชุมชนเชิงบูรณาการเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางคุณภาพชีวิตให้กับกลุ่มเปราะบางทางสังคม
2. เพื่อศึกษาเงื่อนไขบริบทชุมชนที่ส่งผลต่อความสำเร็จการพัฒนากระบวนการจัดสวัสดิการชุมชนเชิงบูรณาการในการลดความเหลื่อมล้ำทางคุณภาพชีวิตให้กับกลุ่มเปราะบางทางสังคม

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) แบบกรณีศึกษา (case study) พื้นที่ศึกษากองทุนสวัสดิการชุมชนตำบลสามง่าม อำเภอสามง่าม จังหวัดพิจิตร โดยแบ่งขั้นตอนการวิจัยเชิงคุณภาพออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ (1) การวิจัยเชิงเอกสาร (documentary research) ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับ แนวคิดทฤษฎี รูปแบบกระบวนการพัฒนาระบบสวัสดิการชุมชนเพื่อเป็นข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) สู่การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและประเด็นในเวทีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของกลุ่มกองทุนสวัสดิการชุมชน (2) การวิจัยภาคสนาม (field research) โดยการลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) กับกลุ่มกองทุนสวัสดิการชุมชนเทศบาลตำบลสามง่าม อำเภอสามง่าม จังหวัดพิจิตร เพื่อนำข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับพัฒนาการ รูปแบบ และกระบวนการพัฒนาระบบการจัดสวัสดิการชุมชน เงื่อนไขบริบทของชุมชนที่ช่วยสนับสนุนความสำเร็จและอุปสรรคต่อการพัฒนาระบบการจัดสวัสดิการชุมชนสำหรับกลุ่มเปราะบางทางสังคม ตลอดจนแนวทางการขับเคลื่อนในระดับพื้นที่เพื่อพัฒนาระบบการจัดสวัสดิการชุมชนสำหรับกลุ่มเปราะบางทางสังคมของกองทุนสวัสดิการชุมชน สู่การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. กลุ่มเป้าหมาย และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

1.1 การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

ใช้วิธีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง (purposive) ซึ่งพิจารณาพื้นที่ที่ศึกษาว่ากลุ่มกองทุนสวัสดิการชุมชนเทศบาลตำบลสามง่าม อำเภอสามง่าม จังหวัดพิจิตร ที่มีการดำเนินงานที่ดี (good practice) ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการจัดสวัสดิการชุมชนโดยมีจัดตั้งกองทุนสวัสดิการชุมชนของภาคประชาชนภายใต้แนวคิด “กองทุนชาวบ้าน เพื่อช่วยชาวบ้าน” ซึ่งเกิดจากการเล็งเห็นปัญหาที่ต้องการแก้ไขในเรื่องความเหลื่อมล้ำทางสังคม โดยมีแนวคิดพื้นฐานที่มองเห็นว่าทุกคนต้องอยู่ในสังคมด้วยความเสมอภาคและเท่ากัน บนพื้นฐานของการสร้างความสุขที่ยั่งยืนคือการแบ่งปันทำบุญช่วยเหลือกันขึ้นมาโดยต้องการสร้างความมั่นคงให้แก่สมาชิกตลอดชีวิต ได้แก่ การเกิด การแก่ การเจ็บ และการตาย บนพื้นฐานของหลักคุณธรรม ความสามัคคี มีน้ำใจ ร่วมกันแก้ไขปัญหา สร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อกัน ทำให้ชุมชนเข้มแข็งและมีกลุ่มที่คอยช่วยเหลือเมื่อเกิดความเดือดร้อนหรือคราวจำเป็น

1.2 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

การวิจัยนี้มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ คณะกรรมการ และสมาชิกของกองทุนสวัสดิการชุมชนตำบลสามง่าม อำเภอสามง่าม จังหวัดพิจิตร โดยเป็นบุคคลที่มีความรู้และมีประสบการณ์เกี่ยวกับการทำงานด้านกองทุนสวัสดิการชุมชน รวมทั้งหมด 22 คน โดยใช้การคัดเลือกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) ที่มีคุณสมบัติ ดังนี้

- (1) เป็นคณะกรรมการหรือเป็นสมาชิกของกองทุนสวัสดิการชุมชนกองทุนสวัสดิการชุมชนตำบลสามง่าม อำเภอสามง่าม จังหวัดพิจิตร
- (2) เป็นกรรมการของกองทุนฯ ไม่น้อยกว่า 1 สมัย
- (3) เป็นสมาชิกของกองทุนฯ ไม่น้อยกว่า 2 ปี
- (4) เป็นผู้ที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนกองทุนสวัสดิการชุมชนอย่างต่อเนื่อง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีการใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่สำคัญ ได้แก่

2.1 นักวิจัยเป็นเครื่องมือในการวิจัย (researchers as the research instrument) โดยมีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (triangulation) ซึ่งกันและกันเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ (reliability) รวมทั้งกระบวนการตรวจสอบข้อมูลจากกลุ่มกองทุนสวัสดิการชุมชนและคืนข้อมูลการวิจัยสู่พื้นที่ศึกษาเพื่อใช้ในการวางแผนและพัฒนากิจการดำเนินงานของกลุ่มสวัสดิการชุมชนเทศบาลตำบลสามง่าม อำเภอสามง่าม จังหวัดพิจิตร

2.2 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure interview Guideline) ได้มาจากบททวนจากหนังสือบทความวิชาการ บทความวิจัย และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาสร้างแนวคำถามในการสัมภาษณ์กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยมีเนื้อหาที่สำคัญ ได้แก่ พัฒนาการ รูปแบบและกระบวนการพัฒนาระบบการจัดสวัสดิการชุมชน และเงื่อนไขบริบทชุมชนที่ส่งผลต่อความสำเร็จการพัฒนาระบบการจัดสวัสดิการชุมชนเชิงบูรณาการสำหรับกลุ่มเปราะบางทางสังคม

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้มีการดำเนินงานดังนี้

3.1 การวิจัยเชิงเอกสาร โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารข้อมูลของกองทุนสวัสดิการชุมชนที่ทำให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ สิทธิประโยชน์และระเบียบข้อบังคับ ตลอดจนโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดสวัสดิการชุมชน

3.2 การวิจัยภาคสนาม โดยใช้เทคนิคการวิจัยดังนี้

3.2.1 การสนทนากลุ่ม (focus group discussion) โดยการเชิญตัวแทนทั้งคณะกรรมการและสมาชิกของกองทุนสวัสดิการชุมชน จำนวน 10 คน ได้แก่ ประธาน รองประธาน กรรมการฝ่ายต่าง ๆ ได้แก่ ฝ่ายเหรัญญิก ฝ่ายทะเบียน ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายสวัสดิการ ฝ่ายตรวจสอบภายใน และตัวแทนสมาชิกของกองทุน เข้าสู่กระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในประเด็นเรื่องของการพัฒนาการ การบริหารจัดการสวัสดิการชุมชน รูปแบบสิทธิประโยชน์ที่สมาชิกได้ระเบียบข้อบังคับ เงื่อนไขบริบทชุมชนที่ส่งผลต่อความสำเร็จ และแนวทางการพัฒนาระบบสวัสดิการชุมชน

3.2.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) ซึ่งการสัมภาษณ์ผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการจัดสวัสดิการชุมชน (key Informant) ได้แก่ จากคณะกรรมการกองทุนสวัสดิการชุมชน จำนวน 3 คน ผู้นำชุมชนภาคท้องถิ่น (กำนัน/ผู้ใหญ่) และผู้นำท้องที่ (นายกเทศบาลตำบล/เจ้าหน้าที่ฝ่ายงานกองทุนสวัสดิการสังคม) จำนวน 4 คน และตัวแทนสมาชิกของกองทุนสวัสดิการชุมชน จำนวน 5 คน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้วิธีการลงรหัสข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (content analysis) อย่างเป็นระบบ โดยเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในแง่ต่าง ๆ ตามข้อเท็จจริง ทั้งในเชิงเหตุและผล ในลักษณะของการพรรณานำไปสู่คำตอบในการศึกษาและสรุปให้เห็นถึงการพัฒนาระบบการจัดสวัสดิการชุมชนเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางคุณภาพชีวิตให้กับกลุ่มเปราะบางทางสังคม

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. การพัฒนาระบบสวัสดิการชุมชนเชิงบูรณาการเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางคุณภาพชีวิตให้กับกลุ่มเปราะบางทางสังคม ผลการวิจัยพบว่า

1.1 พัฒนาการของการจัดสวัสดิการชุมชนเชิงบูรณาการสำหรับกลุ่มเปราะบางทางสังคม

การจัดสวัสดิการชุมชนของเทศบาลตำบลสามง่าม ดำเนินการภายใต้ “กองทุนชาวบ้าน เพื่อช่วยชาวบ้าน” เริ่มก่อตั้งเมื่อปี 2545 หลังจากภาวะวิกฤติเศรษฐกิจปี 2540 ทำให้ชาวบ้านได้รับผลกระทบในการดำรงชีพ วิถีชีวิตของคนในชุมชนเปลี่ยนแปลง ซึ่งสิ่งสำคัญของการริเริ่มการจัดสวัสดิการชุมชน เป็นการสร้างหลักประกันทางคุณภาพชีวิตโดยมีพื้นฐานมาจากการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ร่วมกันต่อสู้กับความเปราะบาง สุขภาพเศรษฐกิจ ความยากจน ปัญหาสังคม และจากการที่มองนโยบายด้านการจัดสวัสดิการสังคมของภาครัฐไม่สามารถเข้ามาช่วยแก้ไขปัญหาลดความเหลื่อมล้ำทางคุณภาพชีวิตได้ทุกประเด็น ซึ่งรูปแบบของการจัดสวัสดิการชุมชนที่เกิดขึ้นจากความสุขที่ยั่งยืนคือการแบ่งปันทำบุญช่วยเหลือกันผ่านกองทุนวันละ 1 บาท ซึ่งในระยะแรกมีสมาชิกแรกเข้า 112 คนจำนวน ที่เกิดจากบูรณาการทางความคิดผู้นำชุมชนและแกนนำได้มีจุดประกายการร่วมกลุ่มและสื่อสารความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของกองทุนสวัสดิการชุมชนของเทศบาลตำบลสามง่าม ถือว่าเป็นกองทุนที่คนในชุมชนร่วมกันจัดขึ้นโดยมีหลักยึดโยงกับแนวคิดของคำว่า “ความหวัง” ที่อยากให้ทุกคนได้ช่วยเหลือซึ่งกันและกันเมื่อยังมีชีวิตที่เรียกว่า “สวัสดิการคนเป็น” ที่ได้ใช้ประโยชน์จากกองทุนนี้ในยามที่ยังมีชีวิตอยู่ ได้แก่ การเกิด การศึกษา บวช แต่งงาน ขึ้นบ้านใหม่ รับใช้ชาติ (ทหาร) ประสบภัยธรรมชาติ งานบุญประเพณี บำนาญชรา พัฒนาอาชีพ สงเคราะห์เมื่อเสียชีวิต และคำว่า “การมองเห็นเพื่อนมนุษย์” ที่เกิดจากการช่วยเหลือบนพื้นฐานของความเป็นไปได้ ที่จะทำให้ทุกคนอยู่ในสังคมอย่างเท่าเทียมกันในวันนี้เพื่อส่งเสริมการให้อย่างมีคุณค่า การรับอย่างมีศักดิ์ศรี ตลอดชีวิตด้วยการจัดสวัสดิการแก่สมาชิกในกรณี สมาชิก เกิด แก่ เจ็บ ตาย ฯลฯ โดยเฉพาะกลุ่มเปราะบางทางสังคมที่ประสบปัญหาความเดือดร้อนและได้รับผลกระทบจากสภาวะการณ์ต่าง ๆ ทางสังคม และรวมไปถึงผู้ที่ขาดโอกาสในการเข้าถึงบริการพื้นฐานของทางภาครัฐและผู้ที่ประสบปัญหาไม่สามารถ

ดำรงชีวิตได้อย่างทัดเทียมและเสมอภาคกับบุคคลอื่น ๆ ได้แก่ เด็กและเยาวชน ผู้ยากไร้ สตรี คนด้อยโอกาส คนพิการ ผู้สูงอายุ คนยากจน และแรงงานนอกระบบ ซึ่งการช่วยเหลือทั้งด้านกาย จิต สังคม และปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่ตอบสนองการดำรงชีวิตได้ แม้จะเป็นเพียงเล็กน้อยในการช่วยเหลือเพื่อเป็นกำลังใจจากคนในชุมชนด้วยกัน ดังนั้นเมื่อกลุ่มเปราะบางกลุ่มนี้ ถ้าวันนั้นเกิดเจ็บป่วย นอนโรงพยาบาล ประสบปัญหาหรือเสียชีวิต ทางกลุ่มจะนำเงิน 1 บาทไปเย็บหม้อไปช่วยเหลือ ทำบุญ ให้กับสมาชิกในกลุ่มได้ทั้งตำบล จนถึงปัจจุบันปี 2565 กองทุนสวัสดิการชุมชนจัดสวัสดิการชุมชนของเทศบาลตำบลสามง่าม มีจำนวนสมาชิกทั้งสิ้น 687 คน รวมเงินกองทุนทั้งหมด 1,643,356 ล้านบาท (ที่มา: กองทุนสวัสดิการจัดสวัสดิการชุมชนของเทศบาลตำบลสามง่าม, 2565) ตามระเบียบข้อบังคับกองทุนสวัสดิการชุมชนสามง่าม ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 6) พ.ศ. 2558 ระบุการจัดสวัสดิการหรือบริการที่จัดให้แก่สมาชิกมีมากกว่า 21 ประเภทหรือกิจกรรมครอบคลุมตั้งแต่เกิด แก่ เจ็บ ตาย หรือการพัฒนาคุณภาพชีวิต รวมถึงสวัสดิการเกี่ยวกับการพัฒนาอาชีพให้แก่สมาชิกในครอบครัวเพื่อเพิ่มรายได้ มีประเภทสวัสดิการที่สำคัญ ๆ และหลังจากที่กองทุนสวัสดิการชุมชนสามง่ามได้มีการพัฒนาระบบโครงสร้างและสวัสดิการโดยดูแลทั้งตำบลจำนวน 16 หมู่บ้าน

1.2 กระบวนการจัดสวัสดิการชุมชนเชิงบูรณาการสำหรับกลุ่มเปราะบางทางสังคม

1.2.1 โครงสร้างคณะกรรมการการจัดสวัสดิการชุมชนเชิงบูรณาการ

กองทุนสวัสดิการชุมชนเทศบาลตำบลสามง่ามมีการออกแบบโครงการการทำงานของตำบลผ่านการจัดตั้งศูนย์ประสานงานเครือข่ายองค์กรชุมชนอำเภอสามง่ามโดยเน้นให้คนในชุมชนเป็นหลักในการทำงานร่วมกัน โดยเฉพาะผู้นำชุมชนและตัวแทนในพื้นที่ให้ลงไปสร้างความเข้าใจ พูดคุย กับลูกบ้านของตนชักชวนให้เข้ามาเป็นสมาชิกกองทุนสวัสดิการชุมชน จึงจัดให้มีศูนย์ประสานงานกองทุนสวัสดิการชุมชนทุกหมู่บ้านผ่านตัวแทนหมู่บ้านละ 2 คนทั้ง 16 หมู่บ้าน และบริหารกองทุนฯยึดหลักธรรมาภิบาลผนวกกับแนวคิดการดำเนินงานแบบ WHO ได้แก่ Work (ระบบงาน) Human (ระบบคน) และ Organization (ระบบโครงสร้างทรัพยากรองค์กร) เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการที่ดี ควบคุมและสามารถตรวจสอบได้ โดยกองทุนกองทุนสวัสดิการชุมชนมีโครงสร้างคณะกรรมการและบทบาทหน้าที่ในการรับผิดชอบดำเนินงานดังต่อไปนี้

ประธานกองทุนฯ มีบทบาทหน้าที่เป็นประธานในการประชุมต่าง ๆ บริหารของกองทุนฯให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์

รองประธานกองทุนฯ มีบทบาทหน้าที่ในการช่วยประธาน กรณีประธานไม่สามารถทำหน้าที่ได้หรือได้รับมอบหมาย

เลขานุการ/ผู้ช่วยเลขานุการ มีบทบาทหน้าที่จัดเตรียมเอกสารและสถานที่ในการประชุม / บันทึกการประชุม/ชี้แจงรายงานการประชุมต่อกรรมการกองทุนฯ

เหรัญญิก/ผู้ช่วยเหรัญญิก มีหน้าที่ควบคุมเก็บรักษาเงิน และจัดทำบัญชีเก็บเอกสารไว้เป็นหลักฐานในการตรวจสอบเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 5 ปี

กรรมการฝ่ายทะเบียน มีบทบาทหน้าที่จัดการใบสมัคร/ลงทะเบียนในทะเบียนสมาชิกตามขั้นตอนลำดับก่อนหลัง และออกสมุดประจำตัวสมาชิก

กรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์ มีบทบาทหน้าที่ประชาสัมพันธ์องค์การในทุกรูปแบบเพื่อให้กองทุนฯเป็นที่รับรู้ของบุคคลทั่วไปเพื่อขยายฐานสมาชิกในพื้นที่ และจัดทำเว็บไซต์ของกองทุนฯ

กรรมการฝ่ายสวัสดิการ มีบทบาทหน้าที่จัดสวัสดิการให้ครอบคลุมตามความต้องการของสมาชิก และตรวจสอบความถูกต้องของเอกสาร

กรรมการตรวจสอบภายในและภายนอกมีบทบาทหน้าที่ตรวจสอบการบริหารจัดการ เอกสารการเงิน และทุก ๆ เรื่องการดำเนินงานของกองทุน

โดยให้ผู้นำชุมชนและตัวแทนหมู่บ้านเป็นคณะกรรมการกองทุนที่มาจากทุกหมู่บ้าน รวมทั้งหมด 25 คน โดยมีการสร้างเวทีกลางผ่านการใช้กองทุนสวัสดิการชุมชนตำบลสามง่ามเป็นฐานในการเชื่อมโยงสู่การจัดตั้งสภาองค์กรชุมชนตำบลสามง่ามการดำเนินงานมีการเลือกตัวแทนสมาชิกในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในทำหน้าที่กรรมการกองทุนสวัสดิการชุมชนตำบลบนพื้นฐานของหลักนิติธรรมที่มีข้อบังคับขององค์กรและระเบียบต่าง ๆ ของกองทุน ไว้เป็นแนวทางในการปฏิบัติเป็นที่ยอมรับของสมาชิก ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกองทุน วัตถุประสงค์และที่มา

กองทุนสวัสดิการ สมาชิกกองทุน คณะกรรมการ รูปแบบการจัดสวัสดิการ การบริหารเงินและการบัญชี และการประชุมของกองทุน ซึ่งมีการประชุมคณะกรรมการกองทุนสวัสดิการชุมชนตำบลเพื่อวางแผนงาน พร้อมทั้งแนวทางการแก้ไขปัญหาเดือนละ 1 เดือน/ครั้ง เพื่อรายงานผลการดำเนินงาน ปัญหา อุปสรรค และร่วมกันพิจารณาหาทางแก้ไข ปัญหา มีระบบการประชุมสมาชิกกองทุนสวัสดิการชุมชน 1 ปี/ครั้ง รายงานผลการดำเนินงานในรอบปีและจัดทำงบดุล ให้สมาชิกและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้รับทราบ และสมาชิกสามารถแสดงความคิดเห็นในการเพิ่มเติมและปรับเปลี่ยนระเบียบข้อบังคับทุกปีเพื่อทำให้เกิดการปลูกจิตสำนึกให้สมาชิกร่วมเป็นเจ้าของกองทุนฯ

1.2.2 เครือข่ายและงบประมาณการจัดสวัสดิการชุมชนเชิงบูรณาการ

จากการศึกษาบริบทที่นำมาสู่การพัฒนากระบวนการจัดสวัสดิการชุมชนเชิงบูรณาการโดยอาศัย การเชื่อมโยงเครือข่ายการทำงานและงบประมาณกันทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในหลายระดับ หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ เทศบาลตำบลสามง่าม พัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดพิจิตร สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน และ กลุ่มองค์กรการเงิน ได้แก่ กองทุนสวัสดิการสงเคราะห์อำเภอสางาม กลุ่มออมทรัพย์สามง่าม กองทุนหมู่บ้าน และองค์กร ภาคประชาชน คือ กองทุนที่ได้รับการบริจาคเงินและสิ่งของจากภาคประชาชน และภาคเอกชน ทุกภาคส่วนที่เข้ามา ช่วยเหลือเงินสมทบเพื่อนำมาจัดสวัสดิการชุมชน ซึ่งการเชื่อมโยงการทำงานในระดับ มาเชื่อมเป็นเครือข่ายเพื่อหนุนเสริม การขับเคลื่อนงานสวัสดิการชุมชนในระดับจังหวัดเพื่อร่วมกันขับเคลื่อนให้เกิดระบบสวัสดิการชุมชนในการพัฒนา คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนอย่างครอบคลุมในระดับพื้นที่

1.2.3 รูปแบบการจัดสวัสดิการชุมชนเชิงบูรณาการกับกลุ่มเป้าหมาย

การดำเนินงานของกองทุนสวัสดิการชุมชนเทศบาลตำบลสามง่ามบนพื้นฐานของหลักความคุ้มค่าที่มีการบริหารจัดการและใช้ทรัพยากรที่มีให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ส่วนร่วม สำหรับสมาชิกจะได้รับสวัสดิการต้อง เป็นไปตามเงื่อนไขที่ต้องส่งเงินออมสมทบครบ 180 วัน นับจากวันที่คณะกรรมการรับเข้าเป็นสมาชิกตามระเบียบ ข้อบังคับกองทุนสวัสดิการชุมชนเทศบาลตำบลสามง่าม ซึ่งปัจจุบันมีรูปแบบการจัดสวัสดิการชุมชนของกองทุนฯ ในการ ดูแลคุณภาพชีวิตของสมาชิกทุกกลุ่มในพื้นที่ตำบลทั้ง 11 ประเภท 21 ช้อ ได้รับสิทธิประโยชน์ตั้งแต่เกิด แก่ เจ็บ ตาย ได้แก่

สวัสดิการชุมชนด้านการเกิด การจัดสวัสดิการชุมชนด้านเด็กและแม่ของเด็กเป็นการช่วยเหลือที่ มอบให้สมาชิกในเรื่องของการรับขวัญเด็กแรกเกิด และมารดาต้องนอนโรงพยาบาลหลังคลอดลูก ซึ่งสวัสดิการชุมชนใน ด้านนี้เป็นการสะท้อนที่เกิดจากการช่วยเหลือแบบเกื้อกูลโดยที่เน้นการจัดสวัสดิการบนพื้นฐานของความเป็นชุมชน และ ระบบเครือข่ายที่เป็นการให้ความสำคัญของเพื่อนมนุษย์ที่มีการสืบทอดโดยเฉพาะการเย็บเยียนที่ไม่เน้นเลือกการ ปฏิบัติคนที่ไม่รู้จักที่เป็นการช่วยเหลือบนพื้นฐานของการเป็นสมาชิกอย่างเท่าเทียมกันทั่วถึง

สวัสดิการชุมชนด้านที่อยู่อาศัย เป็นการสะท้อนถึงระบบความสัมพันธ์ของคนในชุมชนที่มีการ ช่วยเหลือกันบนพื้นฐานของการลงแรงในการช่วยงานบุญไม่ว่าจะเป็นการลงแรง ลงเงิน การนำอาหารมาช่วยกันบน พื้นฐานความเป็นเครือญาติและเพื่อนบ้านในชุมชน แต่การจัดสวัสดิการชุมชนมีการเปลี่ยนผ่านในการช่วยเหลือในระบบ การได้รับสวัสดิการของสมาชิกในกลุ่ม ได้แก่ การทำบุญขึ้นบ้านใหม่ ที่เป็นการแสดงความยินดีของเพื่อนสมาชิกในชุมชน ทั้งอยู่ในรูปแบบเงิน และสิ่งของเพื่อลดค่าใช้จ่ายในบ้าน และที่สำคัญการจัดสวัสดิการชุมชนในการซ่อมแซมบ้าน โดยเฉพาะการสมทบการซ่อมแซมบ้านผู้เดือนร้อนเรื่องที่อยู่อาศัย เป็นการสนับสนุนเงิน หรือกำลังแรงงานของสมาชิก ร่วมกับเทศบาลในการช่วยเหลือแบบร่วมแรงร่วมใจกันบนพื้นฐานของการเป็นจิตอาสาของสมาชิกในกลุ่ม ตลอดจน สนับสนุนเงินทุนผ่านโครงการบ้านพอเพียงชนบทตำบลสามง่าม โดยกองทุนฯ ร่วมกับสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (พอช.) ดำเนินการซ่อมแซมบ้านผู้ได้รับความเดือดร้อนในพื้นที่

สวัสดิการชุมชนด้านผู้สูงอายุ เป็นการสมทบจากการที่ผู้สูงอายุได้รับเบี้ยยังชีพจากภาครัฐ ซึ่ง ทางกองทุนสวัสดิการชุมชนได้เล็งเห็นความสำคัญของการแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายของผู้สูงอายุและผู้ดูแลที่ต้องทำงานหนัก ในการเลี้ยงดูให้กับผู้สูงอายุ โดยทั่วไปแล้วทางกองทุนได้มีการให้ความสำคัญในการดูแลผู้สูงอายุในชุมชนจึงได้มีการจัด สวัสดิการชุมชนเป็นแบบระบบขั้นบันไดในการสมทบเงินให้กับสมาชิกตามกลุ่มอายุตามเงื่อนไขข้อตกลงได้แก่ อายุ 60-69 ปี อายุ 70-79 ปี อายุ 80-85 ปี และอายุ 85 ปีขึ้นไป และนอกจากนี้ก็ยังมีการบริการทางสังคมในเรื่องของจัด

กิจกรรมทั้งในด้านการตรวจสอบสุขภาพประจำปี พัฒนาอาชีพ และกิจกรรมนันทนาการที่ช่วยเสริมสร้างกาย จิตใจ และสังคม เพราะสิ่งสำคัญของกองทุนได้ให้ความสำคัญและความเคารพกับผู้สูงอายุในฐานะเป็นทรัพยากรที่ทรงคุณค่าในตัวเอง

สวัสดิการชุมชนด้านการศึกษา เป็นการสนับสนุนทุนการศึกษาที่เล็งเห็นถึงการให้ความสำคัญของทุนมนุษย์เพื่อให้ง่ายแก่ใจกับผู้สำเร็จการศึกษาทุกระดับ ป.6, ม.3, ม.6, ปวช., ปวส., ปริญญาตรี ซึ่งตรงนี้เป็นทำให้ความสำคัญในการสนับสนุนการสร้างพลเมืองของชุมชนในการเป็นแรงขับเคลื่อนในการศึกษาต่อและทำงานให้กับชุมชนของสมาชิก

สวัสดิการชุมชนด้านคนพิการ เป็นการช่วยเหลือในการที่แบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายในการดำเนินชีวิต โดยจะมีการสมทบจากเบี้ยยังชีพคนพิการของสมาชิกมีเหตุต้องพิการ โดยมุ่งแก้ไขหรือบรรเทาปัญหาเฉพาะหน้าเพื่อปลดปล่อยความรู้สึกที่ให้การใช้ชีวิตได้อย่างปกติ โดยการจัดสวัสดิการชุมชนที่จัดให้คนพิการส่วนใหญ่เป็นรูปแบบของเงินและเครื่องอุปโภคบริโภค ตลอดจนการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพเพื่อสร้างรายได้

สวัสดิการชุมชนด้านงานบุญ ประเพณี และวัฒนธรรม เป็นการช่วยเหลือเกื้อกูลกันในเรื่องงานบุญ ได้แก่ การอุปสมบท และงานมงคลสมรส และมีการสนับสนุนงานประเพณีวัฒนธรรม ได้แก่ เข้าพรรษา ลอยกระทง สงกรานต์ แข่งเรือ และกีฬาต่าง ๆ เพื่อให้เกิดกิจกรรมที่เสริมสร้างความรักและความสามัคคีในการเข้ามามีส่วนร่วมกิจกรรมชุมชน

สวัสดิการชุมชนด้านความกตัญญูและการทำคุณประโยชน์ให้กับสังคม เป็นการช่วยเสริมสร้างคุณค่าของการทำความดีและประโยชน์ให้กับชุมชนและสังคม เพราะเล็งเห็นถึงการปลูกฝังให้สมาชิกได้ตระหนักถึงการช่วยเหลือ การมีคุณธรรม และจิตอาสาบนพื้นฐานของการเป็นคนดี มีคุณธรรม และปฏิบัติหน้าที่ต่อสังคม ซึ่งการจัดสวัสดิการชุมชนได้สนับสนุนในเรื่องรางวัลคนดี รางวัลคนกตัญญู การรักษาดิน และการรับใช้ชาติทั้งในเรื่องการสมัครเป็นทหารหรือการได้รับเลือกเป็นทหาร

สวัสดิการชุมชนด้านเจ็บป่วยและอุบัติเหตุ เป็นการสนับสนุนการดูแลการรักษาพยาบาลที่เกิดจากการเจ็บป่วยและอุบัติเหตุเป็นเหตุให้ต้องนอนโรงพยาบาลทั้งจากนอนโรงพยาบาลของรัฐและโรงพยาบาลเอกชนจะได้รับเงินกองทุนสวัสดิการชุมชน

สวัสดิการชุมชนด้านการประกอบอาชีพ สวัสดิการหรือการช่วยเหลือเกื้อกูลกันในเรื่องของการประกอบอาชีพ ภูมิปัญญาต่าง ๆ ส่วนใหญ่สนับสนุนการจัดตั้งกลุ่มและพัฒนาอาชีพซึ่งทางกองทุนได้จัดกิจกรรมอบรมอาชีพ ทำดอกไม้จันทน์ ตะกร้าโคร่งเหล็ก ถักเชือกปอเฮ ผ่านตัวโครงการเสริมสร้างพัฒนาศักยภาพเพิ่มทางเลือกเพิ่มรายได้ตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง และโครงการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพเพิ่มทางเลือกในการสร้างรายได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา โดยทางศูนย์ได้ร่วมกับศูนย์เรียนรู้การพัฒนาศรีและครอบครัวจังหวัดพิษณุโลก และกิจกรรมมอบพันธุ์ปลา และมอบเมล็ดพันธุ์ผักภายใต้โครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้มีรายได้น้อยในชนบท ซึ่งการสนับสนุนในเรื่องทุนในการประกอบอาชีพอีกด้วย นอกจากนี้องค์ความรู้เดิมที่มีก็ถูกพัฒนาและต่อยอดจนสามารถที่จะนำไปทำเป็นสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อจำหน่ายสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ประกอบกับการที่มีเงินทุนช่วยในตอนแรกก็ทำให้ชุมชนมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ผลงานใหม่ออกมามากขึ้น สร้างความน่าสนใจให้ชิ้นงานและผลิตภัณฑ์ของกองทุนฯ

สวัสดิการชุมชนด้านเสียชีวิต ในปัจจุบันการจัดสวัสดิการด้านเสียชีวิตของกองทุนฯ ก็คือ จะมีการร่วมแรงร่วมใจกันในการมาช่วยงานศพ เป็นการลงแรง และมีการนำเงินมาสมทบทำบุญร่วมกัน การให้เป็นเงินเพื่อช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายที่ เจ้าภาพ หรือญาติของผู้เสียชีวิตต้องแบกรับ ได้แก่ เงินฌาปนกิจที่จะต้องมีการจ่ายเงินให้แก่ครอบครัวผู้เสียชีวิต

สวัสดิการการชุมชนด้านสงเคราะห์ผู้ด้อยโอกาส ต้องเป็นผู้ด้อยโอกาสที่ได้รับการรับรองจากมติคณะกรรมการกองทุนฯ กองทุนจะละเว้นให้โดยไม่ต้องส่งเงินสัจจะ และมีสิทธิได้รับสวัสดิการเหมือนสมาชิกทั่วไปทั้งนี้จะต้องกำหนดให้กองทุนเป็นผู้รับผลประโยชน์เท่านั้น จัดกิจกรรมมอบอาหารยังชีพ ภายใต้โครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้มีรายได้น้อยในชนบท และสมทบการซ่อมแซมบ้านผู้ได้รับความเดือดร้อนเรื่องที่อยู่อาศัย (ผู้ด้อยโอกาส) และเครื่องอุปโภคบริโภค มอบผู้พิการ ผู้ด้อยโอกาส ผู้ประสบปัญหาทางสังคม และอาหารดำรงชีพให้สมาชิกทุกคน

1.2.4 การต่อยอดของกองทุนการจัดสวัสดิการชุมชนเชิงบูรณาการ

สำหรับกองทุนสวัสดิการชุมชนเทศบาลตำบลสามง่าม เกิดจากการบูรณาการของหน่วยงานที่เข้ามาสนับสนุนงบประมาณเป็นการสหภาพจาก 3 ขา ประกอบด้วย ขาที่ 1 ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐซึ่งกองทุนฯ ได้รับเงินสมทบจากเทศบาลตำบลสามง่าม (ท้องถิ่น) ซึ่งท้องถิ่นสนับสนุน 4 รอบต่อปี เป็นเงินประมาณ 400,000 บาท และทางกองทุนได้ขอสมทบจากสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชนที่มีการสนับสนุนรายหัวของสมาชิกประมาณ 365 บาท ขาที่ 2 เกิดจากกลุ่มองค์กรการเงิน ได้แก่ กองทุนสวัสดิการสงเคราะห์อำเภอสามง่าม กลุ่มออมทรัพย์สามง่าม กองทุนหมู่บ้าน และขาที่ 3 องค์กรภาคประชาชน คือ กองทุนที่ได้รับการบริจาคภาคประชาชนและเอกชน ซึ่งปัจจุบันการสมทบเงินสนับสนุนเริ่มมีปัญหาในเรื่องงบประมาณของการสนับสนุนเพราะหลาย ๆ กองทุนก็ไม่ได้รับการสนับสนุนท้องถิ่นจึงทำให้กองทุนดำเนินการไม่ได้ แต่สำหรับกองทุนสวัสดิการชุมชนเทศบาลตำบลสามง่ามได้มีแนวคิดในการต่อยอดผ่านกระบวนการระดมความคิดเห็นเพื่อนำเงินดังกล่าวมาลงทุนเพื่อต่อยอดด้วยการเครื่องซักผ้าจำนวน 10 เครื่อง ตู้น้ำดื่ม 2 ตู้ และตู้น้ำดื่ม 2 ตู้ ซึ่งตรงนี้เมื่อหักค่าไฟฟ้าค่าน้ำ ค่าตอบแทนผู้ดูแล จะมีเงินฝากประมาณเดือนละ 3,000 บาท ปัจจุบันมีเงินในบัญชีอยู่ 110,407 บาท และที่สำคัญทางกองทุนฯ ได้พัฒนากลุ่มอาชีพ ทำดอกไม้จันทน์ ในที่นี้สมาชิกที่เสียชีวิตจะซื้อจากกลุ่มอาชีพและที่สำคัญของการสร้างจุดขายโดยซื้อดอกไม้จันทน์ที่กลุ่มนี้จะช่วยเหลือและสร้างหลักประกันทางคุณภาพชีวิตของคนพื้นที่ได้ ซึ่งตอนนี้กลุ่มอาชีพนี้มีเงินอยู่ 178,035 บาท ดังนั้นวิถีคิดของคณะกรรมการที่มองว่ากองทุนในปัจจุบันจะต่อยอดรายได้เกิดขึ้น เพื่อวันข้างหน้าถ้ารัฐบาล เทศบาล หรือหน่วยงานต่าง ๆ ไม่มีเงินสมทบให้กับกองทุนฯ กองทุนก็ยังสามารถยืนอยู่ได้

2. เงื่อนไขบริบทชุมชนที่ส่งผลต่อความสำเร็จการพัฒนาระบบการจัดสวัสดิการชุมชนเชิงบูรณาการในการลดความเหลื่อมล้ำทางคุณภาพชีวิตให้กับกลุ่มเปราะบางทางสังคม ผลการวิจัยพบว่า

สำหรับการพัฒนาระบบการจัดสวัสดิการชุมชนเชิงบูรณาการของกองทุนสวัสดิการชุมชนเทศบาลตำบลสามง่ามที่ทำให้ประสบความสำเร็จและมีความเข้มแข็งมีเงื่อนไขบริบทชุมชนที่สำคัญ ดังนี้

เงื่อนไขที่ 1 ประวัติศาสตร์ของการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนากองทุนฯ สิ่งสำคัญของการเกิดกลุ่มที่เป็นเงื่อนไขสำคัญของการถักทอและความต้องการร่วมบนพื้นฐานของความเชื่อ อุดมการณ์ และผลประโยชน์ร่วมกัน เพราะจุดสำคัญของการปลุกจิตวิญญาณในการร่วมกันสร้างกองทุนฯ ต้องอาศัยการมีประวัติศาสตร์ร่วมในการรวมกลุ่มผ่านกระบวนการปลุกจิตสำนึกสมาชิกร่วมเป็นเจ้าของกองทุนฯ เพื่อร่วมเผชิญกับปัญหาที่ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตของสมาชิก การมีประสบการณ์ต่าง ๆ โดยตรงร่วมกันของสมาชิกในชุมชนที่ตกอยู่ภายใต้ปัญหาและสถานการณ์เดียวกันโดยเฉพาะปัญหาที่อยากแก้ไขคือ ความเหลื่อมล้ำทางคุณภาพชีวิต ทุกคนต้องอยู่ด้วยความเสมอภาคและเท่าเทียมกัน ได้มีโอกาสพูดคุย ปรัชญาหรือ แลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นต่อการดำเนินชีวิต จนเกิดการหลอมรวมเพื่อให้เกิดการรวมกลุ่ม จนนำไปสู่การเคลื่อนไหวในหลักลมกลุ่มการดำเนินร่วมกันจนเกิดเป็นพลังของกลุ่มที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของสมาชิกทุกคนในกลุ่ม (Stakeholders Participation) เป็นกระบวนการที่สำคัญมากในการพัฒนาความเข้มแข็งของกลุ่ม เป็นเงื่อนไขที่ทำให้เกิดการร่วมรับรู้ ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ และร่วมลงมือกระทำอย่างเข้มแข็งการร่วมแรงร่วมใจช่วยเหลือซึ่งกันและกันและสร้างหลักประกันในการดำรงชีวิต

เงื่อนไขที่ 2 การมีผู้นำและแกนนำที่มีระบบวิธีคิดแบบเห็นประโยชน์ส่วนร่วม สำหรับกองทุนฯ มีผู้นำชุมชนและแกนนำที่เรียกว่า “ทุนมนุษย์” ที่มีระบบวิธีคิดที่แฝงอุดมการณ์ที่ให้ความสำคัญกับความเป็นมนุษย์ที่มองเห็นการสร้างหลักประกันทางคุณภาพชีวิตให้ประชาชนในพื้นที่ และที่สำคัญทั้งผู้นำชุมชน แกนนำกองทุนฯ และสมาชิก ที่ร่วมกันสร้างให้ทุกคนเกิดคุณธรรม ความรัก ความสามัคคี การมีน้ำใจ มีการช่วยกันพัฒนา แก้ไขปัญหา และร่วมกันจัดสวัสดิการชุมชนอย่างเป็นระบบครบวงจรชีวิตร่วมกัน

เงื่อนไขที่ 3 การมีโครงสร้างการบริหารกองทุนฯ แบบกระจายอำนาจ สำหรับกองทุนฯ โครงสร้างการบริหารโดยการกระจายอำนาจความรับผิดชอบโดยแบ่งการทำงานตามความรู้ความสามารถของคณะกรรมการแต่ละคนที่ได้คัดเลือกเป็นตัวแทนของแต่ละหมู่บ้าน ซึ่งมีโครงสร้างการคณะทำงานชัดเจน และที่สำคัญมีการบริหารกองทุนฯ ยึดหลักธรรมาภิบาลผนวกกับแนวคิดการดำเนินงานแบบ WHO ได้แก่ Work (ระบบดำเนินงาน) Human (ระบบคน) และ Organization (ระบบโครงสร้างทรัพยากรขององค์กร) เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการที่ดี ควบคุมและสามารถตรวจสอบได้

และที่สำคัญการขับเคลื่อนกองทุนฯ เน้นเรื่องของการมีคุณธรรมโดยได้มีการประกาศยึดมั่นของคณะกรรมการและสมาชิกในการทำความดีร่วมกันภายใต้แนวคิดทุกคนมีความสุขบนพื้นฐานของการทำดี พอเพียง วินัย สุจริต และจิตอาสา เพื่อให้กองทุนฯ เป็นของชุมชน เพื่อการให้โดยแท้จริงและไม่แสวงหาผลกำไรทางทรัพย์สิน

เงื่อนไขที่ 4 การบูรณาการทำงานของเครือข่ายภายในและภายนอกกองทุนฯ สำหรับกองทุนฯ มีทุนทางสังคมที่ดีโดยเฉพาะการสร้างเครือข่ายหน่วยงานและสมาชิกภายในและภายนอกพื้นที่ เพราะเนื่องจากกองทุนฯ เป็นศูนย์กลางในการเชื่อมโยงการบูรณาการทำงานแบบมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐ ท้องถิ่น เอกชน และภาคประชาชนที่มีการหนุนเสริมการทำงานของแต่ละฝ่ายในการขับเคลื่อนการทำงานทั้งในเรื่อง งบประมาณ บุคลากร วัสดุสิ่งของ ความรู้ทางวิชาการ และกิจกรรม/โครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตให้กับสมาชิกเพื่อให้สมาชิกพัฒนาตนเองให้มีคุณภาพ ให้ชุมชนเข้มแข็งและมีกองทุนฯ ที่คอยดูแลช่วยเหลือสมาชิกในชุมชนแบบยั่งยืน

เงื่อนไขที่ 5 การสร้างความเชื่อมั่นและไว้วางใจของสมาชิก สำหรับกองทุนฯ มีการสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจให้กับสมาชิกในเรื่องการดำเนินงานของกองทุนฯ ให้มีความโปร่งใสบนพื้นฐานของการมีระเบียบ กติกา และข้อตกลงร่วมกัน ที่มีเป้าหมายชัดเจนในการจัดสวัสดิการชุมชนที่ประชาชนทุกกลุ่มได้รับสิทธิประโยชน์สวัสดิการชุมชนทุกด้าน และที่สำคัญการความไว้วางใจต่อคณะกรรมการบริหารกองทุนที่มีขับเคลื่อนกองทุนฯ บนพื้นฐานของความถูกต้อง ชอบธรรม ตรวจสอบได้ และรักษาผลประโยชน์ของสมาชิก

เงื่อนไขที่ 6 การสร้างผู้นำรุ่นใหม่ของกลุ่ม ซึ่งตรงนี้เป็นเงื่อนไขที่สำคัญในการขับเคลื่อนกองทุนฯ ให้ดำรงอยู่รอดได้ในระยะยาว ซึ่งบุคคลเหล่านี้จะเป็นกำหนดทิศทางและบริหารจัดการให้กองทุนมั่นคง ซึ่งปัจจุบันได้มีการสร้างผู้นำรุ่นใหม่ที่ทำางร่วมกับคณะกรรมการโดยเป็นสมาชิกเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ระบบงาน ระบบคน ระบบองค์กร โดยการปลูกฝังแนวคิดการทำงานในระบบวิถีคิด ภาวะผู้นำ การเห็นประโยชน์ส่วนร่วม และการบริหารจัดการกองทุน

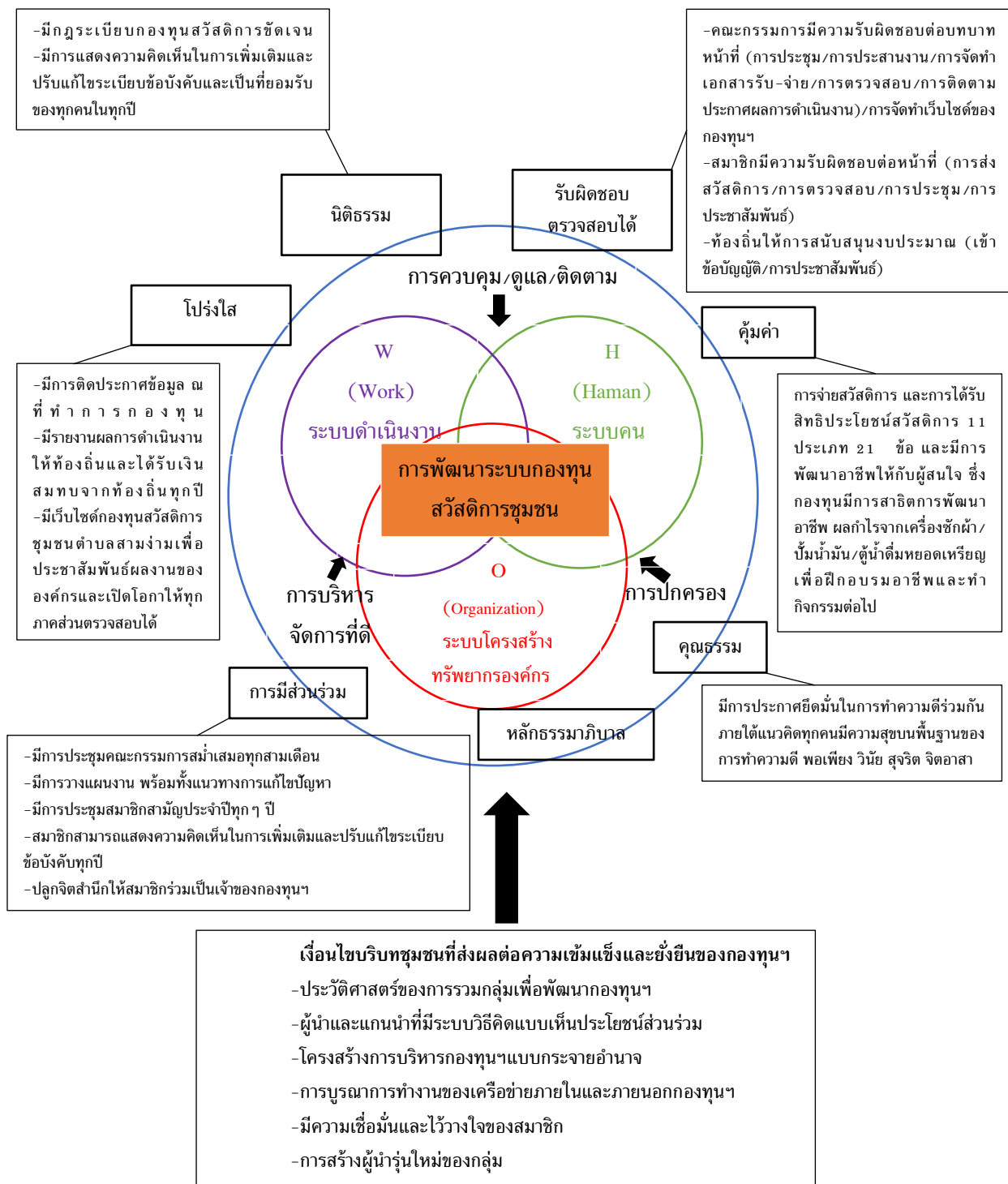
อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยการพัฒนาระบบสวัสดิการชุมชนเชิงบูรณาการเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางคุณภาพชีวิตให้กับกลุ่มเปราะบางทางสังคม สามารถอภิปรายผลได้ว่า การพัฒนากองทุนสวัสดิการชุมชนเทศบาลตำบลสามง่ามมีจุดเริ่มต้นมาจากพื้นฐานของวิถีคิดของแกนนำและสมาชิกเกี่ยวกับปัญหาที่ยากแก้ไขคือเรื่องความเหลื่อมล้ำทางคุณภาพชีวิต จึงทำให้เกิดการรวมกลุ่มในการสร้างและพัฒนาระบบสวัสดิการชุมชนที่ประชาชนรวมตัวกันในแต่ละชุมชนท้องถิ่นนำทุนชุมชนที่มีอยู่ในชุมชนทั้งทุนที่เป็นตัวเงิน หรือทุนอื่นที่ไม่ใช่ตัวเงินมารวมกันจัดตั้งเป็นกองทุนเพื่อจัดสวัสดิการให้กับสมาชิกในชุมชน รวมทั้งการดูแลผู้ที่สมควรได้รับการดูแลทั้งกลุ่มคนทั่วไปและกลุ่มเปราะบางทางสังคมเพื่อเป็นการสร้างหลักประกันให้เกิดความมั่นคงของคนในชุมชน ด้วยการ “การมองเห็นเพื่อนมนุษย์” ที่เกิดจากการช่วยเหลือบนพื้นฐานของความเป็นไปได้ที่จะทำให้ทุกคนอยู่ในสังคมอย่างเท่าเทียมกันในการมีสวัสดิการสังคมเป็นหลักรองรับแก่ประชาชนทุกคน ไม่ว่าจะยากดีมีจน บนฐานคิดที่ว่าทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐ ท้องถิ่น เอกชน และภาคประชาชน ที่ต้องดูแลมนุษย์ทุกคนเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานที่มนุษย์ทุกคนมีโอกาสใช้ร่วมกันได้ทันทีที่เป็นมนุษย์ตั้งแต่ในครรภ์ เติบโตต้นทุนมนุษย์ให้เต็มเพียงพอแก่การที่จะสามารถพัฒนาศักยภาพตนเองเพื่อเป็นฟันเฟืองสำคัญในการขับเคลื่อนการสร้างสรรค์ระบบเศรษฐกิจและสังคมไปจนถึงวาระสุดท้ายของการดำเนินชีวิตเพื่อความเป็นมนุษย์ที่เท่าเทียมเสมอหน้ากัน ซึ่งระบบสวัสดิการชุมชนจะมีความเข้มแข็งและยั่งยืนจะต้องมีการบริหารงานภายใต้แนวคิดธรรมาภิบาลโดยตัวแทนของสมาชิกภายใต้กฎระเบียบกติกาของกองทุนที่สมาชิกเป็นผู้กำหนดทั้งในเรื่องระบบงาน (Work) (กฎระเบียบ/กระบวนการดำเนินงาน/การต่อยอดของกองทุน) ระบบคน (Human) (การรวมกลุ่มสมาชิก/สิทธิประโยชน์ที่สมาชิกได้รับ) และระบบโครงสร้างทรัพยากรขององค์กร (Organization) (โครงสร้างคณะกรรมการ/เครือข่ายภายในและภายนอก/งบประมาณ) และสิ่งสำคัญในการเชื่อมโยงโครงสร้างการทำงานในเชิงพื้นที่ในชุมชนเข้าหากันเพื่อยกระดับการเป็นสถาบันที่เกิดจากการจัดสวัสดิการชุมชนแบบพหุลักษณะ (Pluralism Model) ภายใต้แนวคิดการเป็นหุ้นส่วนทางสังคม (Social Support Partnership Promotion) เพื่อเชื่อมร้อยบูรณาการทำงานร่วมกันทั้งภาครัฐ ท้องถิ่น เอกชน และภาคประชาชน ในการพัฒนาระบบสวัสดิการชุมชนเพื่อประโยชน์สาธารณะ นำทรัพยากรและความเชี่ยวชาญของแต่ละภาคส่วนที่มีอยู่มาผสมผสานในทางที่เสริมพลังการทำงานซึ่งกันและกัน โดยผู้เป็นหุ้นส่วนสามารถลงหุ้นด้วยองค์ความรู้ทางวิชาการ นโยบาย งบประมาณ เครือข่าย และบุคลากร ในการสร้างความมั่นคงทางนโยบายเกี่ยวกับความมั่นคงทางชีวิตผ่านการ

สนับสนุนงบประมาณ สร้างให้ประชาชนเกิดความมั่นใจในการดำเนินงานสวัสดิการชุมชนให้ขยายฐานของกองทุนที่ครอบคลุมทุกกลุ่มประชากรและพื้นที่ และท้องถิ่น โดยเฉพาะภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์กรภาคประชาชน และภาคเอกชน ควรเข้ามาสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับประชาชนในพื้นที่ สอดคล้องกับวิชุดา แก้วเชื้อ (2554) ได้ศึกษาการเสริมสร้างความเข้มแข็งตามแนวคิดหุ้นส่วนทางสังคมในการจัดสวัสดิการสังคมขององค์กรสาธารณประโยชน์ พบว่า เป็นการสร้างความร่วมมือ การต่างตอบแทน การควบคุม และการตรวจสอบระหว่างหน่วยงานภาครัฐและองค์กรสาธารณประโยชน์ ซึ่งการสร้างความร่วมมือซึ่งกันและกันมีแนวทางหลายประการ ส่วนการต่างตอบแทนซึ่งกันและกันจะเน้นการแบ่งปันความคิด ค่าใช้จ่าย และผลประโยชน์ร่วมกัน นอกจากนั้นการควบคุมซึ่งกันและกันมีการให้ความสำคัญกับการมีกฎหมายหรือกฎระเบียบ สำหรับการตรวจสอบซึ่งกันและกันจะเน้นการมีธรรมาภิบาลในการทำงาน และสนับสนุนในเชิงนโยบาย คือ ปรับปรุงกลไกกฎหมายทั้งการกระจายอำนาจงานสวัสดิการสังคมและกระจายแหล่งเงินทุนเพื่อจัดสวัสดิการแบบองค์รวม และการจัดบริการสาธารณะอย่างเป็นระบบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการบูรณาการเชิงระบบ (System Integration) ที่ทำให้ทุกหน่วยย่อยในสังคม (Sub Group) มีการคิดและจัดการร่วมกันเพื่อศักยภาพและสิ่งที่มีอยู่เชื่อมโยง (Shiffman, 1989) ให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น โดยมีจุดเน้นไปใน 3 ระดับ คือ ระดับองค์กรชุมชน ระดับเครือข่าย และหน่วยงานที่ส่งเสริมและสนับสนุนสวัสดิการชุมชน ทั้งที่เป็นหน่วยงาน ของรัฐและเอกชน และระดับนโยบาย ซึ่งการจัดสวัสดิการชุมชนจึงเป็นลดความเหลื่อมล้ำทางคุณภาพชีวิตที่อยากให้ทุกคนในพื้นที่อยู่ในสังคมด้วยความเสมอภาคและเท่าเทียมกัน เพราะการจัดสวัสดิการสังคมมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับคนในชุมชน โดยเฉพาะภารกิจในการพัฒนาคุณภาพชีวิตให้กับกลุ่มผู้เปราะบางทางสังคม เพื่อตอบสนองความจำเป็นขั้นพื้นฐานในการสร้างโอกาสให้มีความสามารถในการเข้าถึงการมีอำนาจต่อรอง มีสิทธิในการจัดการทรัพยากรต่าง ๆ ในสังคมและสร้างความเป็นธรรมโดยผ่านการส่งเสริมและสนับสนุนให้กลุ่มเปราะบางทางสังคมได้รับโอกาสที่เท่าเทียมและสิทธิพื้นฐานที่จะทำให้สามารถเข้าสู่หลักประกันทางสังคม การช่วยเหลือทางสังคม และการบริการทางสังคม อันนำไปสู่การสร้างความสามารถในการพึ่งตนเองและการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีได้อย่างทัดเทียมกับบุคคลอื่น ๆ ในสังคม ซึ่งสอดคล้องกับกฤติญา กิริติกอบมณี และคณิต เขียววิชัย (2560) ศึกษารูปแบบการจัดสวัสดิการชุมชนเชิงบูรณาการระดับเมืองที่มีประสิทธิผล พบว่า การจัดสวัสดิการชุมชนเชิงบูรณาการต้องอิงหลักการที่เป็นตัวหนุนเสริมให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมและสร้างการทำงานแบบประสานความร่วมมือเชิงบูรณาการระหว่างชุมชน ภาครัฐ กรุงเทพมหานคร สถาบันการศึกษา องค์กรเอกชน ให้มีความเข้มแข็งมีพลังที่จะร่วมมือกันช่วยเหลือประชาชนในเขตเมืองให้มีความมั่นคงและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นจากเดิม

ทั้งนี้กระบวนกองทุนสวัสดิการชุมชนมีความเข้มแข็งและความยั่งยืนจะต้องมีการหนุนเสริมจากเงื่อนไขบริบทของชุมชน พบอยู่ 6 เงื่อนไข ได้แก่ การมีประวัติศาสตร์ของการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนากองทุนฯ ผู้นำและแกนนำที่มีระบบวิธีคิดแบบเห็นประโยชน์ส่วนร่วม โครงสร้างการบริหารกองทุนฯแบบกระจายอำนาจ การบูรณาการการทำงานของเครือข่ายภายในและภายนอกกองทุนฯ มีความเชื่อมั่นและไว้วางใจของสมาชิก และการสร้างผู้นำรุ่นใหม่ของกลุ่ม ซึ่งมีความสอดคล้องกับธัชชนันท์ อิศรเดช และวสันต์ ลิ้มรัตนภักทรกุล (2563) ศึกษาชุมชนกับการจัดการปัญหาความเหลื่อมล้ำเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน กรณีศึกษาชาวตำบลนองสาหร่าย พบว่า การมีผู้นำที่ดี (การมีคุณธรรมและเห็นแก่ประโยชน์ส่วนร่วม) การมีทีมงานที่ดี (การบูรณาการการทำงานร่วมกันได้)การมีแผนที่ดี (การทำงานอย่างเป็นระบบและมีโครงสร้างการทำงาน) การมีส่วนร่วมที่ดีมีประสิทธิภาพ (การมีส่วนร่วมในชุมชน) และการมีคุณภาพชีวิตที่ดี (การสร้างระบบสวัสดิการชุมชนครอบคลุมทุกด้าน)

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 1 องค์ความรู้ใหม่

สรุปผลการวิจัย

สำหรับพัฒนาการและสภาพทั่วไปในการพัฒนาระบบการจัดสวัสดิการชุมชนตำบลสามง่ามมาจากฐานองค์กรการเงินชุมชนจนตั้งเป็นกองทุนสวัสดิการชุมชนที่ดูแลครอบคลุมจำนวนทั้งหมด 16 หมู่บ้าน สมาชิกส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร รับจ้าง และค้าขาย ซึ่งลักษณะสมาชิกค่อนข้างจะไม่มีหลักประกันความมั่นคงในชีวิต โดยเฉพาะเรื่องสวัสดิการสังคมจึงทำให้เกิดความเปราะบางทางสังคมในเรื่องหลักการเข้าถึงโอกาสในการเข้าถึงหลักประกันหลักประกันความมั่นคงในชีวิต ซึ่งมีแนวคิดในการจัดตั้งเป็นการริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชนที่ร่วมกันสร้างระบบหลักประกันความ

มั่นคงของชีวิตเพื่อความอยู่ดีมีสุขของคนในชุมชนท้องถิ่น จนพัฒนามาสู่มารจัดเป็นกองทุนสวัสดิการชุมชนแบบองค์รวม โดยมีวัตถุประสงค์ ได้แก่ เพื่อเสริมสร้างนิสัยให้สมาชิกรู้จักการออมเพื่อการให้ช่วยรู้จักการแบ่งปันช่วยเหลือ ซึ่งกันและกันสร้างหลักประกันในการดำรงชีวิต โดยการเสริมสร้างการให้อย่างมีคุณค่า การรับอย่างมีศักดิ์ศรี ตลอดชีวิตด้วยการจัดสวัสดิการแก่สมาชิกในกรณี สมาชิก เกิด แก่ เจ็บ ตาย ฯลฯ บนพื้นฐานของคุณธรรม ความรัก ความสามัคคีมีน้ำใจมีส่วนร่วมช่วยกันพัฒนา แก้ไขปัญหาสังคม และร่วมกันจัดสวัสดิการอย่างเป็นระบบครบวงจรชีวิตร่วมกันระหว่างเพื่อนสมาชิก และมีองค์กรที่คอยดูแลช่วยเหลือสมาชิกในชุมชนตลอดเวลาโดยขบวนการกลุ่มที่เกิดจากกองทุนเป็นของชุมชน เพื่อให้โดยแท้จริงไม่แสวงหาผลกำไรทางทรัพย์สิน และสามารถเป็นศูนย์กลางในการเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐ ภาคท้องถิ่น ภาคประชาชน และภาคเอกชน เพื่อเกิดการบูรณาการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาระบบและรูปแบบการจัดสวัสดิการชุมชนเชิงบูรณาการที่ใช้แนวคิดการจัดสวัสดิการแบบพหุลักษณะที่มีประสิทธิผล ซึ่งมีหลักการบูรณาการการพัฒนา ระบบการจัดสวัสดิการชุมชนภายใต้การยึดหลักธรรมมาภิบาล ได้แก่ โครงสร้างคณะทำงานในเชิงพื้นที่ เครือข่ายและงบประมาณภายในและภายนอก รูปแบบการจัดสวัสดิการชุมชน และการต่อยอดของกองทุนการจัดสวัสดิการชุมชน สำหรับรูปแบบการจัดสวัสดิการชุมชนในการดูแลคุณภาพชีวิตของสมาชิกทุกกลุ่มในพื้นที่ตำบลทั้ง 11 ประเภท 21 ข้อ ได้รับสิทธิประโยชน์ตั้งแต่เกิด แก่ เจ็บ ตาย ได้แก่ ด้านสวัสดิการชุมชนด้านการเกิด ด้านผู้สูงอายุ ด้านที่อยู่อาศัย ด้านการศึกษา ด้านคนพิการ ด้านงานบุญ ประเพณี และวัฒนธรรม ด้านความกตัญญูและการทำคุณประโยชน์ให้กับสังคม ด้านเจ็บป่วยและอุบัติเหตุ ด้านการประกอบอาชีพ ด้านเสียชีวิต ด้านสงเคราะห์ผู้ด้อยโอกาส ซึ่งได้มีการพัฒนาระเบียบข้อบังคับกองทุนสวัสดิการชุมชนเทศบาลตำบลสามง่ามเพื่อเป็นข้อบังคับ กฎกติกาของกลุ่มทั้งหมด 6 หมวด ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกองทุน วัตถุประสงค์และที่มากองทุนสวัสดิการ สมาชิกกองทุน คณะกรรมการ รูปแบบการจัดสวัสดิการ การบริหารเงินทุนและการบัญชี และการประชุมของกองทุน และกระบวนการเชื่อมโยงกับเครือข่ายและกลไกหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคท้องถิ่น ภาคประชาชน และภาคเอกชน ที่มีเป้าหมายสำคัญร่วมกันในการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตและความมั่นคงของสมาชิกในชุมชนรวมทั้งกลุ่มเปราะบางทางสังคม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการพื้นฐานที่แท้จริงของสมาชิกทุกกลุ่ม สอดคล้องกับคำกล่าวที่ว่า “สวัสดิการชุมชน” (Community Welfare) เป็นหนึ่งในรูปแบบของการพัฒนาระบบการดูแลซึ่งกันและกันในชุมชน (Community Care) ที่ให้ความสำคัญกับการจัดสวัสดิการแบบพหุลักษณะจากฐานราก (Pluralism Model) เพื่อให้โอกาสกับประชาชนทุกกลุ่มในการเข้าถึงระบบสวัสดิการได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 กองทุนสวัสดิการชุมชนและหน่วยงานภาครัฐในแต่ละพื้นที่ควรมีการส่งเสริมการนำแนวคิดหุ้นส่วนทางสังคมไปใช้ในเสริมสร้างศักยภาพให้กับกองทุนสวัสดิการชุมชนที่เข้มแข็งและยั่งยืน

1.2 หน่วยงานทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคท้องถิ่น ภาคประชาชน และภาคเอกชน ควรมีการออกแบบการจัดสวัสดิการทั้งในเรื่องระบบงาน (Work) ระบบคน (Human) และระบบโครงสร้างทรัพยากรขององค์กร (Organization) ตลอดจนนโยบาย และการปรับปรุงกลไกกฎหมายทั้งการกระจายอำนาจงานสวัสดิการสังคมและกระจายแหล่งเงินทุนเพื่อจัดสวัสดิการชุมชนเชิงบูรณาการ และการจัดบริการสาธารณะอย่างเป็นระบบในแต่ละพื้นที่

1.3 กองทุนสวัสดิการชุมชนและหน่วยงานภาครัฐควรมีการพัฒนาและยกระดับกองทุนสวัสดิการชุมชนด้วยการพัฒนาระบบการดูแลซึ่งกันและกันในชุมชน (Community Care) ที่ให้ความสำคัญกับการจัดสวัสดิการแบบพหุลักษณะจากฐานราก (Pluralism Model) เพื่อให้โอกาสกับประชาชนทุกกลุ่มในการเข้าถึงระบบสวัสดิการได้อย่างยั่งยืน

1.4 กองทุนสวัสดิการชุมชนและหน่วยงานภาครัฐการเสริมสร้างขีดความสามารถในการบริหารจัดการ แกนนำ สมาชิก เครือข่าย และการต่อยอดของกองทุน ผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการถ่ายทอดเพื่อสร้างแผนการพัฒนาระบบสวัสดิการชุมชนของแต่ละพื้นที่ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วน

1.5 กองทุนสวัสดิการชุมชนและหน่วยงานภาครัฐต้องมีระบบการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในเรื่องแกนนำ หรือสมาชิกรุ่นใหม่โดยเฉพาะกลุ่มเยาวชนเพื่อขับเคลื่อนและสานต่อการทำงานของกองทุนสวัสดิการชุมชนต่อไป

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาการพัฒนากระบวนการสวัสดิการชุมชนเชิงบูรณาการบนฐานทรัพยากร ฐานวัฒนธรรมฐานชุมชนเมือง ฐานศาสนา และฐานการพัฒนา เพื่อนำผลการศึกษาเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของการจัดสวัสดิการชุมชนให้สอดคล้องกับบริบทในแต่ละพื้นที่

2.2 ควรมีการศึกษาบทบาทของหุ้นส่วนทางสังคมทั้งภาครัฐ ภาคท้องถิ่น ภาคประชาชน และภาคเอกชนที่เอื้อต่อประสิทธิภาพ ประสิทธิผลขององค์กรสวัสดิการชุมชนในการจัดสวัสดิการชุมชนเชิงบูรณาการ

2.3 ควรมีการศึกษารูปแบบการต่อยอดที่เหมาะสมของกองทุนการจัดสวัสดิการชุมชนเชิงบูรณาการเพื่อให้เกิดความเข้มแข็งและความยั่งยืนของกลุ่ม

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ. (2554). การพัฒนารูปแบบการพัฒนาสังคมและสวัสดิการที่สอดคล้องกับความต้องการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและการพัฒนาสังคมของประเทศ. กรุงเทพฯ: กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.
- กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2556). แผนยุทธศาสตร์ความมั่นคงของมนุษย์ พ.ศ. 2556-2566. กรุงเทพฯ: กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.
- กฤติญา กิริติโกบมณี และ คณิต เขียววิชัย. (2560). รูปแบบการจัดสวัสดิการชุมชนเชิงบูรณาการระดับเมืองที่มีประสิทธิภาพ. *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts)*, 10(2), 252-265.
- กองทุนสวัสดิการชุมชนจังหวัดสิงห์บุรี. (2555). เอกสารงานวิจัยกองทุนสวัสดิการชุมชนจังหวัดสิงห์บุรี ดอก ผล ต้น ใบ. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน).
- กิตติพัฒน์ นนทปัทมเดช. (2562). สวัสดิการที่เน้นผลิตภาพ (Productive Welfare): ความเข้าใจเบื้องต้น. ใน งานวันปกรณ 62 และพิธีมอบประกาศเกียรติคุณนักสังคมสงเคราะห์ดีเด่น ประจำปี พ.ศ. 2561. ณ กรมการพัฒนาสังคมและสวัสดิการ. กรุงเทพฯ: มูลนิธิศาสตราจารย์ปกรณ อังคุลิหิต.
- ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ. (2546). บทสังเคราะห์ภาพรวมการพัฒนากระบวนการสวัสดิการสำหรับคนจน และคนด้อยโอกาสในสังคมไทย. กรุงเทพฯ: บริษัท เอ็ดดิสันเพรส โปรดักส์ จำกัด.
- ทัศนีย์ ลักขณาภิชนชัช. (2548). การบริหารสังคมกับโครงสร้างสังคมไทย. กรุงเทพฯ: มิสเตอร์ ก้อปปี
- ธัชชนันท์ อิศรเดช และวสันต์ ลิ้มรัตนัทกุล. (2563). ชุมชนกับการจัดการปัญหาความเหลื่อมล้ำเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนกรณีศึกษาชาวตำบลหนองสาหร่าย. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 5(11), 375-388.
- ประเวศ วะสี. (2542). เศรษฐกิจพอเพียง และประชาคม แนวทางการพลิกฟื้นเศรษฐกิจสังคม. กรุงเทพฯ: หมอชาวบ้าน.
- มูลนิธิศูนย์วิจัยและติดตามความเป็นธรรมทางสุขภาพ. (2560). การสังเคราะห์องค์ความรู้และสถานการณ์การขับเคลื่อนนโยบายสาธารณะประเด็นสิทธิด้านสุขภาพของกลุ่มเปราะบาง. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ (สช.).
- ระพีพรรณ คำหอม. (2551). รายงานศึกษาการสังเคราะห์องค์ความรู้การพัฒนารูปแบบการบูรณาการเครือข่ายกองทุนสวัสดิการชุมชนระดับอำเภอ 12 พื้นที่. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เทพเพ็ญวานิชย์.
- วิชุดา แก้วเชื้อ. (2554). การเสริมสร้างความเข้มแข็งตามแนวคิดหุ้นส่วนทางสังคมในการจัดสวัสดิการสังคมขององค์กรสาธารณประโยชน์. *วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 14(1), 116-134.
- สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน). (2552). ชุมชนท้องถิ่นรวมพลัง สร้างสวัสดิการชุมชน. สืบค้น 24 มิถุนายน 2565. จาก https://web.codi.or.th/wp-content/uploads/2019/05/welfare_181152.pdf.
- Shiffman, R. (1989). *Comprehensive and integrative planning for community development*. New York: Pratt Institute Center for Community and Environmental Development.

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

MARKETING MIX FACTORS AFFECTING THE PURCHASING DECISION OF THAI HERBAL PRODUCTS VIA THE INTERNET OF CONSUMERS IN BANGKOK

ฐาปณีย์ กรณพัฒน์ฤๅษี^{1*} ภัทรฤทัย เกณิกาสมานวรคุณ²

Thapanee Kornnpatritichavee¹ Phatthararuethai Kenikasahmanworakhun²

¹ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยทองสุข ² คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยทองสุข

¹ Master of Business Administration, Thongsook College ² Faculty of Business Administration, Thongsook College

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (2) ความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ต ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริโภคที่เคยตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 41-50 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท และมีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ต พบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณ พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ มีค่าเท่ากับ 0.503 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 และสมการพยากรณ์ร้อยละ 48.0 ผลการทดสอบสมมติฐาน การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ต พบว่า มีความสอดคล้องในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์, สมุนไพรไทย, ผู้บริโภค

* E-mail address: thapanee.alice@gmail.com ¹ oilpunpun2522@gmail.com ²

ABSTRACT

The objectives of this research article were to study (1) Marketing mix factors affecting consumers' decision to purchase Thai herbal products via the Internet (2) the Relationship of marketing mix factors affecting purchasing decisions of Thai herbal products via the Internet, the population used in the study was consumers who had decided to purchase Thai herbal products via the Internet in Bangkok, a sample of 400 people, research tools are questionnaire; the statistics used the data analysis were percentage, mean, standard deviation and correlation coefficient analysis and test hypothesis by analyzing multiple regressions.

The result of the study found that: The results of the study found that most of the respondents were female, aged 41–50 years, with education below a bachelor's degree, average monthly income of 15,001–30,000 baht, and have a personal business career. The results of the analysis of marketing mix factors affecting the purchasing decision of Thai herbal products via the Internet of consumers in Bangkok, overall, it was at a high level.

The relationship of marketing mix factors had a positive effect on purchasing decision of Thai herbal products via the internet. It was found that there was a relationship in the same direction statistically significant at 0.00, the results of the analysis of the relationship between the purchase decision of Thai herbal products via the Internet using the multiple regression method revealed that the multiple correlation coefficient was 0.503 with a statistical significance at 0.00 and the forecast equation was 48.0%, hypothesis test results the decision to purchase Thai herbal products via the Internet was found to be consistent in the same direction statistically significant at 0.00.

Keywords: Marketing Mix Factor, Product Purchase Decision, Thai Herbs, Consumers

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีด้านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีการพัฒนาหลายรูปแบบ เครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีการครอบคลุมพื้นที่และจำนวนใช้งานมากที่สุด คือเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ที่เรียกว่า อินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นนวัตกรรมการสื่อสารที่เติบโตและได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว เนื่องจากทำให้ผู้ใช้ได้รับความสะดวกสบาย รวดเร็ว และประหยัด อินเทอร์เน็ตเป็นศูนย์รวมข่าวสารอย่างไม่มีวันสิ้นสุดทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงข้อมูลในวงการต่างๆ เช่น เศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม การศึกษา การคมนาคม การสื่อสาร และการทหาร เป็นต้น รวมทั้งในด้านธุรกิจออนไลน์ ด้วยความสำคัญและประโยชน์ของอินเทอร์เน็ต จึงทำให้อินเทอร์เน็ตมีข้อมูลข่าวสารมารวมกันเป็นจำนวนมาก อีกทั้งอินเทอร์เน็ตมีสารสนเทศให้เลือกใช้มากมาย เพื่อตอบสนองความต้องการของทุกกลุ่ม ทุกเพศ ทุกวัย ทุกสาขาอาชีพ เป็นเครื่องมือที่มีคุณสมบัติและลักษณะหลายรูปแบบมารวมกันโดยคุณสมบัติและลักษณะสำคัญของอินเทอร์เน็ต การให้บริการข้อมูลข่าวสารในรูปแบบต่างๆ ได้รวดเร็วและทันเหตุการณ์ และอินเทอร์เน็ตยังมีประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าสารสนเทศตามที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว การขยายตัวของอินเทอร์เน็ตอย่างแพร่หลายส่งผลให้อัตราการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศที่กำลังพัฒนามีโอกาสขยายตัวสูงขึ้นซึ่งอาจทำให้การสั่งซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มขึ้น ซึ่งธุรกิจในปัจจุบันให้ความสนใจในการใช้เว็บไซต์เป็นเครื่องมือในการนำเสนอขายสินค้าและบริการแก่ผู้บริโภค เนื่องจากเป็นเทคโนโลยีที่ทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ องค์การที่ดำเนินธุรกิจแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะทำให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลตามที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว และซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์ของร้านค้าได้ทันที ทุกที่ ทุกเวลา ทำให้พฤติกรรมในการเลือกซื้อเปลี่ยนแปลง เทคโนโลยีได้นำมาใช้งานในด้านต่างๆ ดังนี้ (1) ค้นหาข้อมูลต่างๆ เพื่อช่วยในการตัดสินใจทางธุรกิจ (2) สามารถซื้อขายสินค้าผ่านช่องทางตลาด หรือร้านค้าออนไลน์ (3) ทำการตลาดสื่อสารทางการตลาดการโฆษณาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (4) ผู้ใช้ที่เป็นบริษัทหรือองค์กรต่างๆ สามารถเปิดให้บริการ และสนับสนุนลูกค้าของตน ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ (สุณิสสา ตรงจิตร, 2559)

รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมสมุนไพรให้เป็นพืชเศรษฐกิจของประเทศโดยจัดทำแผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทยฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560-2564 ร่วมกับภาคเอกชนเพื่อกำหนดมาตรการ แผนงาน และแนวทางที่จะสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาสมุนไพร การส่งเสริมสมุนไพรไทยและภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์พื้นบ้านให้มีการนำไปใช้ประโยชน์และต่อยอด การสนับสนุนให้เกิดการผลิตสมุนไพรที่มีคุณภาพมาตรฐาน ควบคุมสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และส่งเสริมให้เกิดความเชื่อมั่นในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรรวมทั้งเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของสมุนไพรไทยอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติพ.ศ. 2561-2580 มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพความงาม และแพทย์แผนไทย รวมทั้งการส่งเสริมให้นำ พืชสมุนไพรมาผลิตและพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพรมูลค่าสูงในการส่งออกสู่ระดับภูมิภาคและระดับโลก และแผนยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (ด้านสาธารณสุข) ตั้งเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางบริการด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพไทย การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรและยาไทย และการสร้างความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมสมุนไพรของประเทศ จากสถานการณ์ที่ผ่านมา มีการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพร การควบคุมและกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่เหมาะสมส่งผลให้อุตสาหกรรมและการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรได้รับการพัฒนาน้อยมากและขาดความต่อเนื่องจึงได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ. 2562 เพื่อการควบคุมและกำกับดูแลส่งเสริมให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างเป็นระบบ ควบคุม ควบคุมความปลอดภัย ได้คุณภาพและมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล สามารถช่วยทดแทนการนำเข้ายาแผนปัจจุบันและผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากต่างประเทศ รวมทั้งเป็นการเพิ่มโอกาสในการแข่งขันทางการค้ากับตลาดต่างประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2562)

อีกทั้งการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) กระแสความนิยมในผลิตภัณฑ์สมุนไพรทำให้ความต้องการใช้สมุนไพรเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในด้านการบริโภคเพื่อการสร้างเสริมและดูแลสุขภาพจึงมีการแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค สมุนไพรจึงถูกนำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพร ได้แก่ ยาแผนไทยหรือยาพัฒนาจากสมุนไพร ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร อาหารและเครื่องดื่ม เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์สปา และสารสกัดจากสมุนไพรเห็นได้จากนโยบายที่ภาครัฐประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ สนับสนุนให้ประชาชนใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรในการดูแลสุขภาพเบื้องต้น (ปิยทัศน์ ไชยเย็น และยุทธนา แยกคาย, 2563) จึงนำไปสู่พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยพบว่าการปรับเปลี่ยนไปใช้ e-Commerce มากขึ้น และเร็วขึ้น ผู้บริโภคถูกบังคับให้คุ้นชินและต้องปรับตัวกับการซื้อของใช้ประจำวันและสินค้าอื่น ๆ ผ่านทางออนไลน์แทน เมื่อต้องเผชิญหน้ากับการแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ส่งผลให้เกิดการล็อกดาวน์ และการเว้นระยะห่างทางสังคม ซึ่งเมื่อการซื้อของออนไลน์กลายเป็นกิจวัตรประจำวันของผู้บริโภคแล้วนั้น ทำให้พวกเขาเปิดรับการใช้ผ่านทาง e-Commerce มากขึ้น ส่งผลต่อผู้ประกอบการดั้งเดิมที่ต้องเร่งปรับตัวโดยหันมาทำ e-Commerce เพื่อรองรับความต้องการด้านนี้ ทำให้มูลค่า e-Commerce เติบโตขึ้นแบบก้าวกระโดด และเชื่อมั่นว่าความต้องการในการซื้อสินค้าและบริการผ่านทางออนไลน์นั้นจะกลายเป็นช่องทางการซื้อที่สำคัญมากขึ้นสำหรับผู้บริโภค แม้เป็นยุคหลังการแพร่ระบาดของ COVID-19 และคาดว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคจะเพิ่มการใช้จ่ายออนไลน์แทนการใช้ช่องทางการค้าปลีกแบบเดิม (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2564)

บทความนี้นำเสนอถึงแนวโน้มการเจริญเติบโตของธุรกิจที่ขายสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตนั้นมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าประเภทสมุนไพรไทย มีกระแสความนิยมในผลิตภัณฑ์สมุนไพรทำให้ความต้องการใช้สมุนไพรเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในด้านการบริโภคเพื่อการสร้างเสริมและดูแลสุขภาพจึงทำให้ธุรกิจเหล่านี้ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการเพิ่มโอกาสในการขยายธุรกิจให้ทันสมัยและเติบโตอย่างต่อเนื่อง และจากที่กล่าวมานี้ทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการนำไปปรับปรุงรูปแบบการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคได้ในปัจจุบันและอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริโภคที่เคยตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) ในการแบ่งจำนวนประชากรของแต่ละเขต โดยมีการคัดกรองเพื่อคัดเลือก (Screening Question) เฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และเคยตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 400 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม เพื่อใช้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ชุด แบบสอบถามได้แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการวิจัย รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ มีจำนวน 5 ข้อคำถาม เป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check list), ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มี 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบปลายปิด มีจำนวน 22 ข้อคำถาม ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ต มี 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบปลายเปิด มีจำนวน 25 ข้อคำถาม และตอนที่ 4 แบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ รวมทั้งสิ้น 52 ข้อคำถาม

2.2 การตรวจสอบเครื่องมือจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาปรับปรุงตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) เพื่อแสดงผลการประเมิน IOC โดยแต่ละข้อคำถามเป็นการให้ความสำคัญในแต่ละประเด็นที่มีคำตอบให้เลือกแบบมาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) และนำแบบสอบถามไปทดสอบกับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน และนำมาหาความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient) มีค่าความเชื่อมั่นเป็นรายด้านและรวมทั้งฉบับ ดังนี้ (1) ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ข้อคำถามเกี่ยวกับด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .921 ด้านราคา มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .891 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .937 และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .925 (2) ข้อคำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .957 ด้านการค้นหาข้อมูล มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .721 ด้านการประเมินผลทางเลือก มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .937 ด้านการตัดสินใจซื้อ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .915 และด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .960 เมื่อทดสอบแบบสอบถามทั้งฉบับ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .914

3. สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยที่เก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีแหล่งที่มาข้อมูล 2 แหล่ง คือ

4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary source) ใช้แบบสอบถามในการศึกษาจากผู้บริโภคที่เคยการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยได้ทำการทดสอบ Pretest นำแบบสอบถามจำนวน 40 ชุด ไปแจกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน เพื่อเป็นการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม โดยกำหนดการเก็บข้อมูลจะดำเนินการกับผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จากนั้นนำมาทดสอบหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) เพื่อให้แบบสอบถามมีความเชื่อถือได้และหลังจากนั้นโดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ผู้วิจัยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากจำนวนประชากรทั้งหมดที่เป็นผู้บริโภคที่เคยการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เป็นกลุ่มตัวอย่างที่เก็บตามความเป็นจริง

4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary source) เป็นการศึกษาข้อมูลจากแหล่งที่มีผู้ศึกษาและเก็บรวบรวมเอกสารทางวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ การสืบค้นจากสารสนเทศและข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลที่ต้องการจะศึกษา แนวคิด ทฤษฎีเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาสนับสนุนงานวิจัยฉบับนี้ ซึ่งในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้ 1) ข้อมูลแจกแบบสอบถามให้แก่ประชากรที่กำหนดไว้ 2) ตอบข้อซักถามบางประการที่ผู้ตอบแบบสอบถามจะต้องการคำอธิบายเพิ่มเติม 3) เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้ข้อมูลครบถ้วนแล้ว เพื่อนำไปจัดทำและเตรียมสำหรับการวิเคราะห์

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้เครื่องมือทางสถิติในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

5.2 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นการใช่วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ใช้ในการหาความสัมพันธ์การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ต เพื่อทดสอบสมมติฐานที่กำหนดไว้ โดยผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ค่าสถิติโดยการวิเคราะห์ การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) และการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยสัมประสิทธิ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ซึ่งเป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ค่าที่ได้เรียกว่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ปกติจะมีค่าอยู่ระหว่าง -1.00 ถึง 1.00

การกำหนดความหมายของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Correlation) มีดังนี้

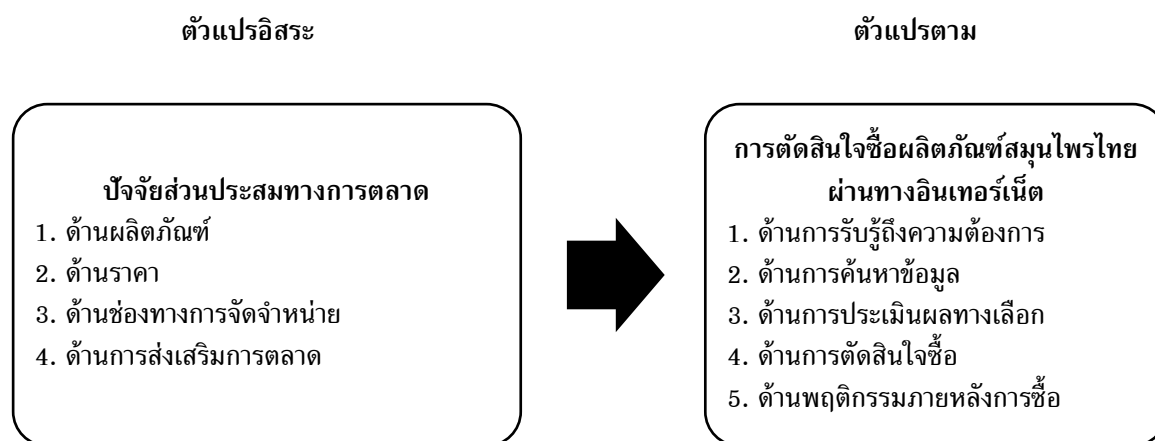
1. ค่า r เป็นบวก และเข้าใกล้ 1 หมายถึง ตัวแปร X และ Y มีความสัมพันธ์กันมากในเชิงเส้น และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือ ถ้าตัวแปรตัวหนึ่งเพิ่มขึ้น อีกตัวแปรหนึ่งและมีค่าเพิ่มขึ้น หรือถ้าตัวแปรหนึ่งลดลง อีกตัวแปรหนึ่งจะมีค่าลดลงด้วย

2. ค่า r เป็นลบ และเข้าใกล้ -1 หมายถึง ตัวแปร X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม คือ ถ้าตัวแปรหนึ่งเพิ่มขึ้น อีกตัวแปรหนึ่งจะมีค่าลดลง หรือถ้าตัวแปรหนึ่งลดลง อีกตัวแปรหนึ่งจะมีค่าเพิ่มขึ้น

3. ถ้า r มีค่าใกล้ 0 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันน้อย

4. ถ้า r เท่ากับ 0 แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า

มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 66.0 อายุ 41-50 ปี จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.4

1.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.11	.671	มาก	1
2. ด้านราคา	3.77	.812	มาก	4
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.93	.629	มาก	3
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.98	.657	มาก	2
รวม	3.95	.663	มาก	

จากการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.11$) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.98$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.93$) และด้านราคา ($\bar{X} = 3.77$) ตามลำดับ

1.2 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 2 การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ต

การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
1. ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ	3.82	.887	มาก	2
2. ด้านการค้นหาข้อมูล	3.91	.679	มาก	1
3. ด้านการประเมินผลทางเลือก	3.76	.804	มาก	4
4. ด้านการตัดสินใจซื้อ	3.65	.869	มาก	5
5. ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ	3.77	.694	มาก	3
รวม	3.78	.661	มาก	

จากการวิเคราะห์การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการค้นหาข้อมูล ($\bar{X} = 3.91$) ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ($\bar{X} = 3.82$) ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ($\bar{X} = 3.77$) ด้านการประเมินผลทางเลือก ($\bar{X} = 3.76$) และด้านการตัดสินใจซื้อ ($\bar{X} = 3.65$) ตามลำดับ

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า

2.1 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Correlation)

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Correlation)

ตัวแปรอิสระ	การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	
	Pearson's Correlation	Sig. (1-tailed)
1. ด้านผลิตภัณฑ์	.534***	0.000
2. ด้านราคา	.578***	0.000
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.487***	0.000
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	.592***	0.000

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Correlation) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกด้าน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.534, .578, .487, และ .592 โดยมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ต ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	B	Beta	t	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1)	.478	.467	5.643	.000
2. ด้านราคา (X_2)	.558	.685	11.668	.000
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3)	.483	.475	5.965	.000
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (X_4)	.124	.121	2.454	.000
$R = 0.503$, $R^2 = 0.480$, Adjusted $R^2 = 0.464$, SEE = 0.313, F = 345.524, Sig = 0.000				

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) มีค่าเท่ากับ 0.503 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 และความสัมพันธ์มีค่าร้อยละ 48.0 ($R^2=0.480$) โดยสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

สมการพยากรณ์

$$Y = a + B_1 X_1 + B_2 X_2 + B_3 X_3 + B_4 X_4$$

$$\text{Decision} = .797 + .478\text{Prod} + .558\text{Price} + .483\text{Place} + .124\text{Prom}$$

$$(5.643) \quad (11.668) \quad (5.965) \quad (2.454)$$

จากสมการพยากรณ์พบว่า ตัวแปรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ดีที่สุด คือ ด้านราคา อันดับรองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านผลิตภัณฑ์ และอันดับสุดท้าย คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด

2.2 การทดสอบสมมติฐาน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย	ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง	t	สรุป
H_1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	0.478	5.643***	สอดคล้อง
H_2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคามีผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	0.558	11.668***	สอดคล้อง
H_3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	0.483	5.965***	สอดคล้อง
H_4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	0.124	2.454***	สอดคล้อง

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ทุกสมมติฐานมีความสอดคล้องโดยค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ .478, .558, .483, และ .124 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงอันดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคา เป็นเพราะ มีผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยมีความหลากหลายตามที่ถูกความต้องการ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยมีความทันสมัย ซึ่งผู้ใช้บริการสามารถข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยมีคุณภาพเป็นไปตามที่ได้ประกาศจริง มีข้อตกลงหรือเงื่อนไขการรับประกันในการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างชัดเจน มีการติดตามหลังการขาย การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น มีการลด แลก แจก แถม ชิงโชค เป็นต้น การสะสมแต้มเพื่อเป็นส่วนลดในการซื้อครั้งต่อไป มีการส่งข้อมูลข่าวสารให้ทราบผ่านทางอีเมล เฟสบุ๊ค ไลน์ และสื่อออนไลน์ รูปแบบการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตที่น่าสนใจและทันสมัย มีรูปแบบการบริการเก็บเงินปลายทาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกาญจนาวดี สาลีเทศ และณัฐพัชร อภิวัฒน์ไพศาล (2564) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางในระบบออนไลน์ของ GEN Z ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ร่วมกันอธิบายการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางในระบบออนไลน์ของ GEN Z ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้ร้อยละ 65.5 ซึ่งพิจารณาจากค่า Adjusted R² เท่ากับ 0.652 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยปราโมทย์ ยอดแก้ว (2564) ศึกษาเรื่องการตลาดดิจิทัลกับการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตใหม่ในสังคมไทย วิถีชีวิตใหม่ในสังคมไทยเมื่อมีวิกฤตทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตใหม่ เป็นพฤติกรรมไม่เหมือนเดิมที่เรียกกันว่า นิวนอร์มอล (New Normal) “ความปกติใหม่” ที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่ต้องเว้นระยะห่างทางสังคม การใส่ใจสุขภาพ การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กับการลงทุน และการใช้อินเทอร์เน็ตตามโลกที่เข้าสู่ยุคการตลาดดิจิทัล ทางเว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย แอปพลิเคชัน ไปจนถึงแพลตฟอร์มต่าง ๆ ซึ่งการตลาดต้องเปลี่ยนแปลงตามวิถีชีวิตใหม่จากส่วนประสมทางการตลาดหรือ 4P's มาสู่การตลาดดิจิทัลที่มีความสำคัญกับแนวคิด 4Es ในการตอบสนองความต้องการรูปแบบความสะดวกสบาย ความประทับใจ และการมีส่วนร่วมในองค์กรที่ดี เพื่อให้องค์กรนั้นอยู่รอดได้ในยุคการเปลี่ยนแปลงตามวิถีชีวิตใหม่ ซึ่งตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา การปรับตัวต้องมีสติ รู้ความบกพร่องของตัวเองและแก้ไข พยายามปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตนจนเกิดเป็นความเคยชินในสิ่งที่ดีงาม ด้วยหลักธรรมปธาน 4 โดยรู้จักพึ่งตนเอง เพียรละเลิกสิ่งที่ไม่ดี ทำให้เป็นวิถีชีวิตแบบใหม่ สิ่งที่ไม่เคยทำก็ต้องทำ และการเพียรรักษาทำในสิ่งที่ดี ใช้การดำเนินชีวิตใหม่อย่างมีความสุข และยังสอดคล้องกับงานวิจัยหยาดพิรุณ บุญเชื้อ (2562) ศึกษาเรื่อง แผนธุรกิจหาเห็ดผสมสมุนไพร แผนธุรกิจนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจหาเห็ดผสมสมุนไพรตราแม่ไก่ในเขตหนองคาย ผลการวิจัยพบว่า หัวข้อด้านราคา ส่วนใหญ่นิยมในเรื่องราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับปริมาณมากที่สุด มีระดับการตัดสินใจเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก หัวข้อด้านการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่นิยมในเรื่องสถานที่จัดจำหน่ายเข้าถึงได้สะดวกมากที่สุด มีระดับการตัดสินใจเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก ในหัวข้อด้านส่วนประสมทางการตลาดส่วนใหญ่นิยมในเรื่องมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ มีระดับการตัดสินใจเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก ในหัวข้อการเลือกบริโภคหาเห็ดผสมสมุนไพรกระบวนการเพื่อลดงานเอกสารและแบบทดสอบ และการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการสรรหาอบรมพนักงาน

จากผลการวิจัยการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการค้นหาคำข้อมูล ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ด้านการประเมินผลทางเลือก และด้านการตัดสินใจซื้อ เป็นเพราะ รองรับการค้นหาคำภาษาไทยได้ ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ มีแหล่งร้านค้าตลาดขายส่ง มีร้านค้าออนไลน์มากกว่าหนึ่งพันแห่งให้เลือกใช้บริการ ค้นหาได้ง่ายทางอินเทอร์เน็ต มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมณีนรัตน์ รัตนพันธ์ (2558) ศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภค ในจังหวัดภาคใต้ตอนล่างประเทศ

ไทย พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ ทุกปัจจัยมีความสำคัญระดับมาก มีเพียงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ระดับปานกลาง และปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ยกเว้นปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดทุกด้าน ซึ่งหาซื้อได้ง่ายตามท้องตลาด เป็นร้านค้าที่มีชื่อเสียงด้านสมุนไพรและมีความน่าเชื่อถือ เพจมีรายละเอียดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยครบถ้วนเข้าใจง่าย ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยมีความสะดวกในการค้นหาและการเลือกซื้อ และสอดคล้องกับงานวิจัยของภทราวุฒิ ภูมิศรี (2557) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทเครื่องสำอางผ่านทางระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31 - 40 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน มีสถานภาพโสด รายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท ส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าเครื่องสำอางประเภทผิวหน้า สาเหตุที่เลือกซื้อผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพราะมีความหลากหลายผู้ผลิต ส่วนใหญ่เลือกซื้อเพราะตนเอง ค่าใช้จ่ายต่อครั้งต่ำกว่า 1,000 บาท และเลือกชำระเงินผ่านบัญชีธนาคาร

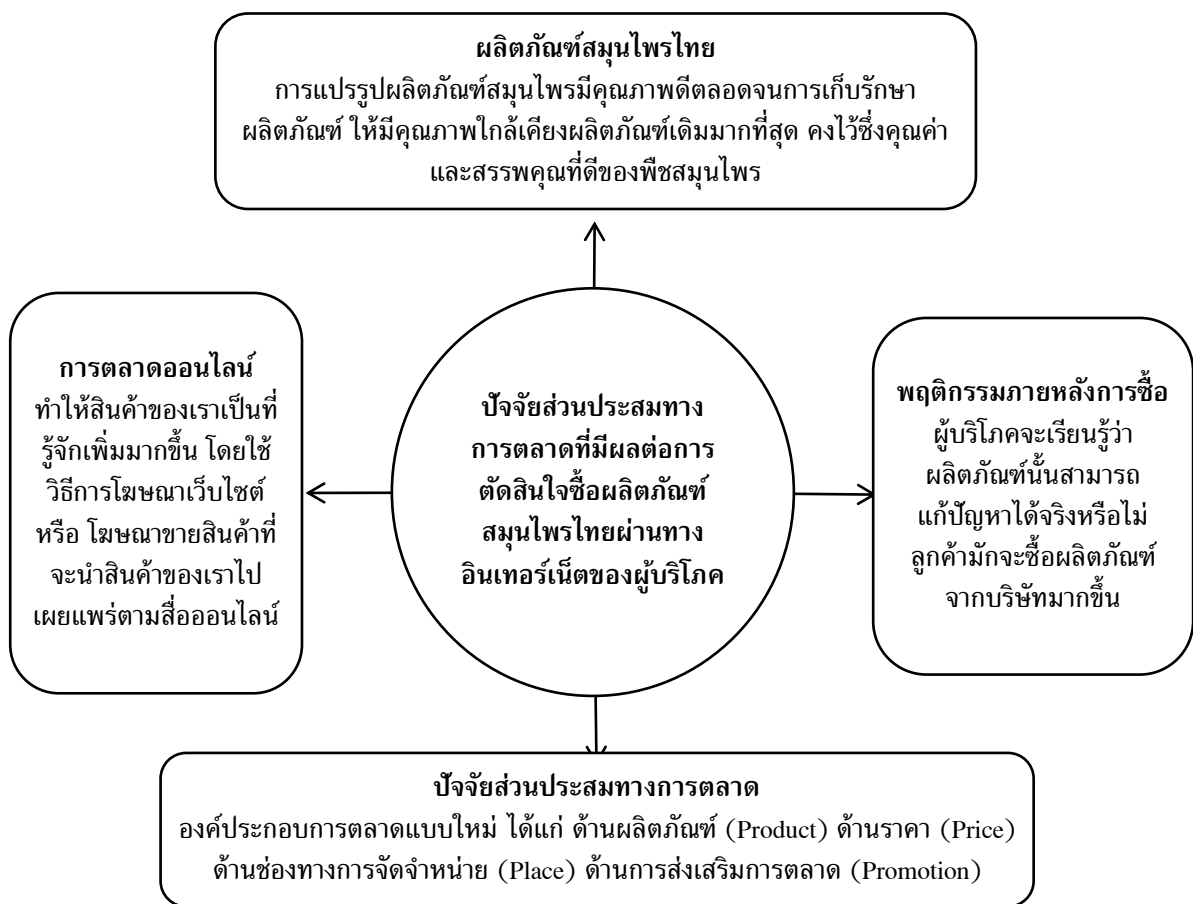
จากผลการวิจัยความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Correlation) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกด้าน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.534, .578, .487, และ .592 โดยมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ต ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 เป็นเพราะบรรจุภัณฑ์ที่สะอาด คุณภาพดี และมีเครื่องหมายมาตรฐาน รับรองมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ใช้อย่างมีผลต่อการตัดสินใจเนื้อหาของฉลากที่เป็นประโยชน์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่มีสีและกลิ่นมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่มีให้เลือกหลายรูปแบบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุเสาวนีย์ ศรีจันทร์นิล (2559) ศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ รายได้ และการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน ในขณะที่พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตด้านประเภทของผลิตภัณฑ์ ความถี่ในการใช้บริการและงบประมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน มีความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.00 และสอดคล้องกับงานวิจัยของอรุณทัย ปัญญา (2562) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊ก) ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในมหาวิทยาลัยเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊ก) ได้แก่ การตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊ก) เพศอายุและรายได้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว และปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.1

จากผลการวิจัย ความสัมพันธ์การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ทุกประการ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นเพราะการสืบค้นและหาข้อมูลสามารถรองรับการค้นหาภาษาไทยได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนันทริกา เครือสา และพัชรหทัย จารุทวีผลบุญกุล (2563) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อสินค้าและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวแบรนด์เคลิฟของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร พบว่า (1) ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอายุส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวแบรนด์ในกรุงเทพมหานครต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (2) พฤติกรรมการซื้อสินค้าได้แก่ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวแบรนด์ในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริม

การตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวแบรนด์เดอลีฟของลูกค้าในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่าด้านที่มีผลมากที่สุด ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านราคาและด้านผลิตภัณฑ์ มีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 96.80 และสอดคล้องกับงานวิจัยของนิโลบล วิศาล จิตตรัตน์, ไพศาล ลิมาเลาเต่า และ อุบลรัตน์ ศิริสุขโสภา (2562) วิจัยเรื่องการพัฒนาต้นแบบระบบจัดการข้อมูลพืชสมุนไพรไทยและให้บริการข้อมูลสรรพคุณด้วยบาร์โค้ด 2 มิติ ผลการศึกษาพบว่า (1) พัฒนาระบบจัดการข้อมูลพืชสมุนไพรไทยและให้บริการข้อมูลสรรพคุณด้วยบาร์โค้ด 2 มิติสามารถจัดการข้อมูลประเภทสมุนไพร ข้อมูลพืชสมุนไพร ข้อมูลสรรพคุณการรักษาของพืชสมุนไพร และเรียกใช้ข้อมูลด้วยบาร์โค้ด 2 มิติได้เป็นอย่างดีและ (2) ผลการประเมินประสิทธิภาพ โดยผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมาตรฐานความหลากหลายของสินค้า ความหลากหลายของตราสินค้า และมีบริการรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.00

องค์ความรู้ใหม่

จากการวิจัยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital HR) ที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากรของบริษัท แอลพีเอส บิซิเนสกรุ๊ป จำกัด สามารถจำแนกองค์ความรู้ใหม่ ได้ 4 ด้าน ดังนี้



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่

1. ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย การนำส่วนของพืชสมุนไพรมาผสมปรุงหรือแปรรูปอย่างอื่น ๆ เช่น บดละเอียด โดยการเปลี่ยนแปลงสถานะของสมุนไพรให้แตกต่างไปจากเดิม เพื่อประโยชน์ในการใช้งานที่หลากหลายมากขึ้น สมุนไพรมีหลายชนิด และมีสรรพคุณทางยาที่แตกต่างกันทางรูป รสชาติกลิ่น สีเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญเพื่อให้การแปรรูปผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีคุณภาพดีตลอดจนการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ ให้มีคุณภาพใกล้เคียงผลิตภัณฑ์เดิมมากที่สุด เนื่องจากผลิตภัณฑ์บางประเภทไม่สามารถคงสภาพอยู่ได้นาน การแปรรูปจึงเป็นการคงไว้ซึ่งคุณค่าและสรรพคุณที่ดีของพืชสมุนไพร เช่น ฟ้าทะลายโจร น้ำมะตูม ผงขมิ้นชัน ชาใบหม่อน ขมิ้นชันชนิดแคปซูล ไอศกรีมชาเขียว และชมพู่มะกรูด

2. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ หลังจากการที่ได้ซื้อผลิตภัณฑ์ และได้บริโภคแล้ว ผู้บริโภคจะเรียนรู้ว่าผลิตภัณฑ์นั้นสามารถแก้ปัญหาได้จริงหรือไม่ สร้างความพอใจให้มากน้อยเพียงใดเมื่อลูกค้าได้รับความพอใจหรือพอใจมากจากการได้บริโภคผลิตภัณฑ์ ลูกค้ามักจะซื้อผลิตภัณฑ์จากบริษัทมากขึ้น มีความภักดียาวนาน ผู้ขายมีบริการติดตามลูกค้าหลังการขายมีข้อมูลข่าวสารสื่อผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ การส่งเสริมองค์ความรู้ด้านสมุนไพรเพื่อฟื้นฟูสุขภาพอย่างมีคุณภาพ และมีการยกระดับผลิตภัณฑ์สมุนไพรและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หลัก 4P หรือ Marketing Mix ที่เรียกเป็นภาษาไทยว่า “ส่วนผสมทางการตลาด” เป็นหนึ่งในทฤษฎีสำหรับวางแผนการตลาด นับว่าเป็นหนึ่งในวิธีการวิเคราะห์ลูกค้าที่ได้รับความนิยมไปทั่วโลก เพราะมีพื้นฐานที่ง่าย ตรงไปตรงมา ซึ่งนักธุรกิจทุกท่านเข้าใจกันดี ว่าหากไม่มีการตลาดก็จะไม่มีลูกค้าที่จะทำให้กิจการสามารถดำเนินการต่อไปได้องค์ประกอบการตลาดแบบใหม่ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

4. การตลาดออนไลน์ การตลาดออนไลน์ เช่น โฆษณา Facebook, โฆษณา Google, โฆษณา Youtube, Instagram มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้สินค้าของเราเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น โดยใช้วิธีการโฆษณาเว็บไซต์ หรือ โฆษณาขายสินค้าที่จะนำสินค้าของเราไปเผยแพร่ตามสื่อออนไลน์ โดยการตลาดออนไลน์ (Online Marketing) สามารถทำได้หลายช่องทาง ได้แก่ การตลาดออนไลน์บน Search Engine การตลาดออนไลน์ผ่านอีเมล เพื่อส่งข่าวสาร โปรโมชั่น ถึงลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย การตลาดออนไลน์ที่ทำผ่าน Social Network เช่น Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, Tiktok เป็นต้น

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ เพราะประโยชน์จากสมุนไพรไทยมีความหลากหลาย ช่วยบรรเทาอาการเจ็บป่วย และเป็นอีกหนึ่งทางเลือกในการดูแลสุขภาพ ซึ่งส่งผลให้วงการสุขภาพสมุนไพรไทยมาสังกัดเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและยารักษาโรคอย่างแพร่หลาย แต่เชื่อว่าทุกผลิตภัณฑ์นั้นจะได้มาตรฐานหรือมีปริมาณสมุนไพรที่นำมาใช้ในการผลิตให้เพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย และการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค จะมีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาช่วยดำเนินการคัดเลือกผลิตภัณฑ์สมุนไพรคุณภาพ (Premium Herbal Products) ที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการด้านสมุนไพรไทย ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมผู้ประกอบการตามพระราชบัญญัติผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ. 2562 รวมทั้งทำให้ประชาชนได้รู้จัก เชื่อมั่น และใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรมากขึ้น

จากผลการวิจัยยังพบว่าการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด การใช้พนักงานขาย ต้องคัดเลือกพนักงานขายที่มีไหวพริบ มีทักษะ และเทคนิคการขาย การโฆษณา ได้แก่ จัดทำสื่อโฆษณา เช่น แผ่นพับ เพื่อให้ข้อมูลสินค้าและสรรพคุณของผลิตภัณฑ์และจัดแสดงสินค้า ณ จุดขาย (Point of purchase) ให้สวยงามน่าดึงดูดใจ การส่งเสริมการขาย มีเครดิตทางการค้าแก่ลูกค้า แจกของแถมและส่วนลดพิเศษ เมื่อซื้อสินค้าจำนวนมาก และมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ การประชาสัมพันธ์ โดยการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่หน่วยงานต่าง ๆ จัดขึ้น เพื่อเป็นการกระจายสินค้าและทำให้ลูกค้าได้รู้จักผลิตภัณฑ์มากขึ้น การตลาดทางตรง ได้แก่ การตลาดทางโทรศัพท์ การตลาดทางแคตตาล็อก

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 จัดจำหน่ายควรจัดหาผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่มีความหลากหลายตามที่ต้องการ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยมีความทันสมัย ดังนั้น ร้านค้าควรมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายมากพอที่จะให้ลูกค้าเลือกซื้อ และมีการติดตามหลังการขายเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือเพิ่มยอดขายเพื่อการบอกต่อ รวมถึงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมให้มีความสวยงาม และพัฒนาประสิทธิภาพ หรือการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคอย่างยั่งยืน โดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาในรูปแบบของหน้าเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชันในมือถือมาช่วยให้ข้อมูลผู้บริโภค

ให้สามารถรับรู้ถึงคุณภาพ และความคุ้มค่าของสินค้าได้ โดยผู้ใช้สามารถเรียกดูหรือเปิดอ่านผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เมื่อไหร่ก็ได้ตามที่ต้องการ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจสมุนไพรไทย ควรแสดงข้อมูลของผลิตภัณฑ์ชนิดต่างๆ ให้ชัดเจน

1.2 ร้านค้าควรมีระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน และราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะราคาให้เลือกร้านค้าที่หลากหลาย ได้แก่ ราคาส่ง ราคาขายต่อชิ้น และความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจผ่านทางออนไลน์ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองให้มีคุณภาพเหมาะสมรวมทั้งมีข้อมูลแสดงถึงที่มาของผลิตภัณฑ์อีกทั้งการตั้งราคาที่เหมาะสม เพื่อสร้างความมั่นใจและการยอมรับให้กับผู้บริโภค ทั้งด้านราคาที่แสดงว่าถูกกว่าร้านค้านำไป การแสดงป้ายราคา และส่วนลดของผลิตภัณฑ์บนเว็บไซต์อย่างชัดเจน ซึ่งการระบุราคาที่ชัดเจนของร้านค้า ความเหมาะสมของราคาต่อคุณภาพของสินค้า รวมถึงราคาจัดส่งที่มีความเหมาะสม เนื่องจากลูกค้าจะนำข้อมูลในด้านนี้ไปเปรียบเทียบกับร้านค้าต่างๆ ที่มีความคล้ายคลึงกัน จึงควรตั้งราคาที่มีความเหมาะสม เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และตัดสินใจซื้อสินค้าในที่สุด

1.3 ควรมีการออกแบบเว็บไซต์ให้ใช้งานได้ง่ายและมีความสะดวกของขั้นตอนการสั่งซื้อ เพราะเว็บไซต์จะเป็นตัวช่วยการขายและการโฆษณาได้เป็นอย่างดี และส่งเสริมการส่งให้ฟรี เพราะด้านสื่อสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตสามารถซื้อขายกันได้ตลอด 24 ชั่วโมง ส่งผลให้การซื้อและความถี่ในการซื้อสินค้า ร้านค้าที่มีสินค้าที่หลากหลาย มีคุณภาพดี ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค และมีความแตกต่างจากร้านค้าทั่วไป เพื่อทำให้เกิดความแปลกใหม่ให้ลูกค้าสนใจ และตัดสินใจซื้อสินค้า

1.4 ควรมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น มีการลด แลก แจก แถม ชิงโชค การสะสมแต้มเพื่อเป็นส่วนลดในการซื้อครั้งต่อไป และมีการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ผ่านสื่อโฆษณาอื่นๆ เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ เป็นต้น เพราะปัจจุบันมีการนิยมใช้โซเชียลมีเดียอย่างมากในกลุ่มผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย และโซเชียลมีเดียไม่จำเป็นต้องลงทุนสูง แต่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้มาก รวมถึงสามารถวัดการตอบสนองของผู้บริโภคกับสื่อได้ดีและนอกจากนั้นองค์กรธุรกิจควรที่จะมีการณรงค์และประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมด้านความยั่งยืนที่องค์กรธุรกิจได้ดำเนินการ เพื่อให้ผู้บริโภคได้เห็นถึงความใส่ใจในแนวคิดด้านการบริโภคอย่างยั่งยืนขององค์กร อีกทั้งยังเป็นการสร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแก่องค์กรธุรกิจ ทำให้ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคการทำการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม

1.5 การค้นหาข้อมูลสามารถรองรับการใช้ภาษาไทย Search Engine คือ เครื่องมือการค้นหาข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต ที่ทุกคนสามารถหาข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตก็ได้ โดยกรอก ข้อมูลที่ต้องการค้นหา หรือ Keyword (คีย์เวิร์ด) เข้าไปที่ช่อง Search Box แล้วกด Enter แค่นี้ข้อมูลที่เราค้นหาที่จะถูกแสดงผลออกมาอย่างมากมาย เพื่อให้เราเลือกข้อมูลตรงกับความต้องการของเรามากที่สุด โดยลักษณะการแสดงผลของ Search Engine นั้นจะทำการแสดงผลแบบเรียงอันดับ Search Results ผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์ของเรา และค้นหาเว็บไซต์ที่ต้องการได้สะดวก รวดเร็ว สามารถค้นหาแบบเจาะลึกได้ ไม่ว่าจะเป็น รูปภาพ, ข่าว, MP3 และอื่นๆ อีกมากมาย สามารถค้นหาจากเว็บไซต์เฉพาะทาง ที่มีการจัดทำไว้ เช่น download.com เว็บไซต์เกี่ยวกับข้อมูลและซอฟต์แวร์ และมีความหลากหลายในการค้นหาข้อมูล

1.6 ควรเป็นสมุนไพรไทยไร้สารเคมีเจือปน เพราะเป็นสมุนไพรทางเลือกในการรักษาและป้องกันโรคทั้งในรูปแบบของยาและผลิตภัณฑ์อาหารเสริมที่เป็นกระแสนิยมของคนทั่วไปในปัจจุบัน และสมุนไพรอาจจะคิดว่าเป็นเพียงพืชหรือต้นไม้ที่มาจากธรรมชาติเท่านั้น ทำให้รู้สึกปลอดภัยในการเลือกใช้ ทำให้พบปัญหาจากการนำสมุนไพรมาใช้อย่างไม่ถูกต้องหรือไม่ถูกวิธี จนทำให้เกิดโทษต่อตัวของผู้ใช้ โดยพบรายงานทางคลินิกเกี่ยวกับอาการไม่พึงประสงค์จากการใช้สมุนไพรที่เพิ่มมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษากลุ่มผู้บริโภคที่ยังไม่เคยซื้อสินค้าผ่านทางสื่อออนไลน์ โดยใช้วิธีสัมภาษณ์เป็นรายบุคคลหรือแบบกลุ่ม เพื่อนำข้อมูลต่างๆ มาปรับปรุงและใช้พัฒนาธุรกิจร้านค้านำในสังคมออนไลน์ต่อไป

2.2 ควรหาปัจจัยเพิ่มเติมที่สามารถส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อออนไลน์ เพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา สามารถนำไปปรับปรุงแก้ไขปัญหาและทำให้ธุรกิจออนไลน์วางแผนกลยุทธ์ทางการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด

2.3 ควรมีการศึกษาปัจจัยภายนอกอื่นๆ เช่น ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านการเมืองและเทคโนโลยีและปัจจัยภายในอื่นๆ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านออนไลน์เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับกลยุทธ์ตามความต้องการของผู้บริโภค

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนาวดี สำลีเทศ และณัฐพัชร อภิวัฒน์ไพศาล. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางในระบบออนไลน์ของ GEN Z ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ*, 3(3), 329-343.
- นันทริกาเครือสา และพัชรหทัย จารุทวีผลนุกุล. (2563). พฤติกรรมการซื้อสินค้าและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวแบรนด์เดอลิฟของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร. ใน *รายงานการประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 15 ปีการศึกษา 2563*, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต.
- นิโลบล วิสาละจิตตรัตน์, ไพศาล สิมาลาเต่า และ อุบลรัตน์ ศิริสุขโสภาก. (2562). การพัฒนาต้นแบบระบบจัดการข้อมูลพืชสมุนไพรไทยและให้บริการข้อมูลสรรพคุณด้วยบาร์โค้ด 2 มิติ. ใน *งานประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 11 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 11-12 กรกฎาคม 2562*. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- ปราโมทย์ ยอดแก้ว. (2564). การตลาดดิจิทัลกับการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตใหม่ในสังคมไทย. *วารสารสังคมวิจัยและพัฒนา*, 3(1), 11-22.
- ปิยทัศน์ ใจเย็น และยุทธนา แยกคาย. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประชาชน จังหวัดสุโขทัย. *วารสารการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก*, 18(1), 122-134.
- พัชรภา โพธิ์อ่อง. (2561). *เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital HR) กับการเพิ่มประสิทธิภาพการสรรหาบุคลากรในองค์กรธุรกิจค้าปลีก*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ภัทราวดี ภูมิศรี. (2557). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทเครื่องสำอางผ่านทางระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- มณีนรัตน์ รัตนพันธ์. (2558). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดภาคใต้ตอนล่าง ประเทศไทย. *วารสารหาดใหญ่วิชาการ*, 13(2), 145-153.
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (2562). *พระราชบัญญัติผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ. 2562*. นนทบุรี: กองผลิตภัณฑ์สมุนไพร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2564). *E-Commerce ไทย ยุคหลัง COVID-19*, สืบค้น 3 พฤศจิกายน 2564. จาก <https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/Knowledge-Sharing/Perspective-on-Future-of-e-Commerce.aspx>.
- สุณิสา ตรงจิตร. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace)*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- เสาวนีย์ ศรีจันทร์นิล. (2559). *ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดนนทบุรี* (รายงานการวิจัยสาขาวิชาการตลาด). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.
- หยาดพิรุณ บุญเชื้อ. (2562). *แผนธุรกิจหาเห็ดผสมสมุนไพร*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- อรุณทัย ปัญญา. (2562). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊ก) ของนักศึกษาในระดับปริญญาตรี ในมหาวิทยาลัยเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่).

การศึกษาความคุ้มค่าทางการเงินในการลงทุนติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงาน แสงอาทิตย์บนหลังคา สำหรับบ้านอยู่อาศัย ในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

THE STUDY OF THE FINANCIAL VIABILITY OF RESIDENTIAL SOLAR ROOFTOP INVESTMENT IN THE CENTRAL REGION OF THAILAND

กัญญาณัฐ สายวิโรจน์สกุล^{1*} มานะ ลักษณะมีอรุณไทย² ชิตตะวัน ชนะกุล³

Kanyanat Saiwirojsakul¹ Mana Luksamee-Arunothai² Chittawan Chanagul³

¹ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

^{2,3} ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

¹ Master of Economics (Business Economics), Faculty of Economics, Kasetsart University

^{2,3} Department of Economics, Faculty of Economics, Kasetsart University

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความคุ้มค่าทางการเงินในการลงทุนติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา สำหรับบ้านอยู่อาศัย ในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย (2) ทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนและประเมินความเสี่ยงในการลงทุนติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา สำหรับบ้านอยู่อาศัย ในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย การศึกษาครั้งนี้ทำการวิเคราะห์และคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายใน โครงการ และระยะเวลาคืนทุน จากนั้นจึงนำมาพิจารณาตามหลักเกณฑ์การตัดสินใจลงทุน และวิเคราะห์ความอ่อนไหวทั้งด้านต้นทุนและด้านรายได้ รวมทั้งทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนของอัตราการรับซื้อไฟฟ้า ปริมาณการใช้ไฟฟ้าและเงินลงทุน ที่ทำให้โครงการมีความคุ้มค่าทางการเงิน

ผลการศึกษา พบว่า การวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางการเงินในกรณีฐาน โดยกำหนดสัดส่วนแหล่งเงินลงทุนหนี้สินต่อทุน เท่ากับ 50:50 พบว่า โครงการไม่มีความคุ้มค่าทางการเงิน แต่ทั้งนี้เมื่อทำการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ ในกรณีที่แหล่งเงินลงทุนมาจากส่วนของเจ้าของร้อยละ 100 ทำให้มีต้นทุนเฉลี่ยของเงินทุนแบบถ่วงน้ำหนัก (WACC) เท่ากับร้อยละ 2.35 พบว่าโครงการมีความคุ้มค่าทางการเงิน

การวิเคราะห์การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน พบว่า อัตราการรับซื้อไฟฟ้า ตั้งแต่ 3.1927 บาทต่อหน่วยขึ้นไป หรือปริมาณการใช้ไฟฟ้าต่อราย ตั้งแต่ 36,420.89 หน่วยต่อปี หรือเงินลงทุนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 144,870.64 บาท จึงจะทำให้โครงการมีความคุ้มค่าในการลงทุน

คำสำคัญ: ความคุ้มค่าทางการเงิน, ระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา, พื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

* E-mail address: kanyanat.saiw@ku.th ¹ fecomnl@ku.ac.th ² fecoakl@ku.ac.th ³

ABSTRACT

The objectives of this research article were to (1) to study the financial viability of Residential Solar Rooftop Investment in the Central Region of Thailand, (2) to examine the switching value test and analyze the risk of Residential Solar Rooftop Investment in the Central Region of Thailand. In this study, the net present value (NPV), internal project rate of return (IRR), and payback period were calculated. Then, it assessed the financial viability of the investment and performed a sensitivity analysis for changes in cost and revenue. It also conducted the switching value test for changes in the power purchase rate, electricity consumption, and investment cost.

The result of the study found that: The baseline results of the financial viability analysis with a debt-to-equity (D/E) ratio of 50:50 indicated that the project was not financially viable. However, when the study assessed a sensitivity analysis with the D/E ratio of 0:100, the result was a weighted average cost of capital (WACC) of 2.35%, so the results indicated that the project was financially viable.

The results of the switching value test showed that the investment project was financially viable when the power purchase rate was no lower than 3.1927 baht per unit, or the electricity consumption was no less than 36,420.89 units per year (or 3,035.07 units per month), or the investment cost was less than or equal to 144,870.64 baht.

Keywords: Financial Viability, Solar Rooftop, The Central Region of Thailand

บทนำ

ภายใต้สถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงไป พลังงานยังคงมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ แต่ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาทุกประเทศทั่วโลกต่างเผชิญกับปัญหาภาวะโลกร้อน (Global Warming) ทำให้แต่ละประเทศได้ร่วมมือกันในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว สำหรับสถานการณ์การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์รายภาคเศรษฐกิจของประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 - 2564 พบว่า ภาคการผลิตไฟฟ้ามีส่วนการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์มากที่สุด โดยเฉลี่ยปีละ 95 ล้านตัน CO₂ ดังนั้นภาครัฐจึงมีนโยบายหันมาส่งเสริมการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานทดแทน (สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน, 2564)

จากสถานการณ์ดังกล่าวข้างต้นกระทรวงพลังงานจึงได้ออกนโยบายเพื่อสนับสนุนการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ที่ติดตั้งบนหลังคา โดยคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน (กกพ.) เปิดตัวโครงการ “โครงการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ที่ติดตั้งบนหลังคา สำหรับภาคประชาชนประเภทบ้านอยู่อาศัย พ.ศ. 2564” หรือเรียกว่า “โครงการโซลาร์ประชาชน ปี พ.ศ. 2564” ซึ่งเป็นโครงการที่เปิดให้ภาคครัวเรือนที่ติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา (Solar Rooftop) แบบเชื่อมต่อกับระบบจำหน่าย (Distribution System) ของการไฟฟ้าฝ่ายจำหน่าย ให้สามารถขายไฟส่วนที่เหลือจากการใช้เองเข้าระบบของการไฟฟ้าฝ่ายจำหน่ายได้ โดยกำหนดราคารับซื้อไฟฟ้าในอัตรา 2.20 บาทต่อหน่วย มีระยะเวลารับซื้อไฟฟ้า 10 ปี ซึ่งผู้เข้าร่วมโครงการจะต้องเป็นผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทที่ 1 เฉพาะบ้านอยู่อาศัย (คณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน, 2564) ทั้งนี้จากข้อมูล ณ เดือนพฤศจิกายน 2564 มีผู้เข้าร่วมโครงการรวม 654 ราย กำลังการผลิตรวม 3.134 เมกะวัตต์ (MW) จากเป้าหมายกำหนดไว้จำนวน 50 MW (ศูนย์ข่าวพลังงาน, 2564)

ทั้งนี้จากการทบทวนงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องทั้งหมด พบว่า วิภา เล็กกุลวัฒน์ (2559) ได้ทำการศึกษาความคุ้มค่าทางการเงินในการเข้าร่วมโครงการนำร่องการส่งเสริมการติดตั้งโซลาร์รูฟอย่างเสรี กรณีศึกษาในเขตพื้นที่ของการไฟฟ้านครหลวง ขนาดกำลังการผลิตติดตั้ง 3.2 kWp มีอัตราค่าไฟฟ้าขายปลีกเฉลี่ย เท่ากับ 3.8586 บาทต่อหน่วย มีความคุ้มค่าในการลงทุน (ระดับอัตราคิดลดร้อยละ 6.57) สำหรับกรณีเข้าร่วมโครงการผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ที่ติดตั้งบนหลังคา ซึ่งเป็นการรับซื้อไฟฟ้าในปี พ.ศ. 2557-2558 ระยะเวลาสับสนับสนุน 25 ปี สำหรับบ้านอยู่อาศัย ณ อัตราซื้อไฟฟ้าในรูปแบบ Feed-in Tariff (FiT) เท่ากับ 6.85 บาทต่อหน่วย จุฬารัตน์ จำปรัตน์ (2558)

ได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ที่ติดตั้งบนหลังคา ขนาดกำลังการผลิตติดตั้ง 10 kWp ณ อำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่าโครงการมีความคุ้มค่าในการลงทุน (ระดับอัตราคิดลดร้อยละ 9.30) และสุพร ตี๋งาม (2558) ได้ทำการวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางการเงินของโครงการติดตั้งโซลาร์รูฟอย่างเสรี สำหรับบ้านที่อยู่อาศัย ขนาดกำลังการผลิตติดตั้ง 3 kWp ซึ่งเป็นการศึกษาในพื้นที่จังหวัดนครปฐม พบว่าโครงการไม่มีความคุ้มค่าในการลงทุน (ระดับอัตราคิดลดร้อยละ 10) แต่ถ้าปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ผลิตได้เพิ่มขึ้น ลดต้นทุนค่าติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ จะทำให้โครงการมีความคุ้มค่าในการลงทุน

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่างานวิจัยที่ผ่านมาเป็นการศึกษาอัตราการรับซื้อไฟฟ้าตามนโยบายของภาครัฐ ในปี 2557-2558 ซึ่งมีอัตราการรับซื้อไฟฟ้า เท่ากับ 6.85 บาทต่อหน่วย แต่ปัจจุบันนโยบายภาครัฐได้เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้อัตราการรับซื้อไฟฟ้ามีการเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต ซึ่งปัจจุบันปรับลดลงเหลือ 2.20 บาทต่อหน่วย ประกอบกับพื้นที่ภาคกลาง ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ครัวเรือนมีค่าใช้จ่ายด้านพลังงานไฟฟ้าเฉลี่ยต่อเดือนสูงเป็นอันดับ 2 รองจากพื้นที่กรุงเทพมหานครและ 3 จังหวัด (นนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ) ทั้งนี้ขนาดกำลังการผลิตติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา สำหรับบ้านอยู่อาศัยโดยทั่วไปแบ่งออกเป็น 3 ขนาด ได้แก่ 3 กิโลวัตต์ 5 กิโลวัตต์ และ 10 กิโลวัตต์ แต่ทั้งนี้ตามระเบียบการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.) ว่าด้วยข้อกำหนดการเชื่อมต่อระบบโครงข่ายไฟฟ้า พ.ศ. 2559 กำหนดไว้ว่าผู้ผลิตไฟฟ้าสามารถเชื่อมต่อกับระบบโครงข่ายไฟฟ้าแบบเฟสเดียวได้ หากกำลังการผลิตติดตั้งไม่เกิน 5 kWp ซึ่งในปี 2564 เงินลงทุนในการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา ขนาดกำลังการผลิตติดตั้ง 5 กิโลวัตต์ อยู่ที่ประมาณ 200,000 บาท (ศูนย์วิจัย Krungthai COMPASS ธนาคารกรุงไทย, 2564) ดังนั้นจึงเป็นเหตุให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจที่จะทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาความคุ้มค่าทางการเงินในการลงทุนติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา สำหรับบ้านอยู่อาศัย ในพื้นที่ภาคกลาง ซึ่งทำการศึกษขนาดกำลังการผลิตติดตั้ง 5 กิโลวัตต์ เนื่องจากเป็นขนาดกำลังการผลิตติดตั้งสูงสุดสำหรับบ้านอยู่อาศัยที่ใช้ระบบโครงข่ายไฟฟ้าแบบเฟสเดียว โดยผลการวิจัยฉบับนี้ประชาชนสามารถนำไปเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการดังกล่าว นอกจากนี้ ภาครัฐยังสามารถนำไปเป็นข้อมูลประกอบการจัดทำนโยบายเพื่อสนับสนุนการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ที่ติดตั้งบนหลังคาในอนาคต เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามแผนที่กำหนดไว้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคุ้มค่าทางการเงินในการลงทุนติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา สำหรับบ้านอยู่อาศัย ในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย
2. เพื่อทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน (Switching Value Test: SVT) และประเมินความเสี่ยงในการลงทุนติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา สำหรับบ้านอยู่อาศัย ในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้จะทำการศึกษาผู้ใช้ไฟฟ้าของ กฟภ. ประเภทบ้านอยู่อาศัยที่มีการใช้ไฟฟ้ามากกว่า 150 หน่วยต่อเดือน (ผู้ใช้ไฟฟ้าประเภท 1.1.2) ในพื้นที่ภาคกลาง ซึ่งมีจำนวนประมาณ 1,469,860 ราย โดยอ้างอิงข้อมูลค่าเฉลี่ยปี พ.ศ. 2559-2563

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางการเงินในการลงทุน คือมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal Rate of Return: IRR) เนื่องจากการเปรียบเทียบกระแสเงินสดรับ (Cash Inflows) เทียบกับกระแสเงินสดจ่ายลงทุน (Cash Outflows) ในรูปของมูลค่าปัจจุบันสุทธิ และร้อยละของผลตอบแทน ซึ่งหากใช้ทั้งสองเครื่องมือนี้ในการตัดสินใจลงทุนในโครงการ จะมีผลลัพธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

นอกจากนี้ได้นำระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) เข้ามาช่วยในการตัดสินใจร่วมด้วย เนื่องจากการพิจารณา ระยะเวลาที่โครงการจะได้รับเงินที่จ่ายลงทุนคืนมาจากเงินสดรับเข้าจากโครงการจ่ายลงทุน

2.1 การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) มีวิธีการคำนวณดังนี้

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{NCF_t}{(1+r)^t} - I_0$$

โดยที่ NCF คือ กระแสเงินสดได้รับสุทธิในแต่ละงวด

r คือ อัตราคิดลด (Discount rate)

I คือ เงินลงทุนครั้งแรก

t คือ ปีที่ 1 ถึงปีที่ n

โดยค่า NPV มีความหมายสำหรับการประเมินค่าโครงการ คือหากค่า NPV ของโครงการใดมีค่า เท่ากับ “ศูนย์” หมายความว่า การลงทุนดังกล่าวไม่มีกำไร (NPV = 0) ถ้าหากมูลค่า NPV ที่คำนวณได้มีค่าเป็น “บวก” ควรลงทุนในโครงการนั้นได้ เพราะเป็นโครงการที่มีผลกำไรสุทธิ และควรปฏิเสธโครงการลงทุนที่มีค่า NPV เป็น “ลบ” เนื่องจากไม่เกิดความคุ้มค่าในการลงทุน

2.2 การคำนวณอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal Rate of Return: IRR)

อัตราผลตอบแทนหรืออัตราคิดลดที่ผู้ลงทุนจะได้รับจากการลงทุนในโครงการที่พิจารณาเฉลี่ยต่อปีตลอดอายุโครงการการลงทุน คืออัตราคิดลดที่สูงที่สุดที่โครงการจะสามารถจ่ายให้กับทรัพยากรต่างๆ ซึ่งเมื่อจ่ายแล้วโครงการนั้น จะยังคงมีผลประโยชน์เท่ากับต้นทุนทั้งหมด ซึ่งสามารถคำนวณได้จากอัตราคิดลดที่มีผลให้มูลค่าปัจจุบันของต้นทุน (PVC) เท่ากับมูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์ (PVB) โดยอัตราดังกล่าวจะแสดงถึงความสามารถของเงินทุนที่จะก่อให้เกิดรายได้ คำนึงกับเงินลงทุนเพื่อการนั้น ๆ พอดี หรือการหาอัตราคิดลดที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับ “ศูนย์”

2.3 การคำนวณระยะเวลาคืนทุน (Payback period)

ระยะเวลาคืนทุน = เงินลงทุน - กระแสเงินสดรับรายปีสะสมไปเรื่อย ๆ จนเงินลงทุนมีค่าเป็นศูนย์โดย จำนวนปีที่ต้องสะสมกระแสเงินสดสุทธิเพื่อให้เงินลงทุนได้คืนมาครบ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการสอบถามโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์บริษัทผู้ ให้บริการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาจำนวน 3 ราย การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค และบริษัท ประกันภัยจำนวน 3 ราย โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลปฐมภูมิที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูล	ปี พ.ศ.	แหล่งที่มา
1. ข้อมูลประมาณการเงินลงทุนในการติดตั้งระบบ ผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา	2564	ข้อมูลจากบริษัทผู้ให้บริการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้า พลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาจำนวน 3 ราย ¹
2. ข้อมูลประมาณการค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษา ระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา	2564	ข้อมูลจากบริษัทผู้ให้บริการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้า พลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาจำนวน 3 ราย ¹
3. ข้อมูลปริมาณการใช้ไฟฟ้าของผู้ใช้ไฟฟ้าประเภท บ้านอยู่อาศัย (มากกว่า 150 หน่วย) ในพื้นที่ภาค กลาง	2559 - 2563	ข้อมูลจากการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค
4. ข้อมูลประมาณการค่าเบี้ยประกันอัคคีภัย	2564	ข้อมูลจากบริษัทประกันภัยจำนวน 3 ราย ²

หมายเหตุ: ¹ บริษัทผู้ให้บริการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาที่สามารถติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์บน หลังคาให้เป็นไปตามมาตรฐานของ กฟผ. ในการรับซื้อไฟฟ้า รวมทั้งสามารถดำเนินการขออนุญาตติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้า พลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาจากภาครัฐให้ทั้งกระบวนการ ได้แก่ ขออนุญาตติดตั้ง ขออนุญาต และขออนุญาตขายไฟคืน ภาครัฐ

² เป็นบริษัทประกันภัยที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 500 ล้านบาทขึ้นไป และมีประสบการณ์การดำเนินธุรกิจประกันภัยมากกว่า 10 ปี

ที่มา: รวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัย

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประกาศของหน่วยงาน เอกสาร รายงาน และข้อมูลที่ปรากฏในเว็บไซต์ของหน่วยงานต่าง ๆ โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ข้อมูลทุติยภูมิที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูล	ปี พ.ศ.	แหล่งที่มา
1. อัตราค่าไฟฟ้าปี พ.ศ. 2558	2558	อ้างอิงจากประกาศของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เรื่องการทบทวนอัตราค่าไฟฟ้าตามหลักเกณฑ์การกำหนดอัตราค่าไฟฟ้าปี พ.ศ. 2558
2. อัตราการรับซื้อไฟฟ้า สำหรับโครงการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ที่ติดตั้งบนหลังคา สำหรับภาคประชาชน ประเภทบ้านอยู่อาศัย พ.ศ. 2564	2564	อ้างอิงจากประกาศเชิญชวนการรับซื้อไฟฟ้าโครงการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ที่ติดตั้งบนหลังคา สำหรับภาคประชาชน ประเภทบ้านอยู่อาศัย พ.ศ. 2564 ของคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน
3. ค่าความเข้มรังสีดวงอาทิตย์เฉลี่ยปี พ.ศ. 2563	2563	อ้างอิงข้อมูลจากกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน
4. ระยะเวลาในการรับแสงอาทิตย์สูงสุดในแต่ละวัน	2560	
5. ประสิทธิภาพการผลิตไฟฟ้าของแผงเซลล์แสงอาทิตย์	2560	
6. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ปี พ.ศ. 2564	2564	อ้างอิงจากสินเชื่อโครงการพิเศษรับประกันการประหยัดพลังงาน (Solar rooftop) ธนาคารสิริไทย ปี 2564
7. ต้นทุนเงินลงทุนส่วนของเจ้าของ ปี พ.ศ. 2564	2564	อ้างอิงจากอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยของพันธบัตรรัฐบาลอายุ 10 ปี ที่ออกจำหน่ายในปี 2564

ที่มา: รวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัย

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ขั้นตอนแรกดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ (รายละเอียดดังที่กล่าวข้างต้น) เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางการเงิน

4.2 กำหนดสมมติฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์

4.2.1 สมมติฐานด้านการเงิน

ตารางที่ 3 สมมติฐานด้านการเงิน

รายการ	รายละเอียด	
1. อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (D:E)	50:50	
2. ต้นทุนเงินทุนในส่วนของเจ้าของ ¹	2.35	% ต่อปี
3. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้	4.79	% ต่อปี
4. ระยะเวลาในการกู้	5	ปี
5. ต้นทุนเฉลี่ยของเงินทุนแบบถ่วงน้ำหนัก (Weighted Average Cost of Capital: WACC) ²	3.57	%
6. อัตราเงินเฟ้อ ³	3	% ต่อปี

หมายเหตุ ¹ ต้นทุนเงินลงทุนส่วนของเจ้าของ เท่ากับอัตราผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาลอายุ 10 ปี โดยอ้างอิงจากอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยของพันธบัตรรัฐบาลอายุ 10 ปี ที่ออกจำหน่ายในปี 2564 ซึ่งเท่ากับร้อยละ 2.35 ต่อปี

² คำนวณจาก $WACC = W_e * K_e + W_d * K_d * (1 - T) = 50\% * 2.35\% + 50\% * 4.97\% = 3.57\%$

³ อัตราเงินเฟ้อ เท่ากับร้อยละ 3 ต่อปี โดยอ้างอิงกรอบเป้าหมายอัตราเงินเฟ้อทั่วไปสูงสุด ตามนโยบายการเงินด้านเสถียรภาพราคา (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2564, ออนไลน์)

4.2.2 สมมติฐานด้านเทคนิค

ตารางที่ 4 สมมติฐานด้านเทคนิค

รายการ	รายละเอียด	
1. กำลังการผลิตติดตั้ง	5	กิโลวัตต์/ครัวเรือน
2. เทคโนโลยีแผงเซลล์แสงอาทิตย์	ประเภท Monocrystalline	
3. พื้นที่หลังคา ¹	35	ตารางเมตร
4. ระยะเวลาในการรับแสงอาทิตย์ต่อวัน	5	ชั่วโมง/วัน
5. อัตราการเสื่อมสภาพของแผงโซลาร์เซลล์ ²	0.5	% ต่อปี
6. ปริมาณการใช้ไฟฟ้าในช่วงที่ระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ทำงาน ของผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทบ้านอยู่อาศัย (มากกว่า 150 หน่วย) ในพื้นที่ภาคกลาง ³	คงที่ตลอดอายุโครงการ	
7. ค่าความเข้มรังสีดวงอาทิตย์ ⁴	4.999	หน่วย/ตารางเมตร/วัน
8. ประสิทธิภาพการผลิตไฟฟ้าของแผงเซลล์แสงอาทิตย์	17.50	%
9. ปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ผลิตได้ ⁵	ลดลงร้อยละ 0.5 ต่อปี ตามอัตราการเสื่อมสภาพของแผงโซลาร์เซลล์	

หมายเหตุ ¹ อ้างอิงกองพัฒนาพลังงานแสงอาทิตย์ กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน กระทรวงพลังงาน, 2560, ออนไลน์

² อ้างอิงศูนย์องค์ความรู้ด้านพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน, 2562, น. 19

³ ปริมาณการใช้ไฟฟ้าในช่วงที่ระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ทำงาน (หน่วย/ปี/ราย) คำนวณจาก ปริมาณการใช้ไฟฟ้า (หน่วย/วัน/ราย) * 20.80% * จำนวนวันต่อปี (กำหนดให้ 1 ปี เท่ากับ 365 วัน)

⁴ การศึกษาครั้งนี้ใช้เป็นค่าความเข้มรังสีดวงอาทิตย์เฉลี่ยต่อปีจากสถานีวัดความเข้มรังสีดวงอาทิตย์ทั้ง 5 สถานีในพื้นที่ภาคกลาง โดยอ้างอิงข้อมูลในปี พ.ศ. 2563 ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.999 หน่วย/ตารางเมตร/วัน (kWh/m²-day)

⁵ ปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ผลิตได้ (หน่วย/ปี) คำนวณจาก ค่าความเข้มรังสีดวงอาทิตย์ (หน่วย/ตารางเมตร/วัน) * 365 วัน * 35 ตารางเมตร * 17.50%

4.3 วิเคราะห์ความคุ้มค่าทางการเงิน โดยจัดทำประมาณการเงินลงทุน ค่าใช้จ่ายและค่าเสื่อมราคา รวมทั้งประมาณการผลตอบแทน ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือผลประโยชน์จากการลดค่าใช้จ่ายค่าไฟฟ้า และรายได้จากการจำหน่ายไฟฟ้าส่วนที่เหลือจากการใช้งาน จากนั้นจึงจัดทำงบกำไรขาดทุน เพื่อสะท้อนให้เห็นประสิทธิภาพในการดำเนินงาน รวมทั้งประมาณการงบกระแสเงินสด เพื่อแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของกระแสเงินสดรับเข้า (Cash Inflow) และกระแสเงินสดจ่ายออก (Cash Outflow) ที่เกิดจากกิจกรรมต่างๆของโครงการ ทั้งนี้เมื่อจัดทำงบกระแสเงินสดเรียบร้อยแล้ว จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ความคุ้มค่าของโครงการตามหลักเกณฑ์การตัดสินใจในการลงทุน

4.4 พิจารณาตามเกณฑ์การตัดสินใจลงทุน มีรายละเอียดดังนี้

4.4.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีค่ามากกว่า 0

4.4.2 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) มีค่ามากกว่า ต้นทุนเฉลี่ยของเงินทุนแบบถ่วงน้ำหนัก (WACC) (3.57%)

5.4.3 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) น้อยกว่าอายุโครงการ

4.5 การประเมินความเสี่ยงในการลงทุน สำหรับในการศึกษานี้ ทำการประเมินความเสี่ยงในการลงทุน โดยแบ่งออกเป็น 2 วิธี ดังนี้

4.5.1 วิธีการวิเคราะห์อ่อนไหวของโครงการ (Sensitivity Analysis) โดยแบ่งออกเป็น 2 กรณีหลัก คือ

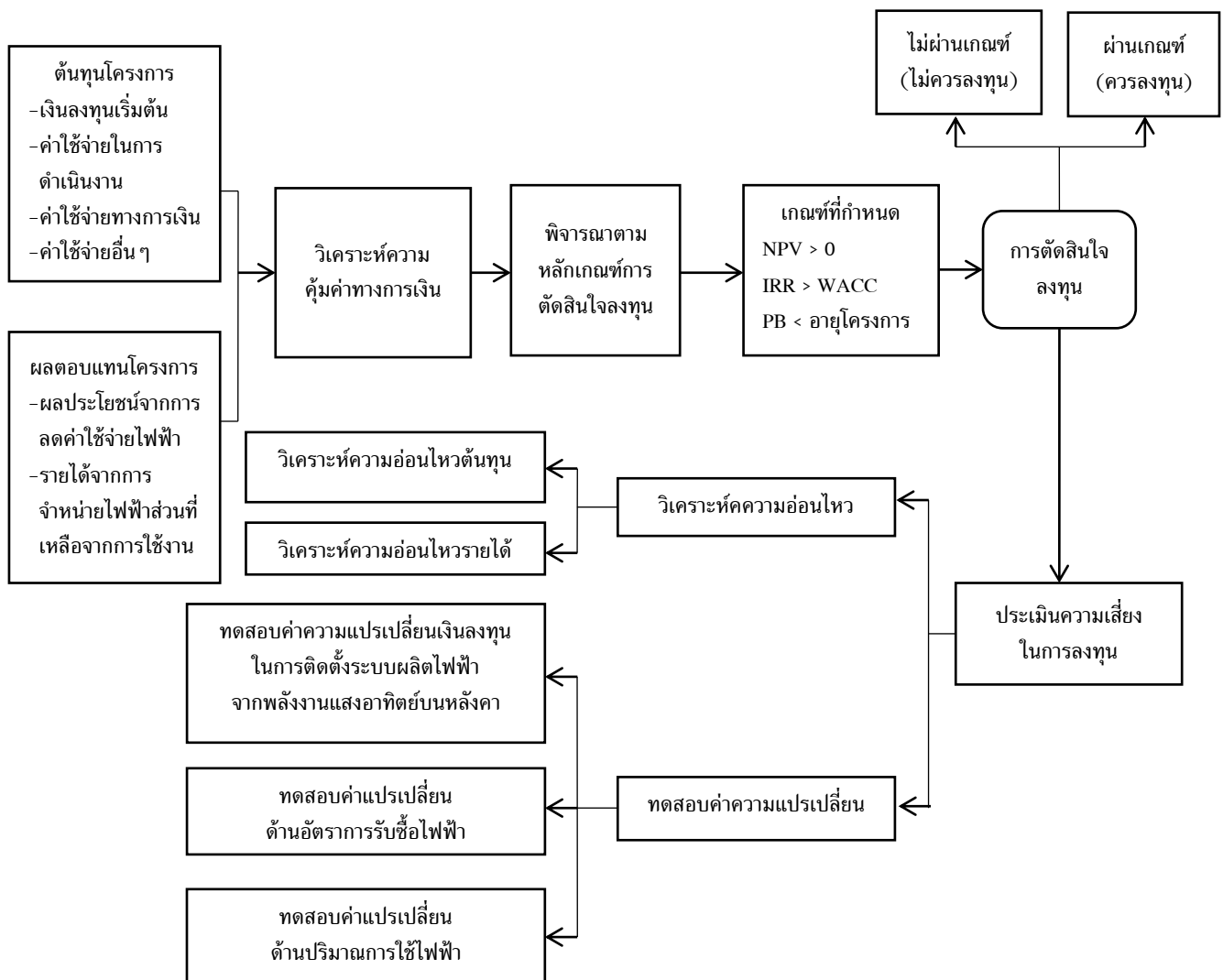
กรณีที่ 1 การวิเคราะห์ความอ่อนไหวด้านต้นทุน ซึ่งพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของเงินลงทุนติดตั้งในการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาตลอดร้อยละ 5 และ 10 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 และ 10 โดยกำหนดให้ตัวแปรอื่นๆ คงที่ รวมทั้งพิจารณาในกรณีสัดส่วนแหล่งเงินลงทุนมีการเปลี่ยนแปลง โดยกำหนดให้ตัวแปรอื่นๆ คงที่ ซึ่งจะแบ่งออกเป็นกรณีสัดส่วนแหล่งเงินลงทุนมาจากส่วนของเจ้าของร้อยละ 100 และกรณีสัดส่วนแหล่งเงินลงทุนมาจากเงินกู้ร้อยละ 100

กรณีที่ 2 การวิเคราะห์ความอ่อนไหวด้านรายได้ เป็นการพิจารณาปริมาณการใช้ไฟฟ้าต่อเดือนเปลี่ยนแปลงลดลงร้อยละ 5 และ 10 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 และ 10 โดยกำหนดให้ตัวแปรอื่นๆ คงที่ รวมทั้งกรณีอัตราค่าไฟฟ้าเปลี่ยนแปลงลดลงร้อยละ 5 และ 10 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 และ 10 โดยกำหนดให้ตัวแปรอื่นๆ คงที่

4.5.2 วิธีการทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน (Switching Value Test: SVT)

ทำการทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน (Switching Value Test: SVT) ของปัจจัยที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของโครงการ ได้แก่ อัตราการรับซื้อไฟฟ้า ปริมาณการใช้ไฟฟ้า และเงินลงทุนในการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา ที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับศูนย์ หรืออัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) มีค่าเท่ากับ ต้นทุนเฉลี่ยของเงินทุนแบบถ่วงน้ำหนัก (WACC)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. ความคุ้มค่าทางการเงินในการลงทุนติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา สำหรับบ้านอยู่อาศัย ในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า

การวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางการเงินในการลงทุนติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา สำหรับบ้านอยู่อาศัย ขนาดกำลังการผลิตติดตั้ง 5 กิโลวัตต์ (kWp) เป็นระบบไฟฟ้า 1 เฟส ในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย โดยกำหนดอายุโครงการ 10 ปี (ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2565 – 2574) ตามระยะเวลารับซื้อไฟฟ้าของโครงการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ที่ติดตั้งบนหลังคาสำหรับภาคประชาชนประเภทบ้านอยู่อาศัย พ.ศ. 2564 และเทคโนโลยีแผงเซลล์แสงอาทิตย์ที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ เป็นประเภท Monocrystalline เนื่องจากมีประสิทธิภาพสูง สามารถผลิตพลังงานได้สูงสุด

ทั้งนี้ได้จัดทำประมาณการเงินลงทุน และค่าใช้จ่าย (รายละเอียดดังตารางที่ 5) และประมาณการค่าเสื่อมราคาของระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา โดยใช้วิธีการคำนวณค่าเสื่อมราคาแบบเส้นตรง เท่ากับ 18,674.87 บาท/ปี จากนั้นทำการประมาณการผลตอบแทน ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ผลประโยชน์จากการลดค่าใช้จ่ายค่าไฟฟ้า (บาท/ปี) (รายละเอียดดังตารางที่ 6) และรายได้จากการจำหน่ายไฟฟ้าส่วนที่เหลือจากการใช้งาน (บาท/ปี) (รายละเอียดดังตารางที่ 7)

จากนั้นนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางการเงินในการลงทุนติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาสำหรับบ้านอยู่อาศัย ในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย (รายละเอียดดังตารางที่ 8) พบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ตลอดอายุโครงการ 10 ปี เท่ากับ -63,133.76 บาท (ต้นทุนเฉลี่ยของเงินทุนแบบถ่วงน้ำหนัก (WACC) เท่ากับ ร้อยละ 3.57) มีอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ -2.34 ทั้งนี้เมื่อพิจารณาตามหลักเกณฑ์การตัดสินใจลงทุน พบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีค่าติดลบ และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) มีค่าติดลบ ดังนั้น โครงการไม่มีความคุ้มค่าทางการเงิน

ตารางที่ 5 ประมาณการเงินลงทุนและค่าใช้จ่าย

หน่วย: บาท

ปีที่	เงินลงทุนเริ่มต้น	ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน		ค่าใช้จ่ายทางการเงิน ³	รวม
		ต้นทุนคงที่ ¹	ต้นทุนผันแปร ²		
0	186,748.67				186,748.67
1	-	646.00	2,500.00	21,048.00	24,194.00
2	-	646.00	2,575.00	21,048.00	24,269.00
3	-	646.00	2,652.25	21,048.00	24,346.25
4	-	646.00	2,731.82	21,048.00	24,425.82
5	-	646.00	2,813.77	20,988.43	24,448.21
6	-	646.00	2,898.19	-	3,544.19
7	-	646.00	2,985.13	-	3,631.13
8	-	646.00	3,074.68	-	3,720.68
9	-	646.00	3,166.93	-	3,812.93
10	-	646.00	3,261.93	-	3,907.93
รวม	186,748.67	6,460.00	28,659.70	105,180.43	327,048.80

หมายเหตุ: ¹ ต้นทุนคงที่ คือ ค่าเบี้ยประกันอัคคีภัย

² ต้นทุนผันแปร คือ ค่าบำรุงรักษาระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา (เพิ่มขึ้นปีละ 3%)

³ ค่าใช้จ่ายทางการเงิน คือ ค่าใช้จ่ายที่ต้องชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ย โดยมีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ เท่ากับ ร้อยละ 4.97 ต่อปี ซึ่งมีระยะเวลาในการกู้ เท่ากับ 5 ปี ทั้งนี้จากการคำนวณในปีที่ 1-4 โครงการมีค่าใช้จ่ายทางการเงิน เท่ากับ 21,048 บาท และในปีที่ 5 เท่ากับ 20,988.43 บาท

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 6 ประเมินการผลประโยชน์จากการลดค่าใช้จ่ายค่าไฟฟ้า (บาท/ปี)

ปีที่	ปริมาณการใช้ไฟฟ้าของผู้ใช้ไฟฟ้าประเภท บ้านอยู่อาศัย (มากกว่า 150 หน่วย) ใน พื้นที่ภาคกลาง (หน่วย/ราย)	ปริมาณการใช้ไฟฟ้าในช่วงที่ ระบบผลิตไฟฟ้าพลังงาน แสงอาทิตย์ทำงาน (หน่วย/ ราย)	อัตราค่าไฟฟ้า ² (บาท/หน่วย)	ผลประโยชน์จากการลด ค่าใช้จ่ายค่าไฟฟ้า (บาท)
	(1)	(2) = (1) * 20.80% ¹	(3)	(4) = (2)*(3)
0	-	-	-	-
1	15,690.97	3,268.95	3.9640	12,958.02
2	15,690.97	3,268.95	3.9640	12,958.02
3	15,690.97	3,268.95	3.9640	12,958.02
4	15,690.97	3,268.95	3.9640	12,958.02
5	15,690.97	3,268.95	3.9640	12,958.02
6	15,690.97	3,268.95	3.9640	12,958.02
7	15,690.97	3,268.95	3.9640	12,958.02
8	15,690.97	3,268.95	3.9640	12,958.02
9	15,690.97	3,268.95	3.9640	12,958.02
10	15,690.97	3,268.95	3.9640	12,958.02
รวม				12,958.02

หมายเหตุ: ¹ 20.80% คือ สัดส่วนจำนวนชั่วโมงในช่วงที่ระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ทำงานต่อวัน

² อัตราค่าไฟฟ้า เท่ากับ 3.9640 บาท/หน่วย ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยของอัตราค่าไฟฟ้าสำหรับผู้บริโภคประเภท 1.1.2 โดยอ้างอิงตาม
ประกาศการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เรื่องการทบทวนอัตราค่าไฟฟ้าตามหลักเกณฑ์การกำหนดอัตราค่าไฟฟ้าปี พ.ศ. 2558

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 7 ประเมินการรายได้จากการจำหน่ายไฟฟ้าส่วนที่เหลือจากการใช้งาน (บาท/ปี)

ปีที่	ปริมาณการใช้ไฟฟ้าในช่วง ที่ระบบผลิตไฟฟ้าพลังงาน แสงอาทิตย์ทำงาน (หน่วย/ ราย)	ปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ระบบ ผลิตไฟฟ้าพลังงาน แสงอาทิตย์ผลิตได้ (หน่วย)	ปริมาณพลังงาน ไฟฟ้าส่วนที่เหลือ จากการใช้งาน (หน่วย)	อัตราการรับซื้อ ไฟฟ้า ¹ (บาท/หน่วย)	รายได้จากการ จำหน่ายไฟฟ้าส่วนที่ เหลือจากการใช้งาน (บาท)
	(1)	(2)	(3) = (2)-(1)	(4)	(5) = (3)*(4)
0	-	-	-	-	-
1	3,268.95	11,175.89	7,906.94	2.20	17,395.26
2	3,268.95	11,120.01	7,851.01	2.20	17,272.33
3	3,268.95	11,064.41	7,795.41	2.20	17,150.01
4	3,268.95	11,009.09	7,740.09	2.20	17,028.30
5	3,268.95	10,954.04	7,685.04	2.20	16,907.20
6	3,268.95	10,899.27	7,630.27	2.20	16,786.70
7	3,268.95	10,844.78	7,575.78	2.20	16,666.81
8	3,268.95	10,790.55	7,521.55	2.20	16,547.52
9	3,268.95	10,736.60	7,467.60	2.20	16,428.82
10	3,268.95	10,682.92	7,413.92	2.20	16,310.72
รวม					168,493.66

หมายเหตุ: ¹ อัตราการรับซื้อไฟฟ้า เท่ากับ 2.20 บาท/หน่วย โดยอ้างอิงประกาศเชิญชวนการรับซื้อไฟฟ้าโครงการผลิตไฟฟ้าจากพลังงาน
แสงอาทิตย์ที่ติดตั้งบนหลังคา สำหรับภาคประชาชน ประเภทบ้านอยู่อาศัย พ.ศ. 2564

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางการเงิน

หน่วย: บาท

ปีที่	ต้นทุนรวม	ผลตอบแทนรวม	ผลตอบแทนสุทธิ	มูลค่าปัจจุบันของ ผลตอบแทนสุทธิ	ผลตอบแทน สุทธิสะสม
0	186,748.67	-	-186,748.67	-186,748.67	-186,748.67
1	24,194.00	30,353.28	6,159.28	5,946.97	-180,589.39
2	24,269.00	30,230.35	5,961.35	5,557.46	-174,628.04
3	24,346.25	30,108.03	5,761.78	5,186.26	-168,866.27
4	24,425.82	29,986.32	5,560.50	4,832.57	-163,305.77
5	24,448.21	29,865.22	5,417.01	4,545.59	-157,888.76
6	3,544.19	29,744.72	26,200.54	21,227.87	-131,688.22
7	3,631.13	29,624.83	25,993.70	20,334.35	-105,694.52
8	3,720.68	29,505.54	25,784.85	19,475.69	-79,909.67
9	3,812.93	29,386.84	25,573.92	18,650.54	-54,335.75
10	3,907.93	29,268.74	25,360.81	17,857.61	-28,974.94
รวม	327,048.80	298,073.86	-28,974.94	-63,133.76	-

หมายเหตุ: ต้นทุนเฉลี่ยของเงินทุนแบบถ่วงน้ำหนัก (WACC) เท่ากับ ร้อยละ 3.57

โครงการมีอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ -2.34

ที่มา: จากการคำนวณ

2. การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน (Switching Value Test: SVT) และประเมินความเสี่ยงในการลงทุนติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา สำหรับบ้านอยู่อาศัย ในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า

2.1 ผลการทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน (Switching Value Test: SVT) แบ่งออกเป็น 3 กรณี ดังนี้

กรณีที่ 1 ผลการทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนด้านอัตราการรับซื้อไฟฟ้า พบว่า อัตราการรับซื้อไฟฟ้าต้องเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 45.12 หรือเพิ่มขึ้นจาก 2.20 บาท/หน่วย เป็น 3.1927 บาท/หน่วย

กรณีที่ 2 ผลการทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนด้านปริมาณการใช้ไฟฟ้า พบว่า ปริมาณการใช้ไฟฟ้าต้องเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 132.11 หรือเพิ่มขึ้นจาก 15,690.67 หน่วย/ปี/ราย หรือ 1,307.58 หน่วย/เดือน/ราย เป็น 36,420.89 หน่วย/ปี/ราย หรือ 3,035.07 หน่วย/เดือน/ราย

กรณีที่ 3 ผลการทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนด้านเงินลงทุนในการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา (Investment cost) พบว่า เงินลงทุนในการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา (Investment cost) ต้องลดลงอีกร้อยละ 22.42 หรือลดลงจาก 186,748.67 บาท เหลือ 144,870.64 บาท

2.2 ผลการประเมินความเสี่ยงในการลงทุนติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาสำหรับบ้านอยู่อาศัย ในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis) แบ่งออกเป็น 2 กรณีหลัก มีรายละเอียดดังนี้

กรณีที่ 1 การวิเคราะห์ความอ่อนไหวด้านต้นทุน ซึ่งแบ่งออกเป็นการวิเคราะห์ความอ่อนไหวในกรณีเงินลงทุนในการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา มีการเปลี่ยนแปลง โดยกำหนดให้ตัวแปรอื่น ๆ คงที่ และกรณีสัดส่วนแหล่งเงินลงทุนในการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาเปลี่ยนแปลง ซึ่งผลการศึกษา พบว่ากรณีเงินลงทุนลดลงร้อยละ 5 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 และ 10 จากกรณีฐาน ผลการวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบัน (NPV) และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) มีค่าติดลบ และสำหรับกรณีเงินลงทุนลดลงร้อยละ 10 มูลค่าปัจจุบัน (NPV) มีค่าติดลบ แต่อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) มีค่าเป็นบวก แต่ยังคงมีค่าต่ำกว่าต้นทุนเฉลี่ยของเงินทุนแบบถ่วงน้ำหนัก (WACC) (WACC เท่ากับ ร้อยละ 3.57) แสดงว่าโครงการไม่มีความคุ้มค่าทางการเงิน

ทั้งนี้ สำหรับผลการศึกษาคำนวณสัดส่วนแหล่งเงินลงทุนในการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาเปลี่ยนแปลง พบว่ากรณีที่แหล่งเงินลงทุนมาจากเงินกู้ร้อยละ 100 ผลการวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบัน (NPV) และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) มีค่าติดลบ แสดงว่าโครงการไม่มีความคุ้มค่าทางการเงิน แต่สำหรับกรณีแหล่งเงินลงทุนมาจากส่วนของเจ้าของร้อยละ 100 ผลการวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบัน (NPV) ตลอดอายุโครงการ 10 ปี เท่ากับ 45,530.81 บาท และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ 6.85 มีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) เท่ากับ 7.02 ปี แสดงว่าโครงการมีความคุ้มค่าทางการเงิน

กรณีที่ 2 การวิเคราะห์ความอ่อนไหวด้านรายได้ ซึ่งแบ่งออกเป็นกรณีวิเคราะห์ความอ่อนไหวในปริมาณการใช้ไฟฟ้าของผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทบ้านอยู่อาศัย (มากกว่า 150 หน่วย) ในพื้นที่ภาคกลางเปลี่ยนแปลง และกรณีอัตราค่าไฟฟ้าเปลี่ยนแปลง โดยกำหนดให้ตัวแปรอื่น ๆ คงที่ ซึ่งผลการศึกษาพบว่ากรณีปริมาณการใช้ไฟฟ้าลดลงร้อยละ 5 และ 10 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 และ 10 จากกรณีฐาน ผลการวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบัน (NPV) และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) มีค่าติดลบ แสดงว่าโครงการไม่มีความคุ้มค่าทางการเงิน

ทั้งนี้สำหรับผลการศึกษาคำนวณอัตราค่าไฟฟ้าเปลี่ยนแปลง พบว่า กรณีอัตราค่าไฟฟ้าลดลงร้อยละ 5 และ 10 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 และ 10 ผลการวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบัน (NPV) และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) มีค่าติดลบ แสดงว่า โครงการไม่มีความคุ้มค่าทางการเงิน

อภิปรายผล

จากการศึกษาความคุ้มค่าทางการเงินในการลงทุนติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาสำหรับบ้านอยู่อาศัย ในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย สำหรับกรณีฐาน (Baseline) กำหนดให้สัดส่วนแหล่งเงินลงทุน (D:E) เท่ากับ 50:50 มีอัตราการรับซื้อไฟฟ้า เท่ากับ 2.20 บาทต่อหน่วย และมีปริมาณการใช้ไฟฟ้า เท่ากับ 15,690.97 หน่วยต่อปี พบว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีค่าติดลบ และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) มีค่าติดลบ ซึ่งแสดงถึงโครงการไม่มีความคุ้มค่าทางการเงินในการลงทุน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวสุพร ตังงาม (2558, น. 112-116) พบว่า โครงการไม่มีความคุ้มค่าในการลงทุน สำหรับโครงการติดตั้งโซลาร์รูฟอย่างเสรี สำหรับบ้านที่อยู่อาศัย ขนาดกำลังการผลิตติดตั้ง 3 kWp ซึ่งเป็นการศึกษาในพื้นที่จังหวัดนครปฐม แต่หาปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ผลิตได้เพิ่มขึ้น ลดต้นทุนค่าติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ จะทำให้โครงการมีความคุ้มค่าในการลงทุน ดังนั้นถ้าหากทำการศึกษาในพื้นที่ภาคอื่น ๆ ซึ่งแต่ละพื้นที่จะมีค่าความเข้มรังสีดวงอาทิตย์แตกต่างกัน โดยจะมีผลต่อปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ผลิตได้ รวมทั้งแต่ละพื้นที่ที่มีปริมาณการใช้ไฟฟ้าที่แตกต่างกัน อาจจะทำให้โครงการมีความคุ้มค่าในการลงทุน นอกจากนี้ปัจจัยสำคัญที่อาจจะมีผลต่อความคุ้มค่าในการลงทุน คือ เงินลงทุนในการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา สัดส่วนแหล่งเงินลงทุน อัตราค่าไฟฟ้า และอัตราการรับซื้อไฟฟ้าที่มีการปรับลดลงจากเดิม 6.85 บาทต่อหน่วย เหลือ 2.20 บาทต่อหน่วย

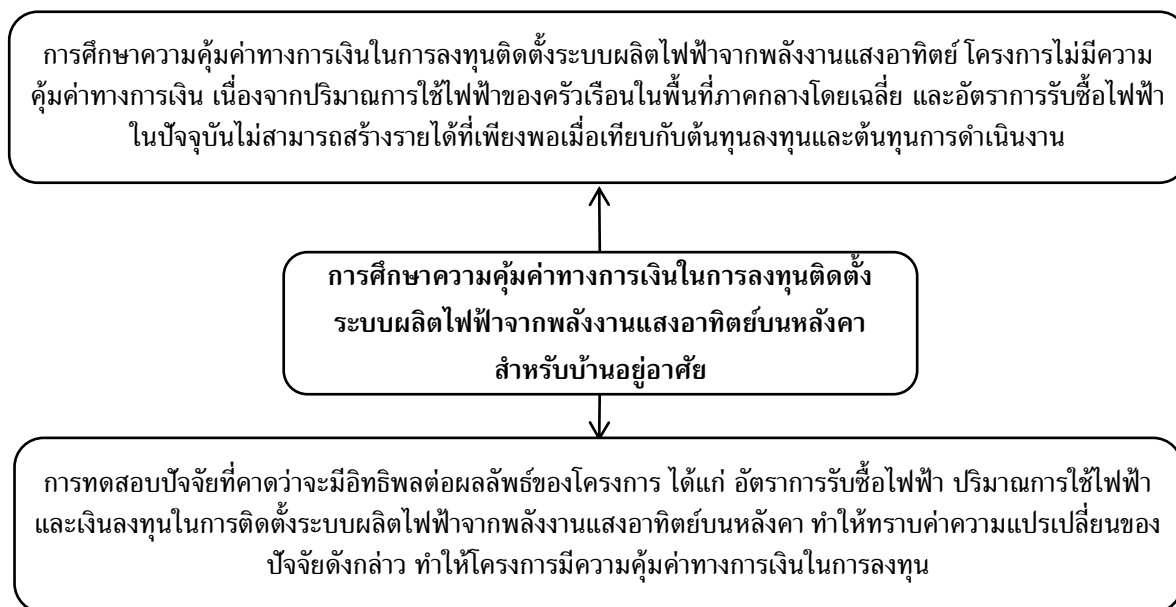
ทั้งนี้เมื่อทำการทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน (Switching Value Test) พบว่าถ้าอัตราการรับซื้อไฟฟ้าตั้งแต่ 3.1927 บาท/หน่วยขึ้นไป หรือปริมาณการใช้ไฟฟ้าตั้งแต่ 36,420.89 หน่วย/ปี หรือ 3,035.074 หน่วย/เดือนขึ้นไป หรือเงินลงทุนในการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา (Investment Cost) น้อยกว่าหรือเท่ากับ 144,870.64 บาท จะทำให้โครงการมีความคุ้มค่าในการลงทุน นอกจากนี้เมื่อทำการวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis) พบว่า กรณีที่แหล่งเงินลงทุนในการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา มาจากส่วนของเจ้าของร้อยละ 100 ทำให้มีต้นทุนเฉลี่ยของเงินทุนแบบถ่วงน้ำหนัก (WACC) เท่ากับร้อยละ 2.35 พบว่าโครงการมีความคุ้มค่าทางการเงิน เนื่องจากมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ตลอดอายุโครงการ 10 ปี เท่ากับ 45,530.81 บาท และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ 6.85 มีระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 7.02 ปี ซึ่งสอดคล้องกับ สุริยนต์ สมดี (2558) พบว่า การลงทุนติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาสำหรับบ้านอยู่อาศัย ขนาด 5 กิโลวัตต์ โดยใช้เงินลงทุนส่วนของเจ้าของร้อยละ 100 จะทำให้โครงการมีความคุ้มค่าในการลงทุนและให้ผลตอบแทนที่สูงกว่าการลงทุนในพันธบัตรรัฐบาล ดังนั้น ธนาคารพาณิชย์และธนาคารเฉพาะกิจของรัฐ อาจจะเข้ามาสนับสนุนสินเชื่อลงทุนติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา สำหรับบ้านอยู่อาศัย

องค์ความรู้ใหม่

จากการศึกษาเรื่อง การศึกษาความคุ้มค่าทางการเงินในการลงทุนติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาสำหรับบ้านอยู่อาศัย ในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย ทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ ดังต่อไปนี้

1. ได้ทราบว่าในการศึกษาความคุ้มค่าทางการเงินในการลงทุนติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา สำหรับบ้านอยู่อาศัย ขนาดกำลังการผลิตติดตั้ง 5 กิโลวัตต์ ในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย ในกรณีฐาน โดยกำหนดสัดส่วนแหล่งเงินทุนหนี้สินต่อทุน เท่ากับ 50:50 พบว่า โครงการไม่มีความคุ้มค่าทางการเงิน เนื่องจากปริมาณการใช้ไฟฟ้าของครัวเรือนในพื้นที่ภาคกลางโดยเฉลี่ย และอัตราการรับซื้อไฟฟ้าในปัจจุบันไม่สามารถสร้างรายได้ที่เพียงพอเมื่อเทียบกับต้นทุนลงทุนและต้นทุนการดำเนินงาน

2. งานวิจัยนี้ได้ทำการทดสอบปัจจัยที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของโครงการ ได้แก่ อัตราการรับซื้อไฟฟ้า ปริมาณการใช้ไฟฟ้า และเงินลงทุนในการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา เพื่อให้ทราบค่าความแปรเปลี่ยนของปัจจัยดังกล่าว ที่ทำให้โครงการมีความคุ้มค่าทางการเงินในการลงทุน โดยโครงการจะมีความคุ้มค่าทางการเงิน ต่อเมื่ออัตราการรับซื้อไฟฟ้า ตั้งแต่ 3.1927 บาท/หน่วยขึ้นไป ดังนั้นภาครัฐอาจใช้ข้อมูลเพื่อประกอบการพิจารณากำหนดอัตราการรับซื้อไฟฟ้าให้เพิ่มสูงขึ้นจากปัจจุบันอยู่ที่ 2.20 บาท/หน่วย หรือกรณีแหล่งเงินทุนมาจากส่วนของเจ้าของร้อยละ 100 หรือไม่มีค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยเงินกู้ โดยธนาคารแห่งประเทศไทย อาจจะเข้ามาสนับสนุนสินเชื่อลงทุนติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา สำหรับบ้านอยู่อาศัย โดยกำหนดอัตราดอกเบี้ยในอัตราพิเศษ เพื่อจูงใจให้ประชาชนเข้าร่วมโครงการโซลาร์ประชาชนมากขึ้น และมีความคุ้มค่าทางการเงินจากการลงทุนดังกล่าว



ภาพที่ 4 องค์ความรู้ใหม่

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาความคุ้มค่าทางการเงินในการลงทุนติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาสำหรับบ้านอยู่อาศัย ในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย ในกรณีฐาน โดยกำหนดสัดส่วนแหล่งเงินทุนหนี้สินต่อทุน เท่ากับ 50:50 พบว่า โครงการไม่มีความคุ้มค่าทางการเงิน

ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน พบว่า อัตราการรับซื้อไฟฟ้า ตั้งแต่ 3.1927 บาทต่อหน่วยขึ้นไป หรือปริมาณการใช้ไฟฟ้าต่อราย ตั้งแต่ 36,420.89 หน่วยต่อปี หรือเงินลงทุนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 144,870.64 บาท จึงจะทำให้โครงการมีความคุ้มค่าในการลงทุน นอกจากนี้เมื่อทำการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ ในกรณีที่แหล่งเงินทุนมาจากส่วนของเจ้าของร้อยละ 100 พบว่า โครงการมีความคุ้มค่าทางการเงิน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ผู้ที่สนใจลงทุนติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา ขนาด 5 กิโลวัตต์ และเป็นผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทบ้านอยู่อาศัย (มากกว่า 150 หน่วย) (ผู้ใช้ไฟฟ้าบ้านอยู่อาศัยประเภท 1.1.2) ในพื้นที่ภาคกลาง ที่มีความประสงค์เข้าร่วมโครงการโซลาร์ประชาชนปี 2564 ซึ่งจากผลการศึกษา พบว่า การลงทุนติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา ขนาด 5 กิโลวัตต์ มีความคุ้มค่าทางการเงินเฉพาะกรณีแหล่งเงินลงทุนมาจากส่วนของเจ้าของร้อยละ 100 หรือไม่มีค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยเงินกู้ และกรณีที่ครัวเรือนมีปริมาณการใช้ไฟฟ้า ตั้งแต่ 36,420.89 หน่วย/ปี หรือ 3,035.074 หน่วย/เดือน ขึ้นไป จะทำให้โครงการมีความคุ้มค่าทางการเงิน

1.2 หน่วยงานภาครัฐ จากผลการศึกษาพบว่า โครงการจะมีความคุ้มค่าทางการเงิน ต่อเมื่ออัตราการรับซื้อไฟฟ้า ตั้งแต่ 3.1927 บาท/หน่วยขึ้นไป ดังนั้นภาครัฐอาจใช้ข้อมูลเพื่อประกอบการพิจารณากำหนดอัตราการรับซื้อไฟฟ้าให้เพิ่มสูงขึ้นจากปัจจุบันอยู่ที่ 2.20 บาท/หน่วย หรือกรณีแหล่งเงินลงทุนมาจากส่วนของเจ้าของร้อยละ 100 หรือไม่มีค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยเงินกู้ โดยธนาคารแห่งประเทศไทย อาจเข้ามาสนับสนุนสินเชื่อลงทุนติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา สำหรับบ้านอยู่อาศัย โดยกำหนดอัตราดอกเบี้ยในอัตราพิเศษ เพื่อจูงใจให้ประชาชนเข้าร่วมโครงการโซลาร์ประชาชนมากขึ้น และมีความคุ้มค่าทางการเงินจากการลงทุนดังกล่าว

1.3 บริษัทผู้ให้บริการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา อาจร่วมมือกับสถาบันการเงิน เพื่อทำเรื่องระบบผ่อนชำระค่าติดตั้งให้กับลูกค้ากลุ่มบ้านอยู่อาศัยที่สนใจติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ เช่น สามารถผ่อนชำระ 0 % ได้นาน 10 งวด ซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกและช่วยแบ่งเบาภาระให้กับลูกค้า โดยเป็นการจูงใจให้ประชาชนหันมาติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคามากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาความคุ้มค่าทางการเงินในการลงทุนติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา สำหรับบ้านอยู่อาศัย ในพื้นที่ภาคกลาง ขนาดกำลังการผลิตติดตั้ง 5 กิโลวัตต์ โดยมุ่งเน้นผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทบ้านอยู่อาศัย (มากกว่า 150 หน่วย) (ผู้ใช้ไฟฟ้าบ้านอยู่อาศัยประเภท 1.1.2) ในพื้นที่ภาคกลาง และกำหนดอายุโครงการ 10 ปี (ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2565 - 2574) ซึ่งอ้างอิงตามตามระยะเวลารับซื้อไฟฟ้าของโครงการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ที่ติดตั้งบนหลังคาสำหรับภาคประชาชนประเภทบ้านอยู่อาศัย พ.ศ. 2564 ดังนั้นในอนาคตอาจทำการศึกษาในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

2.1 ในอนาคตอาจทำการศึกษาความคุ้มค่าทางการเงินในการลงทุนติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา สำหรับบ้านอยู่อาศัย ในพื้นที่ภาคอื่น ๆ ของประเทศไทย เนื่องจากแต่ละพื้นที่จะมีค่าความเข้มรังสีดวงอาทิตย์แตกต่างกัน โดยจะมีผลต่อปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ผลิตได้ และส่งผลกระทบต่อผลตอบแทนของโครงการ

2.2 ในอนาคตอาจทำการศึกษาโดยกำหนดให้อายุโครงการเท่ากับอายุการใช้งานแผงโซลาร์เซลล์ (แผงโซลาร์เซลล์มีอายุการใช้งานประมาณ 25 ปี) ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลการวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุนของโครงการ

2.3 ปัจจุบันสำหรับบ้านอยู่อาศัยส่วนใหญ่ติดตั้งขนาดกำลังการผลิตติดตั้ง 3 กิโลวัตต์ และ 5 กิโลวัตต์ ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ได้นำร่องทำการศึกษาขนาดกำลังการผลิตติดตั้ง 5 กิโลวัตต์ กรณีภาครัฐปรับลดอัตราการรับซื้อไฟฟ้าจากเดิม 6.85 บาทต่อหน่วย เหลือ 2.20 บาทต่อหน่วย ดังนั้นในอนาคตอาจทำการศึกษาความคุ้มค่าทางการเงินในการลงทุนติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา สำหรับบ้านอยู่อาศัย ขนาดกำลังการผลิตติดตั้ง 3 กิโลวัตต์เพิ่มเติม

เอกสารอ้างอิง

กองพัฒนาพลังงานแสงอาทิตย์ กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน กระทรวงพลังงาน. (2560). *คู่มือความรู้การติดตั้งพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อผลิตไฟฟ้าบนหลังคา*. สืบค้น 8 กันยายน 2564. จาก <http://webkc.dede.go.th/testmax/sites/default/files/คู่มือโซลาร์เซลล์%20แบบย่อ.pdf>.

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค. (2561). ประกาศการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เรื่องการทบทวนอัตราค่าไฟฟ้าตามหลักเกณฑ์การกำหนดอัตราค่าไฟฟ้าปี 2558. สืบค้น 7 มิถุนายน 2564. จาก

https://www.pea.co.th/Portals/0/demand_response/Electricity%20Reconsider.pdf?ver=2018-10-01-155123-370.

คณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน. (2564). ประกาศเชิญชวนการรับซื้อไฟฟ้าโครงการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ที่ติดตั้งบนหลังคาสำหรับภาคประชาชนประเภทบ้านอยู่อาศัย พ.ศ. 2564. สืบค้น 5 มิถุนายน 2564. จาก [https://www.erc.or.th/web-upload/200xf869baf82be74c18cc110e974eea8d5c/tinymce/ประกาศโซลาร์ประชาชน%202564%20\(1\).pdf](https://www.erc.or.th/web-upload/200xf869baf82be74c18cc110e974eea8d5c/tinymce/ประกาศโซลาร์ประชาชน%202564%20(1).pdf).

จุฬารัตน์ จำปรัตน์. (2558). การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ที่ติดตั้งบนหลังคา (Solar PV Rooftop) สำหรับบ้านพักอาศัยทั่วไป ในพื้นที่อำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน. (การค้นคว้าอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).

ธนาคารกสิกรไทย. (2564). สินเชื่อโครงการพิเศษรับประกันการประหยัดพลังงาน (Solar rooftop). สืบค้น 11 กันยายน 2564. จาก <https://www.kasikornbank.com/EN/business/sme/loan/special-loan/Pages/k-energy-saving-guarantee-program-solar-rooftop.aspx?TermStoreId=a4c36b1b-fd93-4ca9-b412-06fedcf3153b&TermSetId=119a23c1-b2d8-4e62-b089-a12259530e36&TermId=47d06525-c95e-4bb3-b0a9-eeb637cbdeba>.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2564). พันธบัตรรัฐบาลที่ออกจำหน่ายในปี 2564. สืบค้น 20 ธันวาคม 2564. จาก <https://www.bot.or.th/Thai/DebtSecurities/SalestoIndividuals/GOVBond/Pages/default.aspx>.

วสุพร ตีวงม. (2558). การประเมินความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ของโครงการติดตั้งโซลาร์รูฟอย่างเสรี สำหรับบ้านที่อยู่อาศัย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

วิภา เล็กกุลวัฒน์. (2559). การศึกษาความคุ้มค่าทางการเงินในการเข้าร่วมโครงการนำร่องการส่งเสริมการติดตั้งโซลาร์รูฟอย่างเสรี กรณีศึกษาในเขตพื้นที่ของการไฟฟ้านครหลวง. (การค้นคว้าอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

ศูนย์ข่าวพลังงาน (Energy News Center-ENC). (2564). ติดตามสถานการณ์การร่วมโครงการโซลาร์ภาคประชาชน. สืบค้น 10 ธันวาคม 2564. จาก <https://www.energynewscenter.com/โซลาร์ภาคประชาชนปี-64-หล/>.

ศูนย์วิจัย Krungthai COMPASS ธนาคารกรุงไทย. (2564). Solar Rooftop ภาคครัวเรือน. สืบค้น 10 ธันวาคม 2564. จาก https://krungthai.com/Download/economyresources/EconomyResourcesDownload_457Solar_Rooftop_ภาคครัวเรือน_แหล่งรายได้เสริมของผู้พัฒนาพลังงาน_31_03_64.pdf.

สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน. (2562). การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากการใช้พลังงานรายภาคเศรษฐกิจ. สืบค้น 5 มิถุนายน 2564. จาก <http://www.eppo.go.th/index.php/th/energy-information/static-energy/static-co2>.

_____. (2562). คู่มือการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์. สืบค้น 15 สิงหาคม 2564. จาก https://webkc.dede.go.th/testmax/sites/default/files/คู่มือ%20การผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์%20BLN_0.pdf.

_____. (2563). แผนพัฒนาพลังงานทดแทนและพลังงานทางเลือก พ.ศ. 2561-2580 (AEDP 2018). สืบค้น 5 มิถุนายน 2564. จาก http://www.eppo.go.th/images/Infomation_service/public_relations/PDP2018/PDP2018Rev1.pdf.

_____. (2563). รายงานสถิติพลังงานรายปี 2563. สืบค้น 5 มิถุนายน 2564. จาก <http://www.eppo.go.th/index.php/th/component/k2/item/16366-energy-statistics-2563>.

_____. (2563). สรุปผลการตรวจวัดข้อมูลความเข้มรังสีดวงอาทิตย์ในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2563. สืบค้น 15 สิงหาคม 2564. จาก https://www.dede.go.th/ewt_dl_link.php?nid=55493&filename=solar_intensity.

สุริยนต์ ชาติ. (2558). การประเมินการลงทุนระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาบ้านอยู่อาศัย ในภาคเหนือของประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).

**ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีและการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในการใช้
บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง กรณีศึกษา : เคพลัส บัวหลวง เอ็มแบงก์กิ้ง
และ เคเอ็มเอ กรุงศรี โมบายแอป**

**FACTORS RELATED TO TECHNOLOGY ADOPTION AND MARKETING THAT
INFLUENCES CONFIDENCE IN USING MOBILE BANKING APPLICATION CASE STUDY:
K PLUS BUALUANG M BANKING AND KMA KRUNGSRI MOBILE APP**

เพ็ญนภา สุขบุญเพ็ง^{1*} นนทร์ วรพานิช²

Phennapa Sukbunpheng¹ Non Vorlapanit²

¹ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

² ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

¹ Master of Economics (Business Economics), Faculty of Economics, Kasetsart University

² Department of Economics, Faculty of Economics, Kasetsart University

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง (2) ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง งานวิจัยในครั้งนี้มีการใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ซึ่งเป็นข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง เคพลัส, บัวหลวง เอ็มแบงก์กิ้ง และ เคเอ็มเอ กรุงศรี โมบายแอป จำนวน 400 คน นำมาวิเคราะห์สถิติโดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุ

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการ ด้านคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อผู้บริโภครับรู้เรื่องราวเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายหรือรับรู้ข่าวสารในการใช้บริการเพิ่มขึ้น จะทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งมากขึ้น เป็นร้อยละ 32.60

ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งานมีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการ ด้านคุณภาพของระบบ อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อผู้บริโภครับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งานมากขึ้น จะทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งมากขึ้น เป็นร้อยละ 100

คำสำคัญ: ความเชื่อมั่น, โมบายแบงก์กิ้ง, ส่วนประสมทางการตลาด

* E-mail address: phennapa.suk@ku.th ¹ feconov@ku.ac.th ²

ABSTRACT

The objectives of this research article were to (1) study the market mix factors affecting the confidence in using the mobile banking application and (2) study the factors related to technology adoption and other factors affecting the mobile banking application. Trust in using the mobile banking application service. In this research, questionnaires were used to collect data. Which is information in quantitative research the sample was 400 people who used financial services via mobile banking applications K PLUS, Bualuang m Banking, and KMA Krungsri Mobile App. The statistics were analyzed by a distribution of frequency, percentage, mean, and standard deviation and using multiple regression analysis.

The result of the study found that: Marketing mix factors: It was found that marketing promotion affects the confidence of users of mobile banking applications. Service quality is at the highest level. When consumers receive more stories about distribution channels or receive news about the service. It will increase consumer confidence in using mobile banking applications to 32.60%.

Technology Adoption factors: Confidence in using the mobile banking application of the use system quality at the highest level as consumers become more aware of the benefits of using This will make consumers more confident in using mobile banking applications to 100%.

Keywords: Confidence, Mobile Banking, Marketing Mix

บทนำ

ปัจจุบันการใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งยังคงมีบทบาทที่สำคัญเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะกับการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน ซึ่งสะดวกมากกว่าการเดินทางไปติดต่อด้วยตนเองที่สาขา ลดขั้นตอน และประหยัดเวลาในการติดต่อธุรกรรมต่างๆ เป็นอย่างยิ่งบริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งยังคงเป็นบริการที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง ด้วยเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป ธนาคารต่างพัฒนาช่องทางการให้บริการแก่ลูกค้าในหลายรูปแบบ เช่น ช่องทางสาขาทั่วไป ช่องทางโทรศัพท์ ช่องทางสาขาอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงช่องทางแอปพลิเคชันเพื่อตอบสนองความต้องการบริการทางการเงินของลูกค้าที่มีความหลากหลาย ทั้งนี้การพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับโมบายแบงก์กิ้งถูกปรับปรุงให้มีความปลอดภัย มีความรัดกุมมากยิ่งขึ้น รวมทั้งเพิ่มฟีเจอร์การใช้งานพิเศษนอกเหนือจากการทำธุรกรรมทางการเงินเพื่อตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนไปของลูกค้าในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นรูปลักษณ์ของแอปพลิเคชันที่ดี ทันสมัย น่าดึงดูดให้ใช้บริการมากกว่าช่องทางอื่น ขั้นตอนที่สามารถใช้งานง่าย โดยบริการหลักๆ คือ การตรวจสอบยอดคงเหลือในบัญชีแบบ Real-Time, การตรวจสอบรายการเดินบัญชีย้อนหลัง, การโอนเงินระหว่างบัญชี และต่างธนาคารโดยไม่มีค่าธรรมเนียม, การชำระค่าสินค้าและบริการต่างๆ เพียงแค่ทำรายการธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง เท่านั้น โดยทางธนาคารมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ธนาคารผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือ และเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น (ประชาชาติธุรกิจ, 2564)

รายงานจากธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) เกี่ยวกับภาพรวมธุรกรรมการชำระเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้ง ในปี 2563 จนถึงเดือนมกราคม 2564 พบว่า ยอดบัญชีผู้ใช้เกือบ 70 ล้านบัญชี พบมูลค่าธุรกรรมเพิ่มขึ้น 30 ล้านล้านบาท ในขณะที่การทำธุรกรรมผ่านสาขาลดลง แต่ช่วงสถานการณ์โควิด19 ชี้ให้เห็นว่า มาตรการรัฐทำให้ยอดในการใช้คิวอาร์โค้ดเติบโตมากขึ้น ด้วยเหตุนี้ทำให้แนวโน้มธุรกรรมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งจำนวนผู้ใช้บริการ ปริมาณธุรกรรม มูลค่าการทำรายการ ลูกค้าหันมาใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งมากยิ่งขึ้น พฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งจะเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่จะผ่านไปสู่เศรษฐกิจดิจิทัล การเพิ่มความเร็วในการพัฒนาฟีเจอร์ใหม่ออกมา เช่น การเปิดบัญชีออนไลน์ การ

ลงทุน และการโอนเงินข้ามประเทศ รวมถึงการพัฒนาระบบการชำระเงินผ่าน QR Code Payment และจะทยอยเชื่อมระบบกับประเทศอื่นๆ (ประชาชาติธุรกิจ, 2564)

การใช้บริการทางการเงินแบบออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากขึ้นในยุคปัจจุบัน ความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารพาณิชย์และ การให้บริการทางการเงินแบบออนไลน์รวมถึงการปรับปรุงการให้บริการในการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ซึ่งผลการสำรวจในครั้งนี้ต่อธนาคารพาณิชย์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารพาณิชย์มากที่สุด อันดับที่ 1 คือ ธนาคารกสิกรไทย ร้อยละ 23.3 อันดับที่สองคือ ธนาคารไทยพาณิชย์ ร้อยละ 17.1 อันดับที่สามคือ ธนาคารกรุงเทพ ร้อยละ 16.6 อันดับที่สุดคือ ธนาคารกรุงไทย ร้อยละ 15.2 และอันดับที่ห้าคือ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ร้อยละ 9.9 และมีความพึงพอใจต่อการให้บริการธนาคารพาณิชย์ มากที่สุด อันดับที่ 1 ธนาคารกสิกรไทย ร้อยละ 23.6 อันดับที่สองคือ ธนาคารไทยพาณิชย์ ร้อยละ 19.5 อันดับที่สามคือ ธนาคารกรุงเทพ ร้อยละ 16.1 อันดับที่สุดคือ ธนาคารกรุงไทย ร้อยละ 14.3 และอันดับที่ห้าคือ ธนาคาร กรุงศรีอยุธยา ร้อยละ 9.3 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการทางการเงินแบบออนไลน์ และพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย (K PLUS) มากที่สุด อีกทั้งยังต้องการให้ธนาคารพาณิชย์มีการปรับปรุง ในเรื่องการพัฒนาการให้บริการหน้าเคาน์เตอร์ของธนาคารมากที่สุด ถึงแม้การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งอำนวยความสะดวกสบาย และตอบสนองความต้องการแก่ผู้ใช้บริการ แต่เทคโนโลยีย้อมขาดประสิทธิภาพและเกิดการใช้งานขัดข้องได้ และเกิดปัญหาระบบล่มจนทำให้ผู้ใช้บริการไม่สามารถทำรายการได้ ทำให้ธนาคารมีการปรับปรุงพัฒนาแอปพลิเคชันของธนาคารอยู่เสมอ ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ได้รายงานสถิติระบบเทคโนโลยีสารสนเทศขัดข้องที่กระทบต่อการให้บริการ ในช่วงไตรมาส 3/2563 (ก.ค. - ก.ย.) พบว่า 5 ธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่มีการขัดข้องของโมบายแบงก์กิ้งทั้งหมด โดย ธนาคารกรุงเทพขัดข้องมากที่สุด รองลงมา ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารกรุงไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ และ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ตามลำดับ (ประชาชาติธุรกิจ, 2563)

จากข้อมูลดังกล่าว เห็นได้ว่า ปัจจุบันเกิดเหตุการณ์ความไม่ปลอดภัยทางการเงินผ่านการให้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งเกิดขึ้นบ่อยครั้ง ถึงแม้ว่าการให้บริการทางการเงินผ่านช่องทางแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งสามารถตอบสนองความต้องการผู้ใช้บริการให้เกิดประโยชน์ เกิดความสะดวก สบาย มากเพียงใด เมื่อใช้เป็นเวลานานย่อมขาดประสิทธิภาพในการใช้งาน จึงต้องมีการปรับปรุงพัฒนาแอปพลิเคชันอยู่เสมอ โมบายแบงก์กิ้งเป็นที่นิยมและเป็นฐานลูกค้ามากยิ่งขึ้น แต่แอปพลิเคชันยังมีข้อจำกัดในตัวอยู่หลายอย่าง บ่อยครั้งเกิดปัญหาของระบบเทคโนโลยีล่มหรือระบบขัดข้อง หลายธนาคารที่เคยประสบปัญหาระบบล่มในทุกธนาคารจนผู้บริโภคโทรร้องเรียน แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งที่เป็นนิยมมากในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ และประเด็นในเรื่องความปลอดภัยในการใช้ แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งก็ยังมีช่องโหว่ที่ทำให้มีฉ้อโกงใช้เป็นช่องทางในการหลอกลวงผู้บริโภคในบริการทางการเงินจนมีผู้เสียหายเกิดขึ้นมากมาย จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการ รวมทั้งศึกษาปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีและการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีและปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) คือ ผู้ที่ใช้บริการ ด้านการเงินผ่านแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง โดยใช้ผ่านผ่าน แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง ดังนี้ K PLUS (ธนาคารกสิกรไทย) Bualuang m Banking (ธนาคารกรุงเทพ) และ KMA Krungsri Mobile App (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา)

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) คือ ผู้ที่ใช้บริการด้านการเงิน ผ่านแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง ดังนี้ K PLUS (ธนาคารกสิกรไทย) Bualuang m Banking (ธนาคารกรุงเทพ) และ KMA Krungsri Mobile App (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา) โดยทำการสุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยการคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 385 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 ตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้มีการใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ซึ่งเป็นข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด บทความ เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยรายละเอียดในแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ข้อมูล เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ โดยลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามคัดกรอง เพื่อทราบการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง (Application Mobile Banking) ของธนาคารหรือไม่ จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง โดยลักษณะของคำถามเป็นแบบประเมินค่าระดับความสำคัญ 5 ระดับ จำนวน 12 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีและปัจจัยอื่น ๆ ซึ่งมีลักษณะโดยลักษณะของคำถามเป็นแบบประเมินค่าระดับความสำคัญ 5 ระดับ จำนวน 9 ข้อ

ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง ซึ่งมีลักษณะโดยลักษณะของคำถามเป็นแบบประเมินค่าระดับความสำคัญ 5 ระดับ จำนวน 8

ส่วนที่ 6 แบบสอบถามข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยมีลักษณะคำถามเป็นปลายเปิดเต็มคำ (Completion) จำนวน 1 ข้อ

3. สมมติฐานการวิจัย

3.1 ส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการ ด้านคุณภาพของระบบ

3.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการ ด้านคุณภาพของข้อมูล

3.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการ ด้านคุณภาพของการบริการ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีในการเก็บรวบรวมข้อมูลมาจาก 2 ส่วน ดังนี้ คือ

4.1 การเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ข้อมูลที่ใช้ในการสนับสนุนเพื่อความสะดวกในการศึกษา โดยการเก็บข้อมูลค้นคว้าจากหนังสืองานวิจัย รายงานวิทยานิพนธ์ วารสาร เอกสาร บทความ และเว็บไซต์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

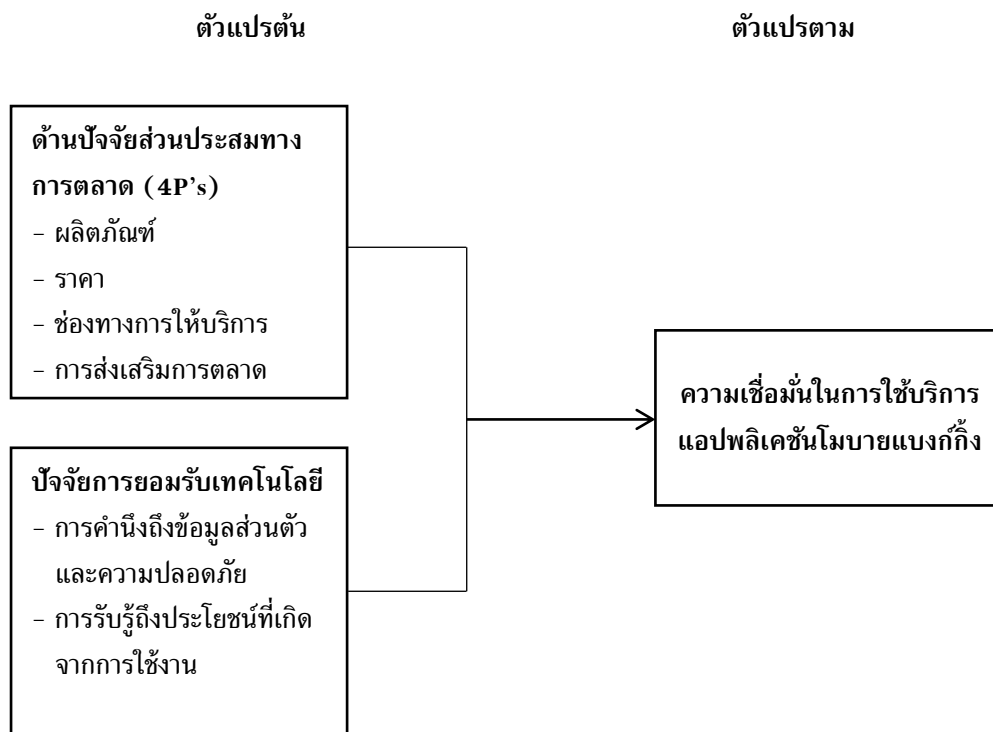
4.2 การเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) งานวิจัยนี้จะทำการเก็บตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยขอความร่วมมือจากผู้ให้บริการโมบายแบงก์กิ้งในการทำแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ โดยใช้แบบสอบถาม

ออนไลน์ในการเก็บข้อมูล (Online Questionnaire) ผ่าน Google Form โดยวิธีการส่งผ่านช่องทางเฟสบุ๊ค (Facebook) ไลน์ (Line) และช่องทางออนไลน์ด้านต่าง ๆ โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือน ธันวาคม 2564 ถึง เดือนมกราคม

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์สถิติโดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุ ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อคัดเลือกแบบสอบถามที่มีคำตอบสมบูรณ์มาใช้ในการประมวลผลผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) อธิบายข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง เช่น เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ เป็นต้น โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) อธิบายในส่วนของลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนและปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง และทำการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานทางการวิจัย โดยการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) มีการทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple Regression) ในการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม 1 ตัว และตัวแปรอิสระตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป และทดสอบสมมติฐานและโดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Regression Coefficient) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านต่าง ๆ กับความเชื่อมั่นที่มีต่อการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง โดยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่าผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง ให้ความสำคัญในเรื่องของผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับมากที่สุด ปัจจัยด้านราคาและการส่งเสริม

การตลาดอยู่ในระดับมาก ทำการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้วิธี Stepwise เพื่อทดสอบอิทธิพลที่มีต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการทั้ง 3 ด้าน ได้ผลดังนี้

1.1 ความเชื่อมั่นด้านคุณภาพระบบ

การทดสอบเงื่อนไขหรือข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยพหุคุณพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity เนื่องจากค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.2 และค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 5 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์ ซึ่งผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคุณ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการ ด้านคุณภาพของระบบ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการ ด้านคุณภาพของระบบในระดับปานกลาง ($R = 0.506$) สามารถอธิบายความแปรผันที่เกิดขึ้น มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการได้ร้อยละ 25.60 ($R^2 = 0.256$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการ ด้านคุณภาพของระบบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.20 (ตามตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการ ด้านคุณภาพของระบบ

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.445	.245		5.904	.000		
ด้านผลิตภัณฑ์	.252	.052	.242	4.846	.000	.754	1.326
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.159	.048	.167	3.300	.001	.737	1.356
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	.123	.036	.165	3.467	.001	.830	1.205
ด้านราคา	.111	.044	.131	2.534	.012	.710	1.409
R = 0.506 $R^2 = 0.256$ Adj $R^2 = 0.248$ F = 6.420 Sig = 0.012							
a. Dependent Variable: ด้านคุณภาพของระบบ							

1.2 ความเชื่อมั่นด้านคุณภาพข้อมูล

การทดสอบเงื่อนไขหรือข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยพหุคุณพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมทางการตลาด ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity เนื่องจากค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.2 และค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 5 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์ ซึ่งผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคุณ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการ ด้านคุณภาพข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการ ด้านคุณภาพข้อมูล ระดับปานกลาง ($R = 0.535$) สามารถอธิบายความแปรผันที่เกิดขึ้น มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการได้ร้อยละ 28.60 ($R^2 = 0.286$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการ ด้านคุณภาพข้อมูล มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.90 (ตามตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการ ด้านคุณภาพข้อมูล

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.211	.254		4.770	.000		
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.397	.046	.389	8.600	.000	.881	1.135
ด้านผลิตภัณฑ์	.221	.054	.198	4.129	.000	.782	1.279
ด้านการส่งเสริมการตลาด	.083	.037	.104	2.253	.025	.844	1.185
R = 0.536 $R^2 = 0.286$ Adj $R^2 = 0.381$ F = 5.075 Sig = 0.025							
a. Dependent Variable: ด้านคุณภาพข้อมูล							

1.3 ด้านคุณภาพของการบริการ

การทดสอบเงื่อนไขหรือข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่าพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity เนื่องจากค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.2 และค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 5 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์ ซึ่งผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการ ด้านคุณภาพการบริการ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการ ด้านคุณภาพการบริการ ระดับปานกลาง ($R = 0.571$) สามารถอธิบายความแปรผันที่เกิดขึ้น มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการได้ร้อยละ 32.60 ($R^2 = 0.286$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการ ด้านคุณภาพการบริการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.60 (ตามตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการ ด้านคุณภาพของการบริการ

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.785	.267		2.940	.003		
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.283	.039	.326	7.265	.000	.844	1.185
ด้านผลิตภัณฑ์	.336	.056	.278	5.967	.000	.782	1.279
ด้านการส่งเสริมการตลาด	.167	.049	.151	3.441	.001	.881	1.135
R = 0.571 $R^2 = 0.326$ Adj $R^2 = 0.321$ F = 11.839 Sig = 0.001							
a. Dependent Variable: ด้านคุณภาพของการบริการ							

2. ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง โดยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในด้านการคำนึงถึงข้อมูลส่วนตัว/ความปลอดภัยปัจจัยและด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งานอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อทำการ

วิเคราะห์ ทดสอบอิทธิพลที่มีต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของ ผู้ใช้บริการทั้ง 3 ด้าน ได้ผลดังนี้

2.1 ความเชื่อมั่นด้านคุณภาพระบบ

การทดสอบเงื่อนไขหรือข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่าปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity เนื่องจากค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.2 และค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 5 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์ ซึ่งผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของ ผู้ใช้บริการ ด้านคุณภาพระบบ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของ ผู้ใช้บริการ ด้านคุณภาพระบบ ระดับมากที่สุด ($R = 1.000$) สามารถอธิบายความแปรผันที่เกิดขึ้น มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของ ผู้ใช้บริการได้ร้อยละ 100 ($R^2 = 1.00$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของ ผู้ใช้บริการ ด้านคุณภาพระบบ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100 (ตามตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบอิทธิพลของปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของ ผู้ใช้บริการ ด้านคุณภาพระบบ

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.000	.000		.000	.000		
การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน	1.000	.000	1.000	.000	.000	1.000	1.000
R = 1.00 $R^2 = 1.00$ Adj $R^2 = 1.00$ F = .000 Sig = 0.000							

a. Dependent Variable: ด้านคุณภาพระบบ

2.2 ความเชื่อมั่นด้านคุณภาพข้อมูล

การทดสอบเงื่อนไขหรือข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน และการคำนึงถึงข้อมูลส่วนตัวและความปลอดภัย ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity เนื่องจากค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.2 และค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 5 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์ ซึ่งผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของ ผู้ใช้บริการ ด้านคุณภาพข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของ ผู้ใช้บริการ ด้านคุณภาพระบบ ระดับปานกลาง ($R = 0.502$) สามารถอธิบายความแปรผันที่เกิดขึ้น มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของ ผู้ใช้บริการได้ร้อยละ 25.50 ($R^2 = 0.252$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของ ผู้ใช้บริการ ด้านคุณภาพข้อมูล มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.50 (ตามตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบอิทธิพลของปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชัน
โมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการ ด้านคุณภาพข้อมูล

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.511	.242		6.253	.000		
การรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งาน	.337	.051	.315	6.639	.000	.836	1.197
การคำนึงถึงข้อมูลส่วนตัวและความปลอดภัย	.309	.052	.284	5.976	.000	.836	1.197

R = 0.502 R² = 0.252 Adj R² = 0.249 F = 35.707 Sig. = 0.000

a. Dependent Variable: ด้านคุณภาพข้อมูล

2.3 ด้านคุณภาพของการบริการ

การทดสอบเงื่อนไขหรือข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี การคำนึงถึงข้อมูลส่วนตัวและความปลอดภัย และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity เนื่องจากค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.2 และค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 5 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์ ซึ่งผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการ ด้านคุณภาพการบริการ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการ ด้านคุณภาพการบริการ ระดับปานกลาง ($R = 0.567$) สามารถอธิบายความแปรผันที่เกิดขึ้น มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการได้ร้อยละ 32.20 ($R^2 = 0.322$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีการคำนึงถึงข้อมูลส่วนตัวและความปลอดภัย มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการ ด้านคุณภาพการบริการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ ร้อยละ 51.60 (ตามตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 ผลการทดสอบอิทธิพลของปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชัน
โมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการ ด้านคุณภาพของการบริการ

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.032	.249		4.141	.000		
การดำเนินงานข้อมูลส่วนตัวและความปลอดภัย	.608	.053	.516	11.404	.000	.836	1.197
การรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งาน	.123	.052	.106	2.345	.020	.836	1.197

R = 0.567 R² = 0.322 Adj R² = 0.318 F = 5.501 Sig = 0.020

a. Dependent Variable: ด้านคุณภาพของการบริการ

อภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการทั้ง 3 ด้าน

ด้านคุณภาพของระบบ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง จากการศึกษาพบว่า ผลลัพธ์ในการให้บริการ มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการมากที่สุด หมายความว่าเมื่อผู้บริโภครับรู้เรื่องราวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ผู้บริโภคคิดความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งมากขึ้น ร้อยละ 24.20 ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ ภัทธา มหามงคล (2554) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านคุณภาพของข้อมูล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการได้ร้อยละ 28.60 จากการศึกษาพบว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการมากที่สุด เมื่อผู้บริโภครับรู้เรื่องราวเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งมากขึ้น ร้อยละ 38.90 ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ ณัฐธิดา มะลิทอง (2552) ศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ผลการศึกษา พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อบริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด

คุณภาพการบริการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการได้ร้อยละ 32.60 จากการศึกษา พบว่า การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการ ด้านคุณภาพการบริการมากที่สุด เมื่อผู้บริโภครับรู้เรื่องราวเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งมากขึ้น เป็นร้อยละ 32.60 ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ ปิยะนุช วิเชียรพันธุ์ (2558) ศึกษา เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์สำหรับลูกค้านิติบุคคล ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่าผู้รับบริการให้ความสำคัญในด้านของการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด

ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการทั้ง 3 ด้าน

ด้านคุณภาพของระบบ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งานมีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับมากที่สุด มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการได้ร้อยละ 100 เมื่อผู้บริโภคมีการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งานเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ผู้บริโภคคิดความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งมากขึ้น ร้อยละ 100 ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ เยาวลักษณ์ ปานประดิษฐ์ และธนวัต ลิ้มป้าณชัยกุล (2563) ศึกษาเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกรรมของธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่(Mobile Banking) ของผู้ใช้บริการที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล : มุมมองจากทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้งาน Mobile Banking ของผู้ใช้บริการ พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจในการใช้บริการธุรกรรมของธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่(Mobile Banking)

ด้านคุณภาพของข้อมูล การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการได้ร้อยละ 25.50 เมื่อผู้บริโภคมีการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งานเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ผู้บริโภคคิดความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งมากขึ้น ร้อยละ 31.50 ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ จิรนนท์ พุ่มภิญโญ (2553) พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่สนับสนุนการตัดสินใจใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง และงานวิจัยของศิรินนท์ กำเนิด พบว่าการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีส่งผลทางบวก

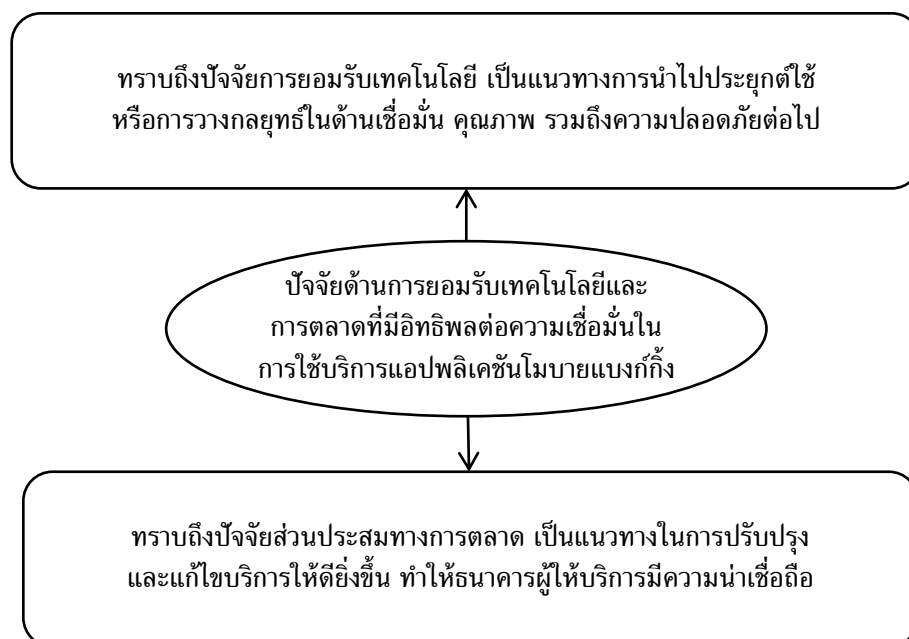
ต่อความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีเช่นกัน ซึ่ง โดยคนส่วนใหญ่จะเลือกใช้บริการเทคโนโลยี Mobile Banking เนื่องจากเห็นว่าแอปพลิเคชันมีประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการ สามารถสร้างความสะดวกสบายแก่ผู้ใช้บริการมากขึ้นตอบโจทย์ชีวิตที่เร่งรีบใน

คุณภาพการบริการ ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการ ร้อยละ 32.20 หากผู้บริโภคมีการคำนึงถึงข้อมูลส่วนตัวและความปลอดภัยเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ผู้บริโภคคิดความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งมากขึ้น ร้อยละ 51.60 ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ ศนิ อนันต์รัตนโชติ (2553) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินผ่านระบบ (Web Payment) ของผู้ซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ โดยปัจจัยการรับรู้ถึงความเชื่อมั่น (Perceived Trust) มีอิทธิพลต่อการเกิดพฤติกรรมการชำระเงินผ่านทาง Web ซึ่งพบว่าความไว้วางใจผู้ให้บริการ Web Payment รายเก่ามากกว่าผู้ให้บริการรายใหม่ การไว้วางใจในระบบการรักษาความปลอดภัยของเว็บไซต์ผู้ให้บริการล้วนแต่มีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดความรู้สึกเชื่อมั่น กล่าวคือความรู้สึกไม่ปลอดภัยหรือความเสี่ยงเป็นประเด็นสำคัญที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ Mobile Banking ผู้ใช้บริการย่อมต้องการความน่าเชื่อถือ และสร้างความไว้วางใจเมื่อใช้แอปพลิเคชัน หากแอปพลิเคชันมีการยืนยันตัวตนที่ดี สร้างความปลอดภัยในด้านข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการเพื่อไม่ให้เกิดการทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆผิดพลาด หรือมีการปลอมแปลงข้อมูลต่าง ๆ

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีและการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง กรณีศึกษา : เคพลัส บัฟหลวง เอ็มแบงก์กิ้ง และ เคเอ็มเอ กรุงศรี โมบายแอป สามารถอธิบายได้ถึงองค์ความรู้ใหม่ ได้ดังนี้

1. ทราบถึงปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านคุณภาพของระบบ คุณภาพของข้อมูล คุณภาพของการบริการ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน การคำนึงถึงข้อมูลส่วนตัวและความปลอดภัยจากผู้ให้บริการ เพื่อเป็นแนวทางการนำไปประยุกต์ใช้ หรือการวางกลยุทธ์ในด้านเชื่อมั่น คุณภาพ รวมถึงความปลอดภัยต่อไป
2. ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง เพื่อสามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงรูปแบบ หรือฟังก์ชันการใช้งานแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของธนาคาร เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุง และแก้ไขบริการให้ดียิ่งขึ้น ทำให้อาณาการผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือ



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่

สรุปผลการวิจัย

แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งยังคงมีบทบาทที่สำคัญเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะกับการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน แต่ขึ้นชื่อว่าเทคโนโลยีย่อมขาดประสิทธิภาพ หากไม่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ในปัจจุบันเกิดเหตุการณ์ความไม่ปลอดภัยทางการเงินบ่อยครั้ง มีจาชีฟแอบอ้างเป็นธนาคารเพื่อใช้ล่อลอบเข้าทำธุรกรรมโอนเงินออกจากบัญชี และหลอกลวงให้ผู้ใช้บริการหลงเชื่อส่งผลต่อความปลอดภัยและความเชื่อมั่น จากผลการศึกษาสามารถอธิบายได้ว่า ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีและการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง กรณีศึกษา: K PLUS, Bualuang m Banking และ KMA Krungsri Mobile App ประกอบไปด้วยปัจจัยในหลาย ๆ ด้าน จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่ส่งผลทางตรงที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง เนื่องจากการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน เพื่ออำนวยความสะดวก ลดขั้นตอน และประหยัดเวลาในการติดต่อธุรกรรมต่าง ๆ ทำให้ธนาคารต่างพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อให้เกิดการบริการที่มีประสิทธิภาพสูงสุด อธิบายได้จาก แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งมีการประมวลผลที่รวดเร็วถูกต้องแม่นยำ น่าเชื่อถือ รูปลักษณ์ของแอปพลิเคชันดูดี และทันสมัย มีความน่าดึงดูดให้ใช้บริการทางการเงินมากกว่าช่องทางอื่น และธนาคารจัดเก็บข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางบริการโมบายแบงก์กิ้งไว้อย่างปลอดภัย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากการศึกษาเห็นได้ว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งานมีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งในด้านคุณภาพของระบบ ของผู้ใช้บริการคิดเป็นร้อยละ 100 แสดงให้เห็นว่าเมื่อผู้ใช้บริการได้มีการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งาน จะทำให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งมากขึ้น หากผู้ใช้บริการมีความเชื่อว่าระบบการทำงานของแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของแต่ละธนาคารช่วยให้การใช้งานมีประสิทธิภาพในการใช้งานสูงขึ้น มีการใช้งานที่ง่าย รวดเร็ว และสะดวกสบาย ซึ่งการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานก็จะมีการเพิ่มความเชื่อมั่นในการใช้บริการ เนื่องจากการใช้งานที่ง่าย รวดเร็วและสะดวกสบาย อาจทำให้ผู้บริโภคมองข้ามข้อเสีย หรือมีการให้ข้อมูลส่วนตัวบางส่วนที่มากเกินไปเพื่อที่ต้องการใช้งานแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง ดังนั้น ภาครัฐควรมีการเข้ามาควบคุมการนำเสนอผลประโยชน์ที่ได้จากการใช้งานแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของแต่ละธนาคาร ว่ามีการชักชวนที่เกินจริงหรือพิจารณาว่าผลประโยชน์ที่ได้จากการใช้งานแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของแต่ละธนาคารที่นำเสนอ นั้นมีผลกระทบต่อผู้ใช้บริการอย่างไร เพื่อเป็นการช่วยเหลือผู้ใช้บริการทั้งที่มีความรู้ในเรื่องของเทคโนโลยีและไม่มีความรู้ในเรื่องของเทคโนโลยี

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก และความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ ควรใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลที่หลากหลาย เช่น การสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการโดยตรง เพื่อให้ทราบถึงปัญหาที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2.2 การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) เท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป เพื่อให้ได้ข้อมูลทางการตลาดที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น และเพื่อยกระดับกลยุทธ์ด้านการตลาดควรนำ 7Ps Marketing เข้ามาวิเคราะห์เพื่อให้สอดคล้องกับการตลาดในปัจจุบันมากยิ่งขึ้น

2.3 จากการศึกษาผู้วิจัยเห็นว่ายังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในใช้งานแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง เช่น การเกิดวิกฤตโควิด-19 ที่อาจส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานและความเชื่อมั่นในการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง

เอกสารอ้างอิง

จิรนนท์ พุ่มภิญโญ. (2553). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง. (การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

- ณัฐธินา มะลิทอง. (2552). ความพึงพอใจของลูกค้า ค้าต่อบริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของธนาคารพาณิชย์ในเขต
อำเภอเมืองจังหวัดสุพรรณบุรี. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ ,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).
- ประชาชาติธุรกิจ. (2563). ล่มทุกแบงก์ ธปท.เปิดข้อมูลธนาคารใหญ่โมบายแอปขัดข้อง ช่วง ก.ค.-ก.ย.63. สืบค้น 24
เมษายน 2565. จาก <https://www.prachachat.net/finance/news-552532>.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2564). แบงก์ติดสปีด “โมบายแบงก์” รองรับผู้ใช้งาน-ธุรกรรม พุ่งก้าวกระโดด. สืบค้น 24
เมษายน 2565. จาก: <https://www.prachachat.net/finance/news-659420>.
- ปิยะนุช วิเชียรพันธุ์. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับลูกค้านิติบุคคล
ธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน). (เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).
- ภัทรา มหามงคล. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทาง โทรศัพท์มือถือของธนาคารสิกร
ไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร. (การศึกษาเฉพาะบุคคลบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- เยาวลักษณ์ ปานประดิษฐ์ และ ธนวัต ลิ้มปีพาศัยกุล. (2563). ความผูกพันในการใช้บริการธุรกรรมของธนาคารผ่าน
โทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) ของผู้ใช้บริการที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล: มุมมอง
จากทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี. วารสารเกษตรศาสตร์ธุรกิจประยุกต์, 14(20), 45-77.
- ศนิ อนันต์รัตนโชติ. (2553). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินผ่านระบบเว็บไซต์ (Web Payment)
ของผู้ซื้อสินค้าและบริการออนไลน์. (การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี,
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)

กระบวนการวางแผนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก บริษัท กลุ่มสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด

PLANNING PROCESSES THAT AFFECT PAPER PRODUCTION EFFICIENCY CORRUGATED BOX PACKAGING SIAM PACKAGING GROUP CO., LTD.

กิตติศักดิ์ กองปัญญา^{1*} วรศักดิ์ ทองศิริ² ภัทรฤทัย เกณิกาสมานวรคุณ³

Kittisak Kongpanya¹ Warrasak Thongsiri² Phatthararuethai Kenikasahmanworakhun³

¹ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยทองสุข ^{2,3} คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยทองสุข

¹ Master of Business Administration, Thongsook College ^{2,3} Faculty of Business Administration, Thongsook College

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) กระบวนการวางแผนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก บริษัท กลุ่มสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด (2) ความสัมพันธ์กระบวนการวางแผนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ พนักงานแผนกการผลิตของบริษัท กลุ่มสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด จำนวน 162 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 21-30 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และมีประสบการณ์ในการทำงาน 2-3 ปี ผลการวิเคราะห์กระบวนการวางแผนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กระบวนการวางแผนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก พบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์กระบวนการวางแผนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก ด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณ พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ มีค่าเท่ากับ 0.434 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 ได้ร้อยละ 43.1 ผลการทดสอบสมมติฐาน ประสิทธิภาพในการผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก พบว่า มีความสอดคล้องในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

คำสำคัญ: กระบวนการวางแผน, ประสิทธิภาพ, การผลิต, กระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก

* E-mail address: kittisak_1152@hotmail.com ¹ wt_engineering@yahoo.com ² oilpunpun2522@gmail.com ³

ABSTRACT

The objectives of this research article were to study (1) the planning process affecting the production efficiency of corrugated packaging paper, Siam Packaging Group Co., Ltd., (2) the relationship between the planning process affecting the production efficiency of corrugated packaging paper, the populations used in the study were 162 employees of the production department of Siam Packaging Group Co., Ltd., research tools are questionnaire; the statistics used the data analysis were percentage, mean, standard deviation and correlation coefficient analysis and test hypothesis by analyzing multiple regressions.

The result of the study found that: The results of the study found that Most of the respondents were male, aged 21–30 years, with education below a bachelor's degree, an average monthly income of 10,001–20,000 baht, and 2–3 years of work experience. The results of the analysis of the planning process affected the production efficiency of corrugated packaging paper; overall, it was at a high level.

The correlation coefficient analysis between the planning processes affecting the efficiency of corrugated packaging paper production showed that there was a relationship in the same direction statistically significant at 0.00, the results of the analysis of the relationship between the planning processes affecting the production efficiency of corrugated packaging paper by using the multiple regression method, it was found that the multiple correlation coefficient was 0.434 with a statistically significant 43.1% at the 0.00 level, hypothesis test results the efficiency in the production of corrugated packaging paper was found to be consistent in the same direction statistically significant at 0.00.

Keywords: Planning Process, Efficiency, Production, Corrugated Packaging Paper

บทนำ

บรรจุภัณฑ์จัดว่าเป็นส่วนสำคัญกับภาคอุตสาหกรรมต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บรักษาสินค้าให้คงสภาพ (Protection) มิให้เกิดความเสียหายอันเกิดจากสภาพสิ่งแวดล้อมและการขนส่ง นอกจากนี้บรรจุภัณฑ์ยังช่วยเพิ่มความสะดวกในการขนส่งจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคอีกด้วย เพราะบรรจุภัณฑ์สามารถรวมหน่วยของผลิตภัณฑ์เหล่านั้นเป็นหน่วยเดียวได้ เช่น การนำผลไม้หลายผลบรรจุในลังเดียว หรือเครื่องดื่มที่เป็นของเหลวสามารถบรรจุลงในกระป๋องหรือขวดได้ เป็นต้น อีกทั้งบรรจุภัณฑ์ยังมีหน้าที่สำคัญในการบ่งชี้ (Identify) แจ้งข้อมูล (Inform) รายละเอียดต่าง ๆ ของสินค้าที่อยู่ภายใน ปริมาณสินค้า แหล่งผลิต ส่วนประกอบ วันเวลาที่ผลิต วันเวลาที่หมดอายุและการระบุข้อความสำคัญ ๆ ตามกฎหมายโดยเฉพาะชื่อการค้า (Trade Name) หรือเครื่องหมายการค้า (Trade Mark) แต่เมื่อมีการแข่งขันทางการค้ามากขึ้น บรรจุภัณฑ์จึงมีบทบาทเพิ่มเติมในด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หากบรรจุภัณฑ์มีรูปลักษณ์สวยงามสะดุดตาจะเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้บรรจุภัณฑ์ที่ดีก็ยังสามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้แก่ ผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสร้างความเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคได้อีกด้วย (พฤกษา สร้อยหอม, 2558)

การเลือกบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิดจะแตกต่างกันไปตามลักษณะการใช้งาน คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น รสนิยม พฤติกรรมการซื้อ เป็นต้น โดยบรรจุภัณฑ์ในปัจจุบันสามารถจำแนกประเภทตามวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตออกเป็น 4 ประเภท คือ 1) บรรจุภัณฑ์กระดาษ เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีน้ำหนักเบา ราคาถูก สามารถใช้งานได้สะดวกเนื่องจากสามารถพับเก็บได้ทำให้ประหยัดเนื้อที่ในการจัดเก็บ สามารถใช้กับสินค้าได้หลายประเภท ออกแบบได้หลากหลายตามความต้องการ อีกทั้งยังสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ เป็นวัสดุที่เป็นมิตรกับธรรมชาติ แต่มีข้อเสียคือ ไม่ทนความชื้นและแมลงกัดแทะโดยบรรจุภัณฑ์กระดาษที่นิยมใช้มากที่สุด คือ บรรจุภัณฑ์กระดาษลูกฟูก 2) บรรจุภัณฑ์พลาสติกเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีหลายชนิด สามารถใช้งานได้หลากหลาย มีราคาถูก สามารถขึ้นรูปได้ง่ายและ

ขึ้นรูปได้หลายรูปแบบ แต่มีข้อเสียคือย่อยสลายได้ยาก ไม่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 3) บรรจุภัณฑ์โลหะ เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีความแข็งแรง สามารถทนความร้อนและแรงดันได้สูง สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ แต่อาจเกิดปฏิกิริยากับสินค้าที่บรรจุได้และใช้พื้นที่ในการจัดเก็บมาก และ 4) บรรจุภัณฑ์แก้ว เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีทั้งชนิดโปร่งใสและโปร่งแสง ซึ่งสามารถป้องกันการซึมผ่านของก๊าซ น้ำ และกลิ่น สามารถทนแรงอัดอากาศ ไม่ทำปฏิกิริยากับสินค้าที่บรรจุอยู่ภายใน ทำความสะอาดได้ง่าย รวมทั้งยังสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ เป็นวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แต่มีข้อเสียคือ มีความเปราะบาง และแตกหักง่ายและมีน้ำหนักค่อนข้างมากเมื่อเทียบกับบรรจุภัณฑ์ชนิดอื่น ๆ บรรจุภัณฑ์กระดาษมีความต้องการมากที่สุด และได้ถูกนำมาใช้เป็นบรรจุภัณฑ์มากมายหลายประเภท โดยบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมจะมีอยู่ด้วยกัน 4 ประเภท คือ ถุงกระดาษ กล่องกระดาษ กล่องกระดาษลูกฟูก และกระป๋องกระดาษ แต่ที่นิยมใช้ในภาคอุตสาหกรรมมากที่สุด ได้แก่ กล่องกระดาษลูกฟูก (ศูนย์วิจัยกิจการไทย, 2556) เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ดังกล่าวมีน้ำหนักเบาแต่สามารถรองรับน้ำหนักสินค้าได้มากกว่าบรรจุภัณฑ์กระดาษประเภทอื่น ๆ ทำให้สะดวกต่อการขนส่งสินค้า อีกทั้งผู้ผลิตยังสามารถออกแบบลักษณะบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงาม เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าของสินค้า และเป็นสื่อทางการตลาดที่สำคัญของผู้ผลิต ทำให้บรรจุภัณฑ์กระดาษลูกฟูกจึงเป็นที่นิยมในการนำไปใช้กับสินค้าในอุตสาหกรรมต่าง ๆ อย่างหลากหลาย

จากการที่บรรจุภัณฑ์กระดาษลูกฟูกมีมูลค่าตลาดสูง มีแนวโน้มในการเติบโตอย่างรวดเร็ว จัดเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่สำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ และเป็นแรงขับเคลื่อนสำหรับการผลิตภาคอุตสาหกรรมที่หลากหลาย ในขณะที่มีอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจไม่มากนัก จึงมีผู้ประกอบการเข้ามาดำเนินธุรกิจมากถึง 1,161 บริษัท โดยผู้ผลิตแต่ละรายจะมีกลยุทธ์ในการดำเนินกิจการที่แตกต่างกัน การศึกษาลักษณะโครงสร้างอุตสาหกรรมจะทำให้สามารถวิเคราะห์ถึงสภาวะแวดล้อมในการแข่งขัน พฤติกรรมผู้ผลิต แนวทางการดำเนินกลยุทธ์ของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้ อีกทั้งแรงขับเคลื่อนที่จะส่งผลกระทบต่อสภาวะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม อันสะท้อนถึงศักยภาพการทำการค้าและการดึงดูดใจในอุตสาหกรรมดังกล่าว นอกจากนี้อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษลูกฟูกควรมีการพยากรณ์อุปสงค์ที่ดี เพื่อจะสามารถนำมาใช้เพื่อการวางแผนการผลิต อันจะเป็นการสนับสนุนห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ของการผลิตสินค้าในภาคอุตสาหกรรมให้มีการบริหารการผลิตและจำหน่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ประกอบกับการทราบโครงสร้างอุตสาหกรรมจะทำให้สามารถวิเคราะห์ถึงสภาวะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมและแนวทางการดำเนินกลยุทธ์ของธุรกิจในอนาคต จึงเป็นที่มาของการศึกษาโครงสร้างทางการตลาดและปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของบรรจุภัณฑ์กระดาษลูกฟูกในประเทศไทย (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2558)

บทความนี้นำเสนอ กระบวนการวางแผนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก บริษัท กลุ่มสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษลูกฟูก โดยมีตัวแปรที่ใช้ศึกษา ได้แก่ การบริหารคุณภาพ การออกแบบกระบวนการผลิต การบริหารเครือข่ายปัจจัยการผลิต การบริหารเครือข่ายปัจจัยการผลิต การจัดตารางการทำงาน และการดูแลบำรุงรักษา ที่มีแนวโน้มของการทดแทนของบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ ที่อาจเข้ามาทดแทนการใช้บรรจุภัณฑ์กระดาษลูกฟูก เพราะในปัจจุบันการพัฒนานวัตกรรมสินค้าเป็นไปอย่างรวดเร็ว ทั้งเทคโนโลยีจากในประเทศและต่างประเทศ ผู้ผลิตจะได้มีการวางแผนเพื่อการปรับตัวทางธุรกิจได้อย่างรวดเร็วรองรับการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต และผลการศึกษาจะสะท้อนถึงการแข่งขันของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษลูกฟูกที่ชัดเจนมากขึ้น อันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษลูกฟูกในการวางแผนการผลิตให้สอดคล้องความต้องการของภาคอุตสาหกรรมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการวางแผนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก บริษัท กลุ่มสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์กระบวนการวางแผนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ พนักงานแผนกการผลิต โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ผู้วิจัยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากจำนวนประชากรทั้งหมดที่เป็นพนักงานแผนกการผลิตของบริษัท กลุ่มสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด จำนวน 162 คน (ที่มา: บริษัท กลุ่มสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด, ณ วันที่ 22 กันยายน 2564)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม เพื่อใช้ศึกษากระบวนการวางแผนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก บริษัท กลุ่มสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด จำนวน 162 ชุด แบบสอบถามได้แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์ในการทำงาน มีจำนวน 5 ข้อคำถาม เป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check List), ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับกระบวนการวางแผนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก บริษัท กลุ่มสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบปลายปิด ได้แก่ ด้านการบริหารคุณภาพ ด้านการออกแบบกระบวนการผลิต ด้านการบริหารเครือข่ายปัจจัยการผลิต ด้านการวางแผนความต้องการสินค้าคงคลังและวัสดุ ด้านการจัดตารางการทำงาน และด้านการดูแลบำรุงรักษา มีจำนวน 27 ข้อคำถาม ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพในกระบวนการวางแผนผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบปลายปิด ได้แก่ ด้านปริมาณ และด้านคุณภาพ มีจำนวน 10 ข้อคำถาม และตอนที่ 4 แบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ รวมทั้งสิ้น 42 ข้อคำถาม

2.2 การตรวจสอบเครื่องมือจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พิจารณาปรับปรุงตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยแต่ละข้อคำถามเป็นการให้ความสำคัญในแต่ละประเด็นที่มีคำตอบให้เลือกแบบมาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) และนำแบบสอบถามไปทดสอบกับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างและมีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน และนำมาหาความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient) มีค่าความเชื่อมั่นเป็นรายด้านและโดยรวมทั้งฉบับ ดังนี้ (1) ข้อคำถามเกี่ยวกับกระบวนการวางแผนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก ได้แก่ ข้อคำถามเกี่ยวกับด้านการบริหารคุณภาพ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .892 ด้านการออกแบบกระบวนการผลิต มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .898 ด้านการบริหารเครือข่ายปัจจัยการผลิต มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .942 ด้านการวางแผนความต้องการสินค้าคงคลังและวัสดุ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .747 ด้านการจัดตารางการทำงาน มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .895 และด้านการดูแลบำรุงรักษา มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .870 (2) ข้อคำถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพในกระบวนการวางแผนผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก ได้แก่ ด้านปริมาณ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .938 และด้านคุณภาพ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .845 เมื่อทดสอบแบบสอบถามทั้งฉบับ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .893

3. สมมติฐานการวิจัย

กระบวนการวางแผนมีผลทางบวกต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก บริษัท กลุ่มสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยที่เก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีแหล่งที่มาข้อมูล 2 แหล่ง คือ

4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary source) ใช้แบบสอบถามในการวิจัยจากพนักงานแผนกการผลิตของ บริษัท กลุ่มสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด จังหวัดปทุมธานี จำนวน 162 คน โดยผู้วิจัยได้ทำการทดสอบ Pretest นำแบบสอบถามจำนวน 40 ชุด ไปแจกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน เพื่อเป็นการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม โดย

กำหนดการเก็บข้อมูลจะดำเนินการที่บริษัท กลุ่มสยามบรรจุกภัณฑ์ จำกัด จังหวัดปทุมธานี จากนั้นนำมาทดสอบหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) เพื่อให้แบบสอบถามมีความเชื่อถือได้และหลังจากนั้นโดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ผู้วิจัยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากจำนวนประชากรทั้งหมดที่เป็นพนักงานแผนกการผลิตของ บริษัท กลุ่มสยามบรรจุกภัณฑ์ จำกัด จังหวัดปทุมธานี จำนวน 162 คน เป็นกลุ่มตัวอย่างที่เก็บตามความเป็นจริง

4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source) เป็นการวิจัยข้อมูลจากแหล่งที่มีผู้วิจัยและเก็บรวบรวมเอกสารทางวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ การสืบค้นจากสารสนเทศและข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลที่ต้องการจะศึกษา แนวคิด ทฤษฎีเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาสนับสนุนงานวิจัยฉบับนี้ ซึ่งในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้ 1) ข้อมูลแจกแบบสอบถามให้แก่ประชากรที่กำหนดไว้ 2) ตอบข้อซักถามบางประการที่ผู้ตอบแบบสอบถามจะต้องการคำอธิบายเพิ่มเติม 3) เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้ข้อมูลครบถ้วนแล้ว เพื่อนำไปจัดทำและเตรียมสำหรับการวิเคราะห์

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้เครื่องมือทางสถิติในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

5.2 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการวางแผนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก บริษัท กลุ่มสยามบรรจุกภัณฑ์ จำกัด เป็นการใช้อยู่ในการวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ใช้ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพในกระบวนการวางแผนผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก เพื่อทดสอบสมมติฐานที่กำหนดไว้โดยผู้วิจัย ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ค่าสถิติโดยการวิเคราะห์ การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) และการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยสัมประสิทธิ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ซึ่งเป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ค่าที่ได้เรียกว่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ปกติจะมีค่าอยู่ระหว่าง -1.00 ถึง 1.00

การกำหนดความหมายของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Correlation) มีดังนี้

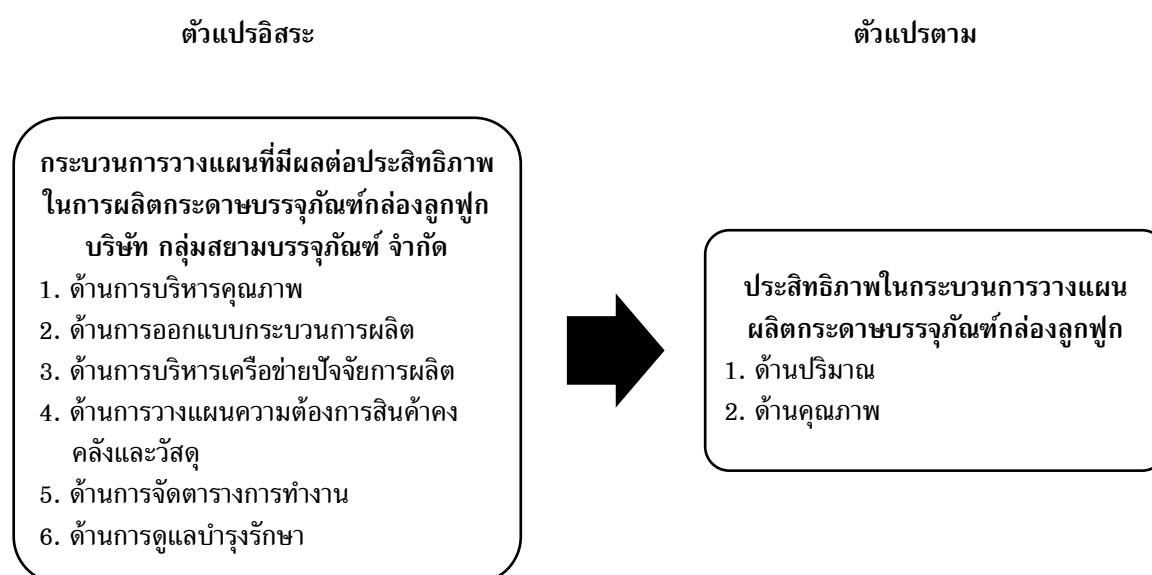
1. ค่า r เป็นบวก และเข้าใกล้ 1 หมายถึง ตัวแปร X และ Y มีความสัมพันธ์กันมากในเชิงเส้น และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือ ถ้าตัวแปรตัวหนึ่งเพิ่มขึ้น อีกตัวแปรหนึ่งและมีค่าเพิ่มขึ้น หรือถ้าตัวแปรหนึ่งลดลง อีกตัวแปรหนึ่งจะมีค่าลดลงด้วย

2. ค่า r เป็นลบ และเข้าใกล้ -1 หมายถึง ตัวแปร X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม คือ ถ้าตัวแปรหนึ่งเพิ่มขึ้น อีกตัวแปรหนึ่งจะมีค่าลดลง หรือถ้าตัวแปรหนึ่งลดลง อีกตัวแปรหนึ่งจะมีค่าเพิ่มขึ้น

3. ถ้า r มีค่าใกล้ 0 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันน้อย

4. ถ้า r เท่ากับ 0 แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. กระบวนการวางแผนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก บริษัท กลุ่มสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด ผลการวิจัยพบว่า

มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 162 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0 อายุ 21-30 ปี จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 41.4 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 43.2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 40.7 และมีประสบการณ์ในการทำงาน 2-3 ปี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 32.7

1.1 ผลการวิเคราะห์กระบวนการวางแผนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก บริษัท กลุ่มสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด

ตารางที่ 1 กระบวนการวางแผนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก บริษัท กลุ่มสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด

กระบวนการวางแผนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก บริษัท กลุ่มสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
1. ด้านการบริหารคุณภาพ	4.14	.598	มาก	1
2. ด้านการออกแบบกระบวนการผลิต	3.70	.896	มาก	6
3. ด้านการบริหารเครือข่ายปัจจัยการผลิต	3.84	.802	มาก	4
4. ด้านการวางแผนความต้องการสินค้าคงคลังและวัสดุ	3.95	.579	มาก	3
5. ด้านการจัดตารางการทำงาน	4.08	.610	มาก	2
6. ด้านการดูแลบำรุงรักษา	3.81	.798	มาก	5
รวม	3.92	.683	มาก	

จากตารางที่ 1 จากการวิเคราะห์กระบวนการวางแผนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก บริษัท กลุ่มสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงอันดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านการบริหารคุณภาพ ($\bar{X} = 4.14$) ด้านการจัดตารางการทำงาน ($\bar{X} = 4.08$) ด้านการวางแผนความต้องการสินค้าคงคลังและวัสดุ ($\bar{X} = 3.95$) ด้านการบริหารเครือข่ายปัจจัยการผลิต ($\bar{X} = 3.84$) ด้านการดูแลบำรุงรักษา ($\bar{X} = 3.81$) และด้านการออกแบบกระบวนการผลิต ($\bar{X} = 3.70$) ตามลำดับ

1.2 ผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพในกระบวนการวางแผนผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก

จากการวิเคราะห์ประสิทธิภาพในกระบวนการวางแผนผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านคุณภาพ ($\bar{X} = 3.94$) และด้านปริมาณ ($\bar{X} = 3.71$) ตามลำดับ (ตามตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 กระบวนการวางแผนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก

ประสิทธิภาพในกระบวนการวางแผนผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
ประสิทธิภาพในกระบวนการวางแผน โดยรวม				
1. ด้านปริมาณ	3.71	.847	มาก	2
2. ด้านคุณภาพ	3.94	.649	มาก	1
รวม	3.82	.736	มาก	

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของประสิทธิภาพที่มีต่อกระบวนการวางแผนผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก ผลการวิจัยพบว่า

2.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของประสิทธิภาพที่มีต่อกระบวนการวางแผนผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของประสิทธิภาพที่มีต่อกระบวนการวางแผนผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก ด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Correlation)

ตัวแปรอิสระ	ประสิทธิภาพในการผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก บริษัท กลุ่มสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด	
	Pearson's Correlation	Sig. (1-tailed)
1. ด้านการบริหารคุณภาพ	.589***	0.000
2. ด้านการออกแบบกระบวนการผลิต	.646***	0.000
3. ด้านการบริหารเครือข่ายปัจจัยการผลิต	.588***	0.000
4. ด้านการวางแผนความต้องการสินค้าคงคลังและวัสดุ	.617***	0.000
5. ด้านการจัดตารางการทำงาน	.478***	0.000
6. ด้านการดูแลบำรุงรักษา	.665***	0.000

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของประสิทธิภาพที่มีต่อกระบวนการวางแผนผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก ด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Correlation) พบว่า กระบวนการวางแผนทุกด้าน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.589, .646, .588, .617, .478 และ .665 โดยมีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพในการผลิต

กระดาษบรรจุกณ์ท์กล่องลูกฟูก บริษัท กลุ่มสยามบรรจุกณ์ท์ จำกัด ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของประสิทธิภาพที่มีต่อกระบวนการวางแผนผลิตกระดาษบรรจุกณ์ท์กล่องลูกฟูก ด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

กระบวนการวางแผนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาษบรรจุกณ์ท์กล่องลูกฟูก บริษัท กลุ่มสยามบรรจุกณ์ท์ จำกัด	B	Beta	t	Sig.
1. ด้านการบริหารคุณภาพ (X_1)	.165	.143	1.993	.000
2. ด้านการออกแบบกระบวนการผลิต (X_2)	.361	.439	31.715	.000
3. ด้านการบริหารเครือข่ายปัจจัยการผลิต (X_3)	.520	.567	47.290	.000
4. ด้านการวางแผนความต้องการสินค้าคงคลังและวัสดุ (X_4)	.350	.275	32.630	.000
5. ด้านการจัดตารางการทำงาน (X_5)	.298	.287	5.603	.000
6. ด้านการดูแลบำรุงรักษา (X_6)	.303	.328	20.745	.000

$R=0.434$, $R^2=0.431$, Adjusted $R^2=0.421$, $SEE=0.029$, $F=16449.531$, $Sig=0.000$

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของประสิทธิภาพที่มีต่อกระบวนการวางแผนผลิตกระดาษบรรจุกณ์ท์กล่องลูกฟูก ด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) พบว่า ด้านการบริหารเครือข่ายปัจจัยการผลิต ด้านการออกแบบกระบวนการผลิต ด้านการวางแผนความต้องการสินค้าคงคลังและวัสดุ ด้านการดูแลบำรุงรักษา ด้านการจัดตารางการทำงาน และด้านการบริหารคุณภาพ ให้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) มีค่าเท่ากับ 0.434 และสามารถอธิบายความผันแปรของกระบวนการวางแผนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาษบรรจุกณ์ท์กล่องลูกฟูก บริษัท กลุ่มสยามบรรจุกณ์ท์ จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 และความสัมพันธ์มีค่าร้อยละ 43.1 ($R^2=0.431$) โดยสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

สมการพยากรณ์

$$Y = a + B_1 X_1 + B_2 X_2 + B_3 X_3 + B_4 X_4 + B_5 X_5 + B_6 X_6$$

$$\text{Decision} = .044 + .165\text{Qual} + .361\text{Pdes} + .520\text{Inputs} + .350\text{Inve} + .298\text{Sche} + .303\text{Maint}$$

$$(1.993) \quad (31.715) \quad (47.290) \quad (32.630) \quad (5.603) \quad (20.745)$$

จากสมการพยากรณ์พบว่า ตัวแปรที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาษบรรจุกณ์ท์กล่องลูกฟูก บริษัท กลุ่มสยามบรรจุกณ์ท์ จำกัด ได้ดีที่สุด คือ ด้านการบริหารเครือข่ายปัจจัยการผลิต อันดับรองลงมา คือ ด้านการออกแบบกระบวนการผลิต, ด้านการวางแผนความต้องการสินค้าคงคลังและวัสดุ, ด้านการดูแลบำรุงรักษา, ด้านการจัดตารางการทำงาน และอันดับสุดท้าย คือ ด้านการบริหารคุณภาพ

2.2 การทดสอบสมมติฐาน

กระบวนการวางแผน ได้แก่ ด้านการบริหารคุณภาพ ด้านการออกแบบกระบวนการผลิต ด้านการบริหารเครือข่ายปัจจัยการผลิต ด้านการบริหารเครือข่ายปัจจัยการผลิต ด้านการจัดตารางการทำงาน และด้านการดูแลบำรุงรักษา มีผลทางบวกต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาษบรรจุกณ์ท์กล่องลูกฟูก บริษัท กลุ่มสยามบรรจุกณ์ท์ จำกัด

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานกระบวนการวางแผนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาศบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก บริษัท กลุ่มสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด

	สมมติฐานการวิจัย	ค่าสัมประสิทธิ์ เส้นทาง	t	สรุป
H ₁	การบริหารคุณภาพมีผลทางบวกต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาศบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก	0.165	1.993***	สอดคล้อง
H ₂	การออกแบบกระบวนการผลิตมีผลทางบวกต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาศบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก	0.361	31.715***	สอดคล้อง
H ₃	การบริหารเครือข่ายปัจจัยการผลิตมีผลทางบวกต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาศบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก	0.520	47.290***	สอดคล้อง
H ₄	การบริหารเครือข่ายปัจจัยการผลิตมีผลทางบวกต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาศบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก	0.350	32.630***	สอดคล้อง
H ₅	การจัดตารางการทำงานมีผลทางบวกต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาศบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก	0.298	5.603***	สอดคล้อง
H ₆	การดูแลบำรุงรักษามีผลทางบวกต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาศบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก	0.303	20.745***	สอดคล้อง

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กระบวนการวางแผนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาศบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก บริษัท กลุ่มสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด ทุกสมมติฐานมีความสอดคล้องโดยค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ .165, .361, .520, .350, .298 และ .303 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย กระบวนการวางแผนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาศบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก บริษัท กลุ่มสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด ได้ดีที่สุด คือ ด้านการบริหารคุณภาพ อันดับรองลงมา คือ ด้านการจัดตารางการทำงาน ด้านการวางแผนความต้องการสินค้าคงคลังและวัสดุ ด้านการบริหารเครือข่ายปัจจัยการผลิต ด้านการดูแลบำรุงรักษา และอันดับสุดท้าย คือ ด้านการออกแบบกระบวนการผลิต เป็นเพราะการวางแผนผลิตมีการขยายงานด้านคุณภาพไปยังแผนกต่าง ๆ สามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้ดี และมีการใช้ผังการผลิตสำหรับควบคุมคุณภาพที่สามารถช่วยแก้ปัญหาที่มีอยู่ในลำดับก่อนได้ และมีการใช้ผังกระบวนการผลิตในการควบคุมคุณภาพที่สามารถตรวจสอบคุณภาพการผลิตได้ตามที่กำหนด มีการใช้กระบวนการประสิทธิภาพในการผลิตและสามารถควบคุมมาตรฐานการผลิตได้อย่างสม่ำเสมอ และกระบวนการผลิตมีความปลอดภัยต่อชีวิตและใส่ใจต่อสภาพแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิสมัย เหล่าไทย (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ กระดาษในประเทศไทย พบว่า สามารถปรับปรุงกำหนดการส่งมอบให้ทางลูกค้าได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และปริมาณเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นลดน้อยลงและรับมือได้ทันที ซึ่งผลการเปรียบเทียบอัตราส่วนของการส่งมอบสินค้าที่เกิดขึ้นก่อนการปรับปรุงจากค่าประสิทธิภาพเท่ากับร้อยละ 60 แต่เมื่อทำการจัดทำรายงานการผลิตขึ้นมาทำให้มีประสิทธิภาพการส่งมอบลูกค้าเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 67 โดยการจัดส่งในที่นี้นั้นเป็นระบบส่งทันเวลาพอดี โดยด้านการพัฒนาบุคลากร ปัจจัยสำคัญคือ การทำงานเป็นทีม มีเชี่ยวชาญด้านสิ่งพิมพ์และเครื่องพิมพ์ อบรมส่งเสริมความรู้ส่งไปปฏิบัติงานในประเทศและต่างประเทศ มีความรู้ความสามารถมีทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศ แก้ปัญหาเฉพาะหน้า กล้าตัดสินใจ และคัดเลือก สรรหา บุคลากรที่ตรงกับสายงาน ด้านการจัดการคุณภาพ ปัจจัยสำคัญ คือ การบริการที่รวดเร็ว ส่งมอบตรงเวลา สินค้าตอบสนองความต้องการ สร้างความพึงพอใจ วัตถุดิบมีคุณภาพเหมาะสมราคา เครื่องจักรทันสมัย เกิดของเสียจากการ

ผลิตต่ำ และมีการบริการหลังการขาย และด้านภาวะผู้นำ ปัจจัยสำคัญคือ การให้การสนับสนุนเป็นแบบอย่างที่ดี และยังสามารถคล้อยตามงานวิจัยของภราดร ทับอุไร (2563) ศึกษาเรื่อง การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของเครื่องพิมพ์กล่องกระดาษลูกฟูก ISOWA : กรณีศึกษา บริษัท อินเตอร์ ไฟเบอร์ คอนเทนเนอร์ จำกัด พบว่า บริษัทได้นำหลักการบำรุงรักษาที่ผลแบบทุกคนมีส่วนร่วม การวัดประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องจักร และปัจจัยแรงจูงใจของบุคลากรมาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของเครื่องพิมพ์ได้มากกว่าร้อยละ 30 อย่างต่อเนื่อง และยังสามารถคล้อยตามงานวิจัยของวัชรภรณ์ กลิ่นภู และคณะ (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการพัสดุกระดาษผลิตกล่องบรรจุภัณฑ์เพื่อการขายของแผนกจัดซื้อบริษัท ไทยปรีณ (ประเทศไทย) จำกัด พบว่า ในภาพโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า อันดับหนึ่ง คือ ด้านการจัดหาพัสดุที่มีคุณภาพ รองลงมาคือ ด้านการคาดคะเนการจัดหาพัสดุ อันดับสาม คือ ด้านการเก็บรักษาพัสดุ อันดับสี่คือ ด้านการจำหน่ายพัสดุและขนย้าย และอันดับสุดท้ายคือ ด้านพิจารณาต้นทุน

จากผลการวิจัย ประสิทธิภาพในกระบวนการวางแผนผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านคุณภาพ และด้านปริมาณ เป็นเพราะสามารถนำเอาบรรจุภัณฑ์นี้ไปใช้งานต่อได้ บรรจุภัณฑ์มีความสามารถในการรักษาคุณภาพของสินค้าได้ ใช้วัสดุที่ปลอดภัยที่เหมาะสมกับทุกประเภทผลิตภัณฑ์ที่นำมาบรรจุ บรรจุภัณฑ์ที่ใช้วัสดุในการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การบรรจุภัณฑ์ควรมีความสวยงามดึงดูดใจในการซื้อของผู้บริโภค และการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้นจะควบคู่กับความรับผิดชอบต่อสังคม มีการวางแผนเพื่อเพิ่มสวัสดิการให้กับพนักงาน บรรจุภัณฑ์มีขนาดบรรจุหลากหลายให้ ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีการวางแผนขยายกำลังการผลิตบรรจุภัณฑ์ และมีปริมาณการสั่งซื้อที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้มีกำไรที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภาวรรณ เสี่ยงสาย (2561) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยบางประการที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานในบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแห่งหนึ่งในพื้นที่จังหวัดนครปฐม พบว่า ค่าโค-สแควร์มีค่า 96.75 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $p\text{-value} = 0.12$ ค่าโค-สแควร์สัมพัทธ์ = 1.18 ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI)=1.00 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI)=0.95 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI)=0.95 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณ (RMSEA)=0.03 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่า เมื่อพิจารณาประสิทธิภาพในการทำงาน ซึ่งเป็นผลลัพธ์สุดท้ายของโมเดล พบว่า ประสิทธิภาพในการทำงานได้รับอิทธิพลรวมสูงสุดจากพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ ความสุขในการทำงาน และสัมพันธภาพระหว่างบุคคลตามลำดับ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฐณาพัชร วรพงศ์พัชร และคณะ (2562) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ข้าวทอดกระทงทองตำบลตาหลวง อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี พบว่า วัสดุโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมมากที่สุดคือ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.512 และด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.639 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านสีสันทัน มีความสดใสสวยงามสะท้อนอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์มากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.575 เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการและเพิ่มยอดขายโดยจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทำให้ชุมชนมีรายได้ ยอดจำหน่าย เพิ่มขึ้นจากเดิมคิดเป็นร้อยละ 10 จากยอดขายเดิม และทำให้ลูกค้าจดจำได้ง่ายขึ้น อันเนื่องมาจากผลิตภัณฑ์ที่ได้ปรับปรุงพัฒนาจากการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนผู้ผลิต

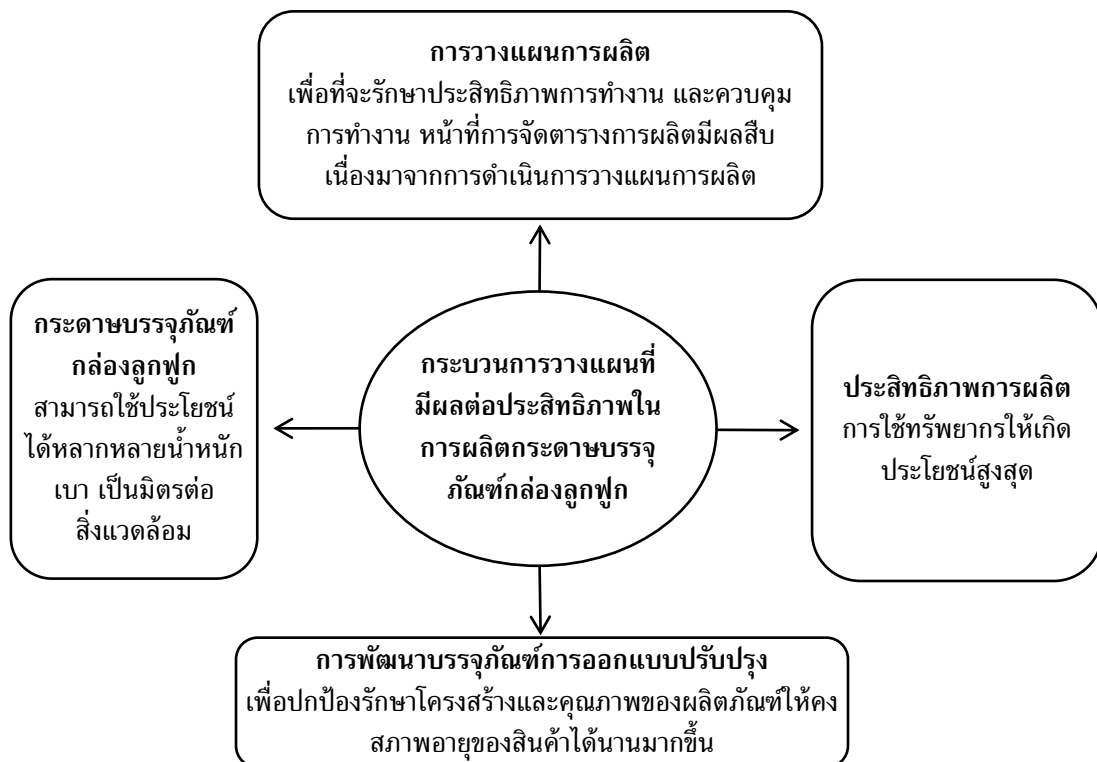
จากผลการวิจัย ความสัมพันธ์ของประสิทธิภาพที่มีต่อกระบวนการวางแผนผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก ด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Correlation) พบว่า กระบวนการวางแผนทุกด้าน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .589, .646, .588, .617, .478 และ .665 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฐนวัฒน์ คำสิทธิ และโรจนา ธรรมจินดา (2564) ศึกษาเรื่องความเป็นไปได้ในการลงทุนเครื่องจักรผลิตกล่องลูกฟูก บริษัทนันทพันธ์ พรินต์ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ภาพรวมของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์มีอัตราการขยายตัวจากรูปแบบของการซื้อขายบนช่องทางออนไลน์และการขนส่งเดลิเวอรี่ที่มากขึ้น ทำให้กล่องบรรจุภัณฑ์เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งบริษัท นันทพันธ์พรินต์ จำกัด ก็ได้มีการนำข้อมูลที่ได้มาจัดแบ่งกลุ่มเป้าหมาย

โดยกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการที่ต้องการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่เป็นแบรนด์ของตนเอง โดยผลิตภัณฑ์เน้นไปที่วัสดุได้มาตรฐานและคุณภาพแข็งแรง ด้านราคาจะมีความเหมาะสมกับคุณภาพและต่อรองได้ ด้านช่องทางจะสามารถสั่งผลิตได้ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ด้านการส่งเสริมการตลาดจะมีการจัดโปรโมชั่นพิเศษสำหรับลูกค้าประจำ ด้านบุคคลจะมีการเน้นการให้บริการหลังการขายในการรับเคลมสินค้า ด้านกระบวนการ จะผลิตสินค้าและจัดส่งตรงเวลา ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพจะมีพื้นที่ในการผลิตที่สะอาด เพื่อให้งานกระบวนการผลิตออกมามีประสิทธิภาพมากที่สุด

จากผลการวิจัย ความสัมพันธ์ของประสิทธิภาพที่มีต่อกระบวนการวางแผนผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก ด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) พบว่า กระบวนการวางแผนด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านการบริหารคุณภาพ ด้านการออกแบบกระบวนการผลิต ด้านการบริหารเครือข่ายปัจจัยการผลิต ด้านการบริหารเครือข่ายปัจจัยการผลิต ด้านการจัดตารางการทำงาน และด้านการดูแลบำรุงรักษา มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในกระบวนการวางแผนผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก ตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ทุกประการ และประสิทธิภาพในกระบวนการวางแผนผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก โดยรวม ด้านคุณภาพ ที่กล่าวว่า สามารถนำเอาบรรจุภัณฑ์นี้ไปใช้งานต่อได้ มีความคิดเห็นมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทกร ออแก้ว (2562) ศึกษาเรื่อง การออกแบบบรรจุภัณฑ์พระสกุลลำพูน นครศรีอยุธยา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมากวัน การออกแบบบรรจุภัณฑ์พระสกุลลำพูน นครศรีอยุธยา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมากวัน พบว่า รูปแบบที่ 3 เหมาะสมมากที่สุด ผลิตจากกระดาษกราฟที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่และย่อยสลายได้ง่าย จึงเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หน้ากล่องมองเห็นสินค้าภายในและพับได้ มีต้นทุนการผลิตและใช้เวลาขึ้นรูปน้อยที่สุด ตรายสินค้าออกแบบโดยประยุกต์ใช้ตัวอักษร และหลักการออกแบบ เพื่อประสิทธิภาพในการสื่อสารให้ชัดเจน อ่านง่าย และสวยงาม น่าสนใจ สื่อถึงพระสกุลลำพูนและวัดหมากวัน

องค์ความรู้ใหม่

จากการวิจัยกระบวนการวางแผนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก บริษัท กลุ่มสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด สามารถจำแนกองค์ความรู้ใหม่ ได้ 4 ด้าน ดังนี้



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

1. การวางแผนการผลิต กระบวนการผลิต (Process type) สามารถแบ่งออกเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่ 1) การผลิตแบบโครงการ 2) การผลิตแบบเป็นชุด 3) การผลิตในปริมาณมาก 4) การผลิตแบบต่อเนื่อง เพื่อที่จะรักษาประสิทธิภาพการทำงาน และควบคุมการทำงาน หน้าที่การจัดตารางการผลิตมีผลสืบเนื่องมาจากการดำเนินการวางแผนการผลิต

2. ประสิทธิภาพการผลิต การใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด เป็นการผลิตที่ทำให้เกิดผลผลิตมากที่สุดภายใต้ปัจจัยนำเข้าที่ใช้ในการผลิต (ซึ่งมีจำนวนจำกัด) หรือการผลิตให้ได้ตามเป้าหมายโดยใช้ปัจจัยนำเข้าที่น้อยที่สุด

3. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การออกแบบปรับปรุงเพื่อปกป้องรักษาโครงสร้างและ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพอายุของสินค้าได้นานมากขึ้น และแก้ไขปรับปรุงสิ่งที่นำมาห่อหุ้ม เพื่อรักษาคุณภาพสินค้า รวมไปถึงการออกแบบกราฟิกบนตัวบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า

4. กระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก โรงงานการผลิตและการออกแบบทุกประเภทกล่องลูกฟูก สำหรับใช้ในการจัดส่งสินค้า บรรจุภัณฑ์ มีความทนทาน สามารถใช้ประโยชน์ได้หลากหลายน้ำหนักเบา เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยกระบวนการวางแผนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก บริษัท กลุ่มสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด พบว่า ด้านการบริหารคุณภาพ มีการจัดการระบบคุณภาพโดยทุกคนที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กรรับผิดชอบต่องานที่ตนเองกระทำอย่างเต็มที่เพื่อให้สินค้าและบริการเป็นไปตามต้องการของลูกค้า เช่น การใช้ระบบการบริหารคุณภาพสมบูรณ์แบบ คุณสมบัติทุกประการของผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความต้องการ และสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า มีความปลอดภัยต่อชีวิตและสภาพแวดล้อม คุณภาพในความหมายของผู้ผลิต และรวมถึงความเหมาะสมสำหรับการใช้สินค้าหรือบริการ โดยลูกค้าจะต้องบอกจุดประสงค์ในการใช้ซึ่งจะสอดคล้องกับข้อกำหนดของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ และต้องดีกว่าคู่แข่ง

จากผลการวิจัยยังพบว่า กระบวนการวางแผนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก บริษัท กลุ่มสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด ได้ดีที่สุด คือ ด้านการบริหารคุณภาพ ที่มีกระบวนการเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายคุณภาพขององค์กรประกอบด้วยนโยบายและวัตถุประสงค์เชิงคุณภาพ การจัดการโครงสร้างหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละฝ่ายที่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน โดยมีเป้าหมายให้เกิดคุณภาพที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีความมุ่งมั่นและแนวทางดำเนินการทางด้านคุณภาพทั้งหมดขององค์กรที่ได้แถลงไว้อย่างเป็นทางการโดยผู้บริหารระดับสูง เช่น เป็นองค์กรที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ บริหารด้วยความเป็นผู้นำ การมีส่วนร่วมของบุคลากร การดำเนินการอย่างเป็นกระบวนการ การบริหารงานอย่างเป็นระบบ การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง การใช้ข้อมูลที่เป็นจริง และการสร้างความสัมพันธ์กับตัวแทน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ควรมีการวางแผนการผลิตมีการขยายงานด้านคุณภาพไปยังแผนกต่าง ๆ สามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้ดี และควรมีการใช้ผังการผลิตสำหรับควบคุมคุณภาพที่สามารถช่วยแก้ปัญหาที่มีอยู่ในลำดับก่อนได้ เพราะคุณภาพของสินค้า การบริการ ความน่าเชื่อถือของกิจการ และการใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมของบริษัทฯ เป็นสิ่งสำคัญที่จะเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมทั้งในฐานะผู้สร้างผลกระทบ เนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่มักเป็นทรัพยากรที่มาจากธรรมชาติซึ่งมีอยู่อย่างจำกัด แต่สวนทางกับความต้องการใช้ทรัพยากรที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและเมื่อวิเคราะห์ตามห่วงโซ่คุณค่า

1.2 ควรมีการใช้ผังกระบวนการผลิต (process layout) ที่ง่ายต่อการวิเคราะห์การเคลื่อนย้ายของคนหรือวัตถุดิบกระบวนการได้ดี และควรมีการออกแบบของกระบวนการผลิตที่มีการวิเคราะห์ผลกระทบจากความผิดพลาดจากการผลิตไว้ดีแล้ว เนื่องจากการออกแบบแผนภาพแสดงการทำงานของพนักงาน อาจใช้แผนผังกระบวนการผลิตซึ่งแสดงขั้นตอนและลักษณะการทำงานแบบต่าง ๆ

1.3 ควรมีการใช้พนักงานของบริษัทรับจ้างช่วงที่มีการอบรมที่ดีและสามารถทำงานได้ดีตามที่กำหนด และบริษัทสามารถใช้พลังของการสร้างเครือข่ายธุรกิจ เพื่อร่วมมือและเชื่อมโยงกันกับบริษัทในเครือ เนื่องจากกล่องกระตาด และบรรจุภัณฑ์กระตาด ไม่เพียงใช้แต่ภาควิศวกรรมเท่านั้น ยังใช้เพื่อการบรรจุสินค้าและเพื่อการขนส่งสินค้าไปยังผู้บริโภคของภาคธุรกิจด้วย

1.4 ควรมีการร่วมกันพิจารณาถึงจุดสั่งซื้อวัสดุและปริมาณการสั่งซื้อที่ดีที่สุด และควรมีการวางแผนและควบคุมสินค้าคงคลังในระดับปริมาณที่เพียงพอและเหมาะสมตามระยะเวลาที่กำหนด การวางแผนผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายของบริษัทที่จำหน่ายให้แก่ลูกค้า ซึ่งอาจจะเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปหรือชิ้นส่วนที่บริษัทผลิตขายออกไปในลักษณะของชิ้นส่วนบริการ โดยร่วมกันพิจารณาถึงจุดสั่งซื้อวัสดุและปริมาณการสั่งซื้อที่ดีที่สุด

1.5 ควรมีการจัดตารางการส่งสินค้าเพื่อให้ทันต่อความต้องการของลูกค้าไว้อย่างดีและเหมาะสม และควรมีการจัดตารางเวลาของเครื่องจักรและเครื่องมือที่ใช้ในการผลิตหรือการบริการ ตลอดจนคนงานไว้อย่างครบถ้วน การจัดตารางการส่งสินค้าในระดับงานช่วยแบ่งแต่ละการดำเนินงานเป็นหน้าที่หรืองาน จากนั้นงานเหล่านี้จะถูกกำหนดให้กับทรัพยากรการดำเนินงานที่จะทำงาน และการจัดตารางเวลาของเครื่องจักร จะสามารถระบุวันและเวลาเริ่มต้นหรือวันและเวลาสิ้นสุดสำหรับงาน และตามด้วยการรันการจำกัดกำหนดการ เวลาที่ระบุอาจเป็นเวลาเริ่มต้นหรือเวลาสิ้นสุด ขึ้นอยู่กับทิศทางการจำกัดกำหนดการ

1.6 ควรมีการวางแผนการควบคุมและดูแลเครื่องจักรเชิงป้องกันมิให้เครื่องจักรหยุดชะงักระหว่างการผลิต และควรวางแผนการผลิตมีจุดมุ่งหมายของการบำรุงรักษา เพื่อให้เครื่องมือใช้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากในงานบริหารการผลิตหรือการบริการ มักจะหลีกเลี่ยงงานเพิ่มเติมที่สำคัญงานหนึ่ง คือ การซ่อมและบำรุงรักษา ไปไม่ได้ ถึงแม้ว่างานซ่อมและบำรุงรักษาไม่ใช่งานผลิตโดยตรง แต่งานซ่อมและบำรุงรักษาก็มีบทบาทช่วยให้การผลิตและการบริการขององค์กรนั้นเป็นไปอย่างราบรื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในโลกปัจจุบันที่การผลิตและการบริการจำเป็นที่จะต้องอาศัยอุปกรณ์และเครื่องจักรมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเครื่องผลิตกระตาดบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูกเป็นการพิจารณา “Man” เป็นหลัก เพราะเป็นให้ความสำคัญกับคนที่ควบคุมเครื่องจักร

2.2 ควรศึกษาภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระตาดลูกฟูก ซึ่งควรทำการวิจัยโดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและตำแหน่งต่างๆของบริษัทในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระตาดลูกฟูกจำนวนมากขึ้น เพื่อให้ได้มุมมองการแข่งขันในด้านต่างๆ ตั้งแต่ งานออกแบบ กระบวนการผลิต งานขายและการบริการลูกค้า

2.3 ควรศึกษาด้านการให้ความรู้แก่ผู้ปฏิบัติงานให้เข้าใจระบบอย่างชัดเจนและเพิ่มพูนความรู้อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ทุกส่วนช่วยกันปรับปรุงและออกแบบระบบในส่วนงานของตนเอง

เอกสารอ้างอิง

กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (2558). ข้อมูลโรงงาน. สืบค้น 20 ตุลาคม 2564. จาก

<http://www.diw.go.th/hawk/content.php?mode=dataservice>.

ฐนวัฒน์ คำสิทธิ และโรจนา ธรรมจินดา. (2564). การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเครื่องจักรผลิตกล่องลูกฟูกบริษัทนันทพันธ์ พรินต์ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่. วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 7(3), 87-100.

ณฐพัชร์ วรพงศ์พัชร์, พงษ์ศักดิ์ ผกามาศ, กนกอร บุญมี, วสุธิดา นฤตมนต์ และเจนตีก โพธิศาสตร์. (2562). การพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ข้าวทอดกระตาดทองตำบลตาหลวง อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี. วารสารวิชาการรับใช้สังคม มทร.ล้านนา, 3(2), 25-32.

- บริษัท กลุ่มสยามบรรจุกัมน์ จำกัด. (2564). ข้อมูลฝ่ายบุคลากร บริษัท กลุ่มสยามบรรจุกัมน์ จำกัด, ณ วันที่ 22 กันยายน 2564
- พฤกษา สร้อยหอม. (2558). โครงสร้างตลาดและปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของบรรจุกัมน์กระดาษลูกฟูกในประเทศไทย. (ปริญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).
- พิสมัย เหล่าไทย. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์และบรรจุกัมน์กระดาษในประเทศไทย. วารสารการจัดการสมัยใหม่, 16(1), 129-140.
- ภราดร ทับอุไร. (2563). การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของเครื่องพิมพ์กล่องกระดาษลูกฟูก ISOWA : กรณีศึกษา บริษัท อินเตอร์ไฟเบอร์ คอนเทนเนอร์ จำกัด. (การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยสยาม).
- ภัทรกร ออแก้ว. (2562). การออกแบบบรรจุกัมน์พระสกุลลำพูน นครศรีอยุธยาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมากวัน. วารสารวิศวกรรมศาสตร์ ราชชมงคลธัญบุรี, 14(1), 111-121.
- วัชรภรณ์ กลิ่นภู, พรชูลี มีสีผ่อง, ทวีจิตร พัฒนชนะ และเกษรา ใจดี. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการพัสดุกระดาษผลิตกล่องบรรจุกัมน์เพื่อการขายของแผนกจัดซื้อบริษัท ไทยปรีน (ประเทศไทย) จำกัด. วารสารวิชาการสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก, 4(1), 191-203.
- วิภาวรรณ เล็งสาย. (2561). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยบางประการที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานในบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแห่งหนึ่งในพื้นที่จังหวัดนครปฐม. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2556). บรรจุกัมน์กระดาษไทยปี 2556 การเติบโตด้วยทิศทางที่ระมัดระวังตามภาวะเศรษฐกิจทั้งในและต่างประเทศ ขณะที่กระแสตลาดโลกรอยังเป็นปัจจัยหนุน. สืบค้น 20 ตุลาคม 2564. จาก <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/31234.aspx>.

การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทาง เพื่อส่งเสริมความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4

THE DEVELOPMENT OF LEARNING ACTIVITY BASED ON TOTAL PHYSICAL RESPONSE TO PROMOTE ENGLISH SPEAKING ABILITY FOR GRADE 4

นฤวรรณ หาญทองช่วง^{1*} ชำนาญ ปาณาวงษ์²

Nuttawan Hanthongchuang¹ Chamnan Panawong²

^{1,2} สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

^{1,2} Department of Curriculum and Instruction, Faculty of Education, Naresuan University

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) สร้างและประเมินประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทาง เพื่อส่งเสริมความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ตามเกณฑ์ 75/75 (2) เปรียบเทียบความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษก่อนและหลังการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทาง เพื่อส่งเสริมความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ระเบียบวิธีวิจัยดำเนินการตามกระบวนการวิจัยและพัฒนา กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนวัดเหล่าขวัญ (จำนงค์ราษฎร์) จังหวัดพิษณุโลก ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2565 จำนวน 17 คน โดยใช้แบบแผนการทดลอง One Group Pretest-Posttest Design) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) กิจกรรมการเรียนรู้และแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทาง 2) แบบวัดความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่า t-test แบบ dependent sample

ผลการศึกษา พบว่า กิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทาง ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 ขั้นนำเสนอและทบทวนบทเรียน ขั้นที่ 2 ขั้นปฏิบัติ ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินการปฏิบัติและการให้ข้อมูลป้อนกลับ ขั้นที่ 4 ขั้นประเมินผลโดยใช้กิจกรรมที่หลากหลาย กิจกรรมการเรียนรู้มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 มีประสิทธิภาพเท่ากับ 76.11/78.22

ความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษหลังเรียนด้วยกิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทางสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: การสอนแบบตอบสนองด้วยท่าทาง, กิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทาง, ความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ

* E-mail address: nor_nutt@hotmail.com ¹ chamnanp@nu.ac.th ²

ABSTRACT

The objectives of this research article were to (1) construct and assess the efficiency of learning activities based on total physical response to promote the English speaking ability of grade 4 students according to criteria 75/75. (2) Compare English speaking proficiency before and after using learning activities based on total physical response. Research methodology is carried out by the research and development process. A sample group consisted of 17 students in grade 4, semester 1, the academic Year 2022, Watloakhwanjang- anukhor School, Phitsanulok. The experimental model One Group Pretest-Posttest Design. The Instruments used in the study were 1) Learning activities based on total physical response and lesson plans. 2) English speaking ability assessment test. Data were analyzed with mean, standard deviation statistic, and t-test dependent.

The result of the study found that: Learning activities based on total physical response to promote the English speaking ability of grade 4 students had 4 steps as follows; 1) Presentation and Review Lesson 2) Practice 3) Practice Assessment and Feedback 4) Evaluate Using a Variety of Activities. That learning activity was suitable in various elements of learning activity in the highest level, has an average of 4.70. Learning activities were as effective as 76.11/78.22.

Students who studied by Learning activities based on total physical response had English speaking proficiency higher than before at the significant level of .05.

Keywords: Total Physical Response, Learning Activity based on Total Physical Response, English Speaking Ability

บทนำ

สังคมโลกปัจจุบันเป็นสังคมของความก้าวหน้า ความเคลื่อนไหวและการเปลี่ยนแปลง อย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นด้านเทคโนโลยี ทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม บุคคลในสังคมมีการติดต่อพบปะเพื่อดำเนินกิจกรรมทางสังคมอย่างทั่วถึง ภาษาจึงเป็นตัวกลางในการติดต่อสื่อสารที่สำคัญของสังคมโลกปัจจุบัน โดยเฉพาะภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นภาษาสื่อกลางที่สามารถเข้าใจกันทั่วโลก ดังนั้น การเรียนรู้ภาษาต่างประเทศจึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งในชีวิตประจำวัน เนื่องจากเป็นเครื่องมือสำคัญในการติดต่อสื่อสาร การศึกษา การแสวงหาความรู้ การประกอบอาชีพ การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมและวิถีทัศน์ของชุมชนโลก และตระหนักถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรมและมุมมองของสังคมโลก ภาษาอังกฤษ เป็นภาษาต่างประเทศที่เป็นสาระการเรียนรู้พื้นฐานซึ่งกำหนดให้เรียนตลอดหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551)

ทักษะการพูดเป็นทักษะที่สำคัญยิ่งในการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ จากทั้ง 4 ทักษะ คือ การฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน เนื่องจากการดำเนินชีวิตประจำวัน การปฏิบัติภารกิจต่าง ๆ รวมทั้งการติดต่อสื่อสาร การพูดเป็นวิธีที่ทำให้ผู้ฟังเข้าใจถึงความคิด ความรู้สึกและจุดประสงค์ของผู้พูดได้เป็นอย่างดี ทักษะการพูด จึงเป็นทักษะที่ผู้เรียนภาษาอังกฤษมุ่งหวังในเบื้องต้นจากการเรียนภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศหรือเป็นภาษาที่สอง ทักษะการพูดเป็นทักษะที่สำคัญที่สุดในบรรดาทักษะทั้งหมด เพราะทักษะการพูดเป็นทักษะที่แสดงให้เห็นว่าผู้พูดมีความรู้ทางภาษา และช่วยให้ผู้เรียนเรียนรู้ทักษะอื่นได้ง่ายขึ้น (Ur P., 1998 อ้างอิงใน คันสนะ มูลทาคี, 2559) สอดคล้องกับ Young (1996) ได้กล่าวไว้ว่าการจะเรียนภาษาได้ดีนั้น จะต้องได้รับประสบการณ์หรือการส่งเสริมทักษะการพูดก่อนเป็นอันดับแรก ดังนั้นจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้เรียนภาษาจะต้องได้รับโอกาสที่หลากหลายในการฝึกฝน หากผู้เรียนไม่ได้มีโอกาสที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนาภาษาอย่างต่อเนื่องแล้ว ความสามารถทางทักษะการพูดอาจยากที่จะพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แม้ทักษะการพูดภาษาอังกฤษจะมีความสำคัญดังกล่าวยังแต่นั้น และถือเป็นทักษะหนึ่งที่ถูกกำหนดไว้ในการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ แต่จากการศึกษาพบว่าการสอบเพื่อประเมินคุณภาพการศึกษา ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาในแต่ละปีไม่ได้มีการวัดทักษะด้านการพูดภาษาอังกฤษ หรือแม้กระทั่งการสอบวัดผลในระดับโรงเรียนส่วนใหญ่ก็ไม่มีกรวัดและประเมินผลที่ตอบสนองต่อการวัดความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษของผู้เรียนสอดคล้องกับผล

การทดสอบของสำนักทดสอบทางการศึกษาพบว่า คะแนน O-NET ของกลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ (ภาษาอังกฤษ) อยู่ในระดับต่ำ (สถาบันทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติ, 2564) โดยสาระที่นักเรียนได้คะแนนน้อยที่สุด ได้แก่ สาระที่ 1 ภาษาเพื่อการสื่อสาร เช่นเดียวกับปัญหาการเรียนรู้วิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนวัดเหล้าขวัญ (จำอนุเคราะห์) สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา พิษณุโลก เขต 3 ที่พบว่า นักเรียนไม่สามารถพูดภาษาอังกฤษได้ จากการสังเกต สอบถามผู้เรียน และการวิเคราะห์ของผู้วิจัยพบว่าเกิดจากการที่นักเรียนมีความกังวล เิน อาย และกลัวการพูดภาษาอังกฤษ เพราะไม่เข้าใจความหมายของคำ หรือประโยค จดจำหรือแปลความหมายคำศัพท์ไม่ได้ อาจเนื่องมาจากวิธีการเรียนแบบท่องจำอย่างเร่งด่วนจากการที่ถูกบังคับให้ท่องจำคำศัพท์จำนวนมาก จึงทำให้เกิดการเบื่อหน่าย คิดว่าภาษาอังกฤษยาก และตนเองไม่มีความสามารถที่จะพูดได้ ซึ่งนักเรียนในระดับชั้นนี้มีความสำคัญ เนื่องจากการเรียนรู้ภาษาอังกฤษในระดับประถมศึกษาจะเป็นพื้นฐานของการเรียนรู้ภาษาอังกฤษในระดับชั้นที่สูงขึ้นต่อไป

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาวิธีการจัดการเรียนรู้ที่สามารถพัฒนาความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษพบว่า การสอนแบบการตอบสนองด้วยท่าทาง (Total Physical Response) หรือเรียกย่อ ๆ ว่า TPR เป็นการเรียนภาษาที่สอง หรือภาษาต่างประเทศ โดยเป็นการสอนที่ให้นักเรียนฟังคำสั่งพร้อมกับตอบสนองด้วยท่าทางที่เหมาะสม เป็นการสอนโดยเลียนแบบการใช้ภาษาด้วยการสื่อความหมายโดยการเคลื่อนไหวอวัยวะส่วนต่างๆ ของร่างกาย เช่น การมอง การชี้ การสัมผัส เป็นต้น โดยนักเรียนฟังคำสั่งหรือคำพูดจากครูแล้วทำตามท่าทางตามครู ซึ่งนักเรียนจะสามารถเข้าใจความหมายของคำสั่งนั้นจากท่าทางที่ครูแสดงให้เห็น เป็นการสร้างความเข้าใจในภาษาพูด ซึ่งจะได้รับการพัฒนาด้วยการที่ผู้เรียนได้แสดงท่าทาง โดยไม่บังคับผู้เรียนให้พูดภาษาที่สองในขณะที่ผู้เรียนยังไม่พร้อม (Asher, 1979) การสอนแบบตอบสนองด้วยท่าทางนี้ช่วยส่งเสริมความสามารถในการพูดภาษาได้ เนื่องจากการสอนภาษาตามธรรมชาติของการเรียนรู้ภาษาโดยใช้หลักการสื่อความหมายของคำ ประโยค ด้วยการเคลื่อนไหวอวัยวะต่างๆ จากการที่ครูพูดให้ฟัง ทำให้อายุ และให้ผู้เรียนปฏิบัติท่าทางตามครูและพูดตามครูเมื่อพร้อม ซึ่งการได้พูดและปฏิบัติด้วยตนเอง ทำให้ได้รับประสบการณ์โดยตรงจากการปฏิบัติ ทำให้เกิดความเข้าใจอย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ สามารถจำสิ่งที่เรียนรู้ได้นาน จึงช่วยแก้ปัญหาการจำคำศัพท์และการแปลความหมายให้ผู้เรียนได้ อีกทั้งการสอนแบบตอบสนองด้วยท่าทางนี้ยังไม่บังคับให้ผู้เรียนพูดในขณะที่ไม่พร้อม จึงเป็นการสอนที่คำนึงถึงความพร้อมของผู้เรียน และความแตกต่างระหว่างบุคคล ซึ่งช่วยลดความกดดันในการเรียนของผู้เรียน ส่งผลให้ผู้เรียนเลิกกังวล และกลัวการพูดภาษาอังกฤษได้ และการสอนแบบตอบสนองด้วยท่าทางนี้ผู้เรียนทั้งชั้นได้ปฏิบัติกิจกรรมร่วมกันจึงทำให้เกิดความสนุกสนานไปพร้อมๆ กับการเรียนรู้ ผู้เรียนเลิกเิน อาย เพราะได้ปฏิบัติกิจกรรมร่วมกับเพื่อนๆ ไม่ต้องปฏิบัติกิจกรรมคนเดียว หรือออกไปพูดคนเดียวเหมือนการเรียนการสอนภาษาอังกฤษแบบเดิมที่ผ่านมา ด้วยเหตุนี้จึงกล่าวได้ว่าการสอนแบบตอบสนองด้วยท่าทางจึงช่วยส่งเสริมความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษของผู้เรียนได้ สอดคล้องกับ Dwi Suryaningrum (2017) ทิพย์วลี สุขปาน (2560) ปัทิตตา ดิวงค์ (2557) และณัฐชนก เนาวรังสี (2555) ที่พบว่าการสอนแบบตอบสนองด้วยท่าทางช่วยพัฒนาความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนได้ นอกจากนี้ Adnan Oflaz (2019) ได้ศึกษาและ พบว่า ปัจจัยหนึ่งที่ขัดขวางกระบวนการพูดคือภาวะวิตกกังวลของนักเรียน ซึ่งการสอนแบบตอบสนองด้วยท่าทางช่วยลดความวิตกกังวลในการพูด ดังนั้นจึงทำให้สามารถส่งเสริมความสามารถในการพูดภาษาของผู้เรียนได้

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงพัฒนานักกิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทาง เพื่อส่งเสริมความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 เพื่อให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการค้นพบ สร้างองค์ความรู้ร่วมกัน มีโอกาสได้ใช้ภาษาอังกฤษในการพูด สื่อสารระหว่างปฏิบัติงานร่วมกับคนอื่น ๆ มากขึ้น เพียงพอที่จะนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน ในการศึกษาต่อหรือประกอบอาชีพต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสร้างและประเมินประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทาง เพื่อส่งเสริมความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ตามเกณฑ์ 75/75
2. เพื่อเปรียบเทียบความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษก่อนและหลังการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทาง เพื่อส่งเสริมความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการโดยใช้กระบวนการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสร้างและประเมินประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทาง เพื่อส่งเสริมความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ตามเกณฑ์ 75/75

1. กลุ่มเป้าหมาย

- 1.1 ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้
- 1.2 นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ที่กำลังศึกษาในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2565 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา พิษณุโลก เขต 3 เพื่อประเมินประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- 2.1 กิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทาง เพื่อส่งเสริมความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4
- 2.2 แบบประเมินความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทาง เพื่อส่งเสริมความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 การประเมินความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้ ดำเนินการโดย ติดต่อประสานงานกับบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อออกหนังสือขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ไปยังผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน นำแบบประเมินความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้ส่งให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ตรวจสอบความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้

3.2 การประเมินประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการประเมินประสิทธิภาพนวัตกรรมการศึกษาของ รัตนะ บัวสนธ์ (2552) ดำเนินการโดย นำกิจกรรมการเรียนรู้ไปประเมินประสิทธิภาพแบบหนึ่งต่อหนึ่ง (1:1) โดยใช้กับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนวัดทองแท้ (จางอนุกุลพิทย) สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพิษณุโลก เขต 3 จำนวน 3 คน ได้แก่ผู้ที่มีลักษณะสูง ปานกลาง และต่ำกว่าปานกลาง โดยคัดเลือกจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียน เพื่อตรวจสอบกิจกรรมการเรียนรู้ ด้านภาษา เวลา และสื่อที่ใช้ในการทำกิจกรรม เพื่อหาข้อบกพร่องของกิจกรรมการเรียนรู้และปรับปรุงแก้ไข จากนั้นนำกิจกรรมการเรียนรู้ที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปประเมินประสิทธิภาพแบบกลุ่มเล็ก (1:3) โดยใช้กับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนวัดทองแท้ (จางอนุกุลพิทย) สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพิษณุโลก เขต 3 จำนวน 9 คน ได้แก่ผู้ที่มีลักษณะสูง 3 คน ปานกลาง 3 คน และต่ำกว่าปานกลาง 3 คน เพื่อประเมินประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้ ตามเกณฑ์ 75/75

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้โดยนำผลการประเมินความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำค่าเฉลี่ยไปเทียบกับเกณฑ์การแปลความหมาย โดยกำหนดเกณฑ์พิจารณาความเหมาะสมจะต้องมีค่าเฉลี่ย 3.51 ขึ้นไป และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานไม่เกิน 1.00 คะแนน จึงถือว่ามีความเหมาะสม

4.2 วิเคราะห์ผลการประเมินประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้ โดยนำคะแนนจากการทดลองใช้กิจกรรมการเรียนรู้กับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนวัดทองแท้ (จางอนุกุลพิทย) จำนวน 9 คน มาคำนวณโดยใช้สูตรการหาประสิทธิภาพ E1/E2 ของ รัตนะ บัวสนธ์ (2556) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

ขั้นตอนที่ 2 การเปรียบเทียบความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษก่อนและหลังการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทาง เพื่อส่งเสริมความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- 1.1 ประชากร ได้แก่ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ปีการศึกษา 2565 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพิษณุโลก เขต 3

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ปีการศึกษา 2565 โรงเรียนวัดเหล่าขวัญ (จำนงอนุเคราะห์) ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2565 จำนวน 17 คน โดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้ห้องเรียนเป็นหน่วยในการสุ่มจำนวน 1 ห้องเรียน ซึ่งเป็นห้องเรียนที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาอังกฤษอยู่ในระดับต่ำ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 การเรียนด้วยกิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทาง เพื่อส่งเสริมความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4

2.2 แบบวัดความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ โดยมีขั้นตอนในการสร้าง คือ ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับวิธีการสร้างแบบวัดความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ ศึกษามาตรฐานการเรียนรู้ / ตัวชี้วัดและนำมากำหนดจุดประสงค์การเรียนรู้ และกำหนดขอบข่ายของแบบวัดความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษให้สอดคล้องกับจุดประสงค์การเรียนรู้ จัดทำแบบวัดความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไข จากนั้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อพิจารณาความสอดคล้อง ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นจัดทำแบบวัดฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้เก็บข้อมูล โดยแบบวัดความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ เป็นแบบวัดและประเมินภาคปฏิบัติทักษะการพูดในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่กำหนดให้ โดยใช้เกณฑ์การวัดความสามารถในการพูดเป็นแบบมาตราส่วนต่างระดับ (Rubric Score) ประกอบด้วย 4 สถานการณ์ โดยกำหนดเกณฑ์วัดความสามารถในการพูด 5 ด้าน ได้แก่ การออกเสียง ไวยากรณ์ คำศัพท์ ความคล่องแคล่วในการใช้ภาษา และความเข้าใจ (Harris, 1990)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ทดสอบก่อนเรียนด้วยแบบวัดความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ จำนวน 4 สถานการณ์ คะแนนเต็มสถานการณ์ละ 25 คะแนน คะแนนรวม 4 สถานการณ์เท่ากับ 100 คะแนน

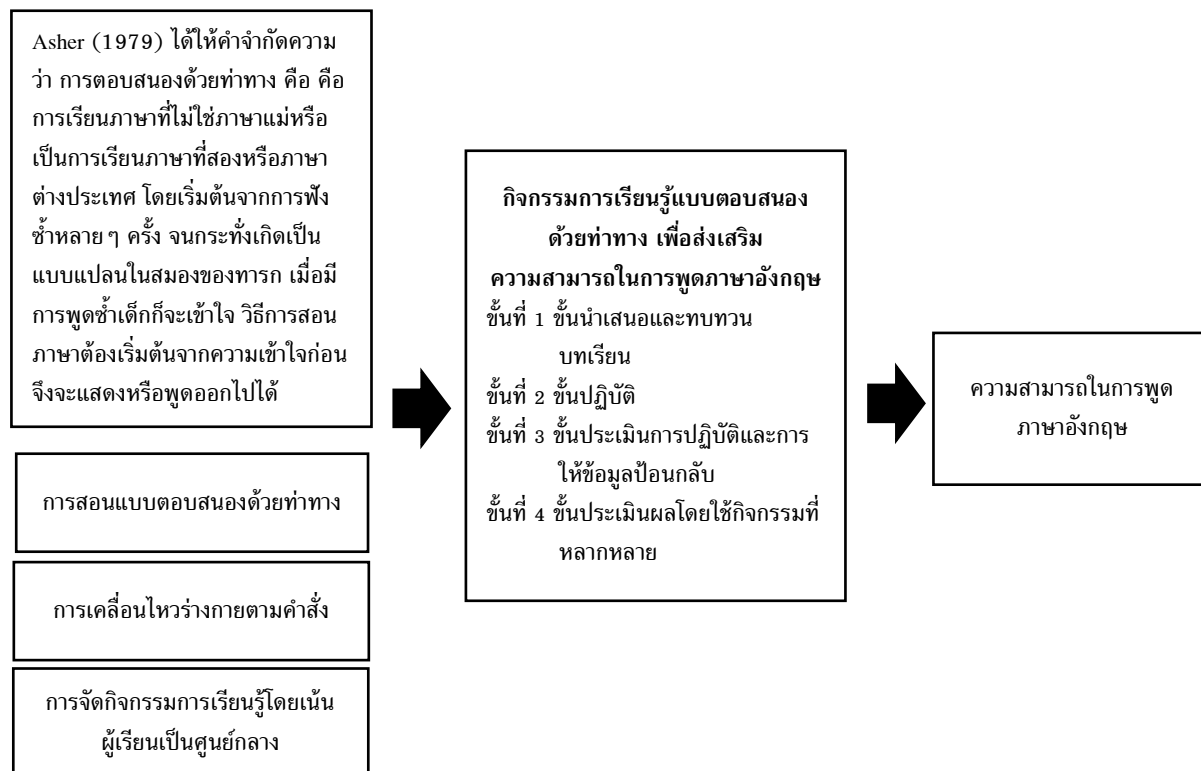
3.2 จัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ จำนวน 4 เรื่อง ได้แก่ 1) Greeting and Introduce myself 2) Parts of the body 3) Things around us 4) Let's go to the zoo ระยะเวลาในการสอนทั้งสิ้นรวม 12 ชั่วโมง

3.3 ทดสอบหลังเรียนด้วยแบบวัดความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ จำนวน 4 สถานการณ์ คะแนนเต็มสถานการณ์ละ 25 คะแนน คะแนนรวม 4 สถานการณ์เท่ากับ 100 คะแนน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

นำคะแนนความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ที่เป็นกลุ่มทดลองมาหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เปรียบเทียบความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ก่อนและหลังเรียน โดยใช้สถิติแบบ (t-test Dependent)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. ผลการสร้างและประเมินประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทาง เพื่อส่งเสริมความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ตามเกณฑ์ 75/75 ผลการวิจัยพบว่า

1.1 ผลการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทาง เพื่อส่งเสริมความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ผู้วิจัยสร้างกิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทาง ซึ่งมีขั้นตอนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ 4 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นที่ 1 ขั้นนำเสนอและทบทวนบทเรียน ในขั้นนี้ครูทำการนำเข้าสู่บทเรียนและทบทวนบทเรียนโดยการพูดประโยคคำสั่ง 2-3 ครั้ง พร้อมทั้งปฏิบัติท่าทางประกอบ โดยที่นักเรียนปฏิบัติท่าทางร่วมกับครู

ขั้นที่ 2 ขั้นปฏิบัติ เมื่อนักเรียนสามารถฟังคำสั่งได้อย่างเข้าใจแล้วนั้น ครูจะให้นักเรียนปฏิบัติท่าทางให้ถูกต้องตามคำสั่งที่ได้ฟังด้วยตนเอง โดยที่ครูอาจให้นักเรียนปฏิบัติร่วมกันทั้งชั้นเรียนหรือรายบุคคล และมีครูคอยสังเกตพฤติกรรมนักเรียน หากปฏิบัติไม่ถูกต้องสามารถกลับไปทำกิจกรรมในขั้นที่ 1 ได้อีกครั้ง

ในขั้นนี้ครูผู้สอนอาจเลือกรูปแบบการสอนได้ 4 รูปแบบ ดังนี้

1. TPR - B (Total Physical Response - Body) เป็นการสอนโดยใช้คำสั่งที่มีคำศัพท์เกี่ยวกับการเคลื่อนไหวของร่างกาย

2. TPR - O (Total Physical Response - Objects) เป็นการสอนโดยใช้คำสั่งที่มีคำศัพท์ที่เป็นสิ่งของ

3. TPR - P (Total Physical Response - Picture) เป็นการสอนเกี่ยวกับการออกคำสั่งที่เกี่ยวข้องกับรูปภาพ

4. TPR - S (Total Physical Response - Story telling) เป็นการสอนภาษาโดยการเล่าเรื่อง

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินการปฏิบัติและการให้ข้อมูลป้อนกลับ ขั้นประเมินการปฏิบัติและการให้ข้อมูลป้อนกลับ ในขั้นนี้ครูมีหน้าที่สังเกตการปฏิบัติทำทางของนักเรียนและให้ข้อมูลป้อนกลับโดยการชื่นชมเมื่อนักเรียนปฏิบัติได้ถูกต้อง หรือให้คำแนะนำในกรณีที่นักเรียนยังปฏิบัติไม่ถูกต้องหรือไม่เข้าใจในคำสั่ง

ขั้นที่ 4 ขั้นประเมินผลโดยใช้กิจกรรมที่หลากหลาย ได้แก่ การให้นักเรียนฝึกออกเสียงคำศัพท์ สะกดคำศัพท์ บอกความหมายของคำศัพท์ เล่นเกม แสดงบทบาทสมมติ แสดงท่าทางประกอบเพลง หรือกิจกรรมอื่นๆ เพื่อให้ นักเรียนมีความเข้าใจมากยิ่งขึ้น

โดยมีเนื้อหาจำนวน 4 เรื่อง ได้แก่ เรื่องที่ 1 Greeting and Introduce myself เรื่องที่ 2 Parts of the body เรื่องที่ 3 Things around us และเรื่องที่ 4 Let's go to the zoo

1.2 ผลการพิจารณาความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน พบว่า กิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทาง มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.70$, S.D. = 0.47)

1.3 ผลการพิจารณาความเหมาะสมของแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน พบว่า แผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทาง มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.87$, S.D. = 0.34)

1.4 ผลการประเมินประสิทธิภาพแบบหนึ่งต่อหนึ่ง (1:1) ของกิจกรรมการเรียนรู้ พบว่า ภาษาและเวลาที่ใช้ในกิจกรรมการเรียนรู้ มีความเหมาะสม มีการเปลี่ยนภาพที่ใช้ในกิจกรรมที่ 1 เพื่อให้สื่อความหมายได้ชัดเจนขึ้น

1.5 ผลการประเมินประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทาง เพื่อส่งเสริมความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ตามเกณฑ์ 75/75 พบว่า กิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทาง มีประสิทธิภาพเท่ากับ 76.11/78.22 ดังตาราง 1

ตารางที่ 1 แสดงประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทาง เพื่อส่งเสริมความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 9 คน ตามเกณฑ์ 75/75

ร้อยละของคะแนนเฉลี่ยระหว่างการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ (คะแนนเต็ม 100)					ร้อยละของคะแนนจากการทดสอบกิจกรรม หลังเรียน (คะแนนเต็ม 100)
คะแนน	ครั้งที่ 1 (25 คะแนน)	ครั้งที่ 2 (25 คะแนน)	ครั้งที่ 3 (25 คะแนน)	ครั้งที่ 4 (25 คะแนน)	การทดสอบหลังเรียน
เฉลี่ย	18.44	18.56	19.44	19.67	78.22
เฉลี่ยร้อยละ	73.78	74.22	77.78	78.67	78.22
ประสิทธิภาพกระบวนการ = 76.11					ประสิทธิภาพผลลัพธ์ = 78.22
$E1/E2 = 76.11/78.22$					

2. ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษก่อนและหลังการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทาง เพื่อส่งเสริมความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ผลการวิจัย พบว่า

ความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษหลังเรียนด้วยกิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทาง สูงกว่า ก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย ดังตาราง 2

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษก่อนเรียนและหลังเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 17 คน

การทดสอบ	n	$\bar{X}$	S.D.	D	S.D. _D	t	Sig.(1-tailed)
ก่อนเรียน	17	27.47	6.97	56.71	6.05	38.65*	0.0000*
หลังเรียน	17	84.18	2.47				

* $p \geq .05$

อภิปรายผล

จากผลการพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทาง เพื่อส่งเสริมความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ผู้วิจัยนำมาอภิปรายผล 2 ขั้นตอน ดังนี้

การสร้างและประเมินประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทาง เพื่อส่งเสริมความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ตามเกณฑ์ 75/75 พบว่า กิจกรรมการเรียนรู้มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.70$, S.D. = 0.47) ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้วิจัยได้พัฒนากิจกรรมการเรียนรู้อย่างเป็นระบบ ดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัยและพัฒนา ตามขั้นตอนที่มีความน่าเชื่อถือ โดยผู้วิจัยได้ศึกษา วิเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทาง และการส่งเสริมความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ จากนั้นจึงสร้างกิจกรรมการเรียนรู้และแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ จากนั้นจึงนำกิจกรรมการเรียนรู้และแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขอคำแนะนำและปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม แล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน พิจารณาความเหมาะสม จึงทำให้กิจกรรมการเรียนรู้และแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด จากนั้นจึงนำกิจกรรมการเรียนรู้ไปประเมินประสิทธิภาพตามขั้นตอนการประเมินประสิทธิภาพตามขั้นตอนของ รัตนะ บัวสนธ์ (2556) ซึ่งพบว่า กิจกรรมการเรียนรู้มีประสิทธิภาพ เท่ากับ $76.11/78.22$ ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ 75/75 ที่กำหนดไว้ สอดคล้องกับการวิจัยของ วารุณี ศิริ (2560) ที่ได้ศึกษาการพัฒนาการจัดการเรียนรู้โดยใช้วิธีสอนแบบตอบสนองด้วยท่าทาง (TPR) ที่มีผลต่อทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ที่พบว่ากิจกรรมการเรียนรู้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์เช่นกัน

ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษก่อนและหลังการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทาง เพื่อส่งเสริมความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 จากผลการวิจัยพบว่า นักเรียนมีความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผลต่างคะแนนเฉลี่ยก่อนเรียนและหลังเรียน มีค่า 56.71 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า กิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทางที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นสามารถพัฒนาความสามารถด้านการพูดภาษาอังกฤษของผู้เรียนได้เป็นอย่างดี เนื่องจากเป็นกิจกรรมการสอนภาษาตามธรรมชาติของการเรียนรู้ภาษา โดยใช้หลักการสื่อความหมายของคำ ประโยค ด้วยการเคลื่อนไหวอวัยวะต่างๆ จากการที่ครูพูดให้ฟัง ทำให้อู และให้ผู้เรียนปฏิบัติท่าทางตามครูและพูดตามครูเมื่อพร้อม ซึ่งการได้พูดและปฏิบัติด้วยตนเอง ทำให้ได้รับประสบการณ์โดยตรงจากการปฏิบัติ ทำให้เกิดความเข้าใจอย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ สามารถจำสิ่งที่เรียนรู้ได้นาน จึงช่วยแก้ปัญหาการจำคำศัพท์และการแปลความหมายให้ผู้เรียนได้ ส่งผลให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ที่เรียนด้วยกิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทางจดจำ เข้าใจความหมาย และพูดคำศัพท์หรือประโยคได้ดีขึ้น อีกทั้งขั้นตอนการสอนของกิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทางที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นนี้ยังไม่บังคับให้ผู้เรียนพูดในขณะที่ไม่พร้อม จึงเป็นการสอนที่คำนึงถึงความพร้อมของผู้เรียน และความแตกต่างระหว่างบุคคล ซึ่งช่วยลดความกดดันในการเรียนของผู้เรียน ส่งผลให้ผู้เรียนเลิกกังวล และกลัวการพูดภาษาอังกฤษ ส่งผลให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ที่เรียนด้วยกิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทางที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นกล้าที่จะพูดภาษาอังกฤษมากขึ้น ออกเสียงพูดอย่างมั่นใจ ใช้ไวยากรณ์ตลอดจนเรียงลำดับคำได้ถูกต้องมากขึ้น ใช้คำศัพท์ได้อย่างคล่องแคล่ว และสามารถพูดให้ผู้ฟังเข้าใจได้มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้กิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทางที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นนี้ ยังมีกิจกรรมให้ผู้เรียนทั้งชั้นได้ปฏิบัติกิจกรรมร่วมกันจึงทำให้เกิดความสนุกสนานไปพร้อมๆ กับการเรียนรู้ ผู้เรียนเลิกเขินอาย เพราะได้ปฏิบัติกิจกรรมร่วมกับเพื่อนๆ ไม่ต้องปฏิบัติกิจกรรมคนเดียว หรือออกไปพูดคนเดียว เหมือนการเรียนการสอนภาษาอังกฤษแบบเดิมที่ผ่านมา เพราะการสอนโดยวิธีบอกหรืออธิบายอย่างเดียวนั้นไม่เพียงพอ เด็กไม่สามารถแปลความหมายของคำได้แต่จะเรียนรู้จากการได้รับประสบการณ์ตรง ซึ่งหัวใจสำคัญของการตอบสนองด้วยท่าทางนั้น นักเรียนมีหน้าที่ฟังคำสั่งหรือคำพูดจากครูแล้วทำตามท่าทางตามครูโดยไม่จำเป็นต้องพูด นักเรียนสามารถเข้าใจความหมายของคำสั่งนั้นจากท่าทางที่ครูแสดงให้เห็น กล่าวคือ การสอนแบบตอบสนองด้วยท่าทางเป็นการสอนโดยเลียนแบบการใช้ภาษาด้วยการสื่อความหมายโดยการเคลื่อนไหวอวัยวะส่วนต่างๆ ของร่างกาย เช่น การมอง การชี้ การสัมผัส เป็นต้น โดยนักเรียนฟังคำสั่งหรือคำพูดจากครูแล้วทำตามท่าทางตามครู ซึ่งนักเรียนจะสามารถเข้าใจความหมายของคำสั่งนั้นจากท่าทางที่ครูแสดงให้เห็น เป็นการสร้างความเข้าใจในภาษาพูด ซึ่งจะได้รับการพัฒนาด้วยการที่ผู้เรียนได้แสดงท่าทาง โดยไม่บังคับผู้เรียนให้พูดภาษาที่สองในขณะที่ผู้เรียนยังไม่พร้อม (Asher, 1979) การสอนแบบตอบสนองด้วย

ท่าทาง คือวิธีการสอนที่เลียนแบบการรับรู้ภาษาที่หนึ่ง มีองค์ประกอบ 2 ประการ คือ 1) เด็กจะรับรู้ข้อมูลเข้า (comprehensible input) ก่อนที่จะเริ่มหัดพูดซึ่ง Asher เสนอว่าข้อมูลนำเข้าเปรียบเสมือนแบบแปลนที่ถูกเก็บไว้ในสมองของเด็กเล็กเมื่อได้ฟังคำหรือประโยค 2) ภาษาในประโยคคำสั่งจะถูกนำมาใช้ในเทคนิคการสอนแบบ TPR เพราะเป็นภาษาแรกในการแสดงความเข้าใจของผู้ที่เริ่มต้นเรียนภาษา ดังนั้น การสอนแบบตอบสนองด้วยท่าทางนี้จึงช่วยส่งเสริมความสามารถในการพูดภาษาได้ ตามแนวคิดทฤษฎีของ Asher ที่มาจากวิธีการสอนภาษาแบบธรรมชาติ (Natural Approach) คือ การเรียนรู้ภาษาแม่ของเด็ก โดยก่อนที่เด็กจะพูดคำๆ หนึ่งได้นั้น ในขั้นแรกเด็กจะค่อยๆ เลียนแบบการใช้ภาษาด้วยการสื่อความหมายโดยการเคลื่อนไหวอวัยวะส่วนต่างๆ ของร่างกาย เช่น การมอง การชี้ การสัมผัส (Nunan, 1991 อ้างอิงใน ทิพย์วลี สุขปาน, 2560) ซึ่งการเรียนรู้จากการกระทำเป็นการเรียนรู้ที่ดีที่สุดเนื่องจากการเรียนรู้ที่เป็นไปตามธรรมชาติ การเรียนรู้ภาษาที่ดีที่สุดจะต้องเป็นการเรียนรู้โดยผ่านการตอบโต้ทางสรีระหรือผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ดังนั้นการสอนแบบ TPR จึงเป็นการสอนที่มีประสิทธิภาพวิธีหนึ่งซึ่งประกอบด้วย การเคลื่อนไหว แรงจูงใจ การซ้ำย้ำทวนในสิ่งที่มีความหมาย การเรียนรู้จากความผิดพลาดทำให้เกิดความทรงจำอันยาวนาน (Via, 1987 อ้างอิงใน ละออง สุภาโส, ประยงค์ กลั่นฤทธิ์ และ วิไลลักษณ์ ริอค์, 2554) สอดคล้องกับการศึกษาของ Dwi Suryaningrum (2017) ทิพย์วลี สุขปาน (2560) ปัทิตตา ติวงค์ (2557) และณัฐชนก เนาวรังสี (2555) ที่พบว่า การสอนแบบตอบสนองด้วยท่าทางช่วยพัฒนาความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนได้

ด้วยเหตุนี้จึงกล่าวได้ว่า การจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทาง ช่วยให้นักเรียนได้พัฒนาความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ เพราะเป็นการจำลองวิธีที่เด็กเรียนรู้ภาษาแม่ตามธรรมชาติ ผู้สอนออกคำสั่งกับนักเรียนในภาษาใหม่ แล้วทำท่าทางตามครู ซึ่งนักเรียนจะสามารถเข้าใจความหมายของคำสั่งนั้นจากท่าทางที่ครูแสดงให้ดู เป็นการสร้างความเข้าใจในภาษาพูด ซึ่งจะได้รับการพัฒนาด้วยการที่นักเรียนได้แสดงท่าทาง โดยไม่บังคับนักเรียนให้พูดภาษาที่สองในขณะที่นักเรียนยังไม่พร้อม ช่วยให้เกิดความทรงจำในการเรียนที่ถาวร และต่อเนื่องไปยังทักษะต่างๆ ได้อย่างดีเพราะการให้ผู้เรียนได้มีโอกาสใช้สรีระ (Total Physical) ตอบสนอง (Response) สิ่งเร้าที่เป็นคำสั่งภาษาต่างประเทศนั้น ทำให้ผู้เรียนต้องใช้ประสาทสัมผัส และกล้ามเนื้อในการเรียนรู้ ซึ่งตามทฤษฎีเกี่ยวกับความทรงจำกล่าวไว้ว่าเรียนรู้โดยวิธีนี้จะทำให้ผู้เรียนเกิดความทรงจำที่คงทนถาวรไม่ลืมง่าย ๆ เช่นเดียวกับคนที่ขี่จักรยานหรือว่ายน้ำเป็น (วันทนีย์ ไพรินทร์, 2547) นอกจากนี้ จากการวิจัยยังพบว่า กิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทาง ยังช่วยให้นักเรียนคลายความกังวล และลดความกลัวที่จะพูดภาษาต่างประเทศผิด เนื่องจากนักเรียนมีข้อผิดพลาดน้อยหรือแทบไม่มีเลย เพราะนักเรียนปฏิบัติตามคำสั่งซึ่งครูผู้สอนได้แสดงให้เห็นนักเรียนดูแล้ว ทำให้นักเรียนมั่นใจในตนเองมากขึ้น และเกิดแรงจูงใจในการเรียนภาษาต่างประเทศต่อไป ทั้งครูและนักเรียนเกิดความพึงพอใจในบทเรียน บทเรียนมีบรรยากาศที่สนุกสนาน แต่ละฝ่ายสามารถได้รับข้อมูลย้อนกลับได้อย่างรวดเร็วสอดคล้องกับ Adnan Oflaz (2019) ที่ได้พบว่า ปัจจัยหนึ่งที่ขัดขวางกระบวนการพูดคือภาวะวิตกกังวลของนักเรียน นักเรียนที่คิดว่าพวกเขาจะทำผิดพลาดในกิจกรรมในห้องเรียนหรือในขณะที่พูดคุยกับบุคคลที่พูดภาษานั้น นักเรียนกระวนกระวายหรือกลัวก่อนที่จะทำกิจกรรมต่างๆ ปัญหานี้ครอบคลุมกระบวนการเรียนรู้ภาษาทั้งหมดและส่งผลเสีย ซึ่งการสอนแบบตอบสนองด้วยท่าทางช่วยลดความวิตกกังวลในการพูด ดังนั้นจึงทำให้สามารถส่งเสริมความสามารถในการพูดภาษาของผู้เรียนได้ดียิ่งขึ้นได้

องค์ความรู้ใหม่

จากการวิจัยการพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทาง เพื่อส่งเสริมความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 สามารถจำแนกองค์ความรู้ใหม่ ดังนี้

การจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทางช่วยส่งเสริมความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษของผู้เรียนได้ เนื่องจากเป็นการจัดกิจกรรมที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เป็นการสอนภาษาที่ไม่ฝืนธรรมชาติการเรียนรู้ภาษาคำนึงถึงความพร้อมของผู้เรียน และความแตกต่างระหว่างบุคคล โดยให้นักเรียนฟังคำสั่งและปฏิบัติท่าทางตามครูโดยที่ยังไม่ต้องพูด นักเรียนจะพูดเมื่อพร้อม ซึ่งการได้ปฏิบัติด้วยตนเอง ทำให้เกิดความเข้าใจอย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพสามารถจำสิ่งที่เรียนรู้ได้นาน ทำให้ได้รับประสบการณ์โดยตรงจากการปฏิบัติ ประกอบด้วย การเคลื่อนไหว แรงจูงใจ การซ้ำย้ำทวนในสิ่งที่มีความหมาย การเรียนรู้จากความผิดพลาด การได้ใช้สรีระ (Total Physical) ตอบสนอง (Response) สิ่งเร้าที่เป็นคำสั่งภาษาต่างประเทศ ทำให้เกิดความทรงจำอันยาวนาน ช่วยให้นักเรียนคลายความกังวล และลดความกลัว

ที่จะพูดภาษาต่างประเทศผิด เนื่องจากนักเรียนมีข้อผิดพลาดน้อยหรือแทบไม่มีเลย เพราะนักเรียนปฏิบัติตามคำสั่งซึ่งครูผู้สอนได้แสดงให้นักเรียนดูแล้ว ทำให้นักเรียนมั่นใจในตนเองมากขึ้น และเกิดแรงจูงใจในการเรียนภาษาต่างประเทศต่อไป ทั้งครูและนักเรียนเกิดความพึงพอใจในบทเรียน บทเรียนมีบรรยากาศที่สนุกสนาน แต่ละฝ่ายสามารถได้รับข้อมูลย้อนกลับได้อย่างรวดเร็ว

สรุปผลการวิจัย

กิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทาง เพื่อส่งเสริมความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 ชื่อนำเสนอและทบทวนบทเรียน ขั้นที่ 2 ขั้นปฏิบัติ ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินการปฏิบัติและการให้ข้อมูลป้อนกลับ ขั้นที่ 4 ขั้นประเมินผลโดยใช้กิจกรรมที่หลากหลาย โดยมีเนื้อหาของกิจกรรมการเรียนรู้ จำนวน 4 เรื่อง ได้แก่ ได้แก่ 1) Greeting and introduce myself 2) Parts of the body 3) Things around us และ 4) Let's go to the zoo ซึ่งพบว่า กิจกรรมการเรียนรู้มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.70$, S.D. = 0.47) และมีประสิทธิภาพเท่ากับ 76.11/78.22 ความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษหลังเรียนด้วยกิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทางสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ครูผู้สอนควรเตรียมความพร้อมโดยศึกษาและทำความเข้าใจลำดับขั้นตอนและเนื้อหาในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้ชัดเจน วางแผนในการใช้ประโยคคำสั่งในการสอน อย่างเป็นขั้นตอนต่อเนื่องกัน และพยายามทำให้เกิดความสนุกสนาน เพื่อให้การจัดกิจกรรมการเรียนรู้บรรลุจุดประสงค์ที่กำหนดไว้

1.2 ครูผู้สอนควรระวังประโยคที่ซับซ้อนมากเกินไป เพราะอาจทำให้ผู้เรียนสับสนได้ และหลังจากที่ผู้เรียนมีความพร้อมที่จะเรียน แต่ละคนพยายามพูดออกมา ผู้สอนไม่ควรวิพากษ์วิจารณ์ข้อบกพร่องของผู้เรียนในขณะนั้น แต่ถ้าจำเป็นจริงๆ การวิจารณ์ควรเป็นไปอย่างนุ่มนวลและแตกต่างกันไป ตามความหนักเบาของข้อบกพร่องของแต่ละคน ไม่ควรอย่างยิ่งที่จะแก้คำผิดทุกๆ ครั้ง หากข้อผิดพลาดนั้น ไม่ร้ายแรงนักควรปล่อยผ่านไปก่อน การแก้ไขควรทำอย่างสร้างสรรค์ โดยใช้คำพูดที่เหมาะสม การแก้คำผิดในขณะที่ผู้เรียนยังพูดไม่จบอาจทำให้ผู้เรียนเกิดความท้อถอย และขัดขวางความก้าวหน้าที่จะแสดงออกได้

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาผลการใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทางกับผู้เริ่มเรียนภาษาที่ 2 อื่นๆ เช่น ภาษาเยอรมัน ภาษาญี่ปุ่น ภาษาเกาหลี ภาษาจีน เป็นต้น

2.2 ควรศึกษาการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบตอบสนองด้วยท่าทาง ร่วมกับการใช้สื่อที่หลากหลาย เช่น เพลง เกม นิทาน หรือเทคนิคอื่นๆ

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). หลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: ครูสภาลาดพร้าว.
- ณัฐชนก เนาวรังสี. (2555). ผลการใช้แนวการสอนเพื่อการสื่อสารเสริมด้วยการสอนแบบตอบสนองด้วยท่าทางที่มีต่อความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1. (วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาหลักสูตรและการสอน, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี).
- ทิพย์วลี สุขปาน. (2560). การใช้วิธีการสอนแบบตอบสนองด้วยท่าทางเพื่อพัฒนาทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4. (วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาหลักสูตรและการสอน, มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี).

- ปัทิตตา ดิวงค์. (2557). การพัฒนาความสามารถด้านการฟัง-พูดภาษาอังกฤษ โดยใช้วิธีสอนแบบตอบสนองด้วยท่าทาง ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6. (วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน, มหาวิทยาลัยทักษิณ).
- รัตน์ะ บัวสนธิ์. (2556). การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมการศึกษา. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คำสมัย.
- ละออง สุภาโส, ประยงค์ กลั่นฤทธิ์ และ วิไลลักษณ์ ริ้วค. (2554). การพัฒนาความสามารถด้านการฟังและพูด ภาษาอังกฤษโดยใช้การสอนแบบการตอบสนองด้วยท่าทางของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2. (การค้นคว้าแบบ อีสาระศุศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี).
- วันทนีย์ ไพรินทร์. (2547). การพัฒนาความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนคลองทวีวัฒนา ที่ได้รับการสอนโดยวิธีสอนแบบการตอบสนองด้วยท่าทาง. (สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหา บัณฑิต สาขาวิชาการสอนภาษาอังกฤษในฐานะภาษาต่างประเทศ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- วารุณี ศิริ. (2560). การพัฒนาการจัดการเรียนรู้โดยใช้วิธีสอนแบบตอบสนองด้วยท่าทาง (TPR) ที่มีผลต่อทักษะการฟัง และการพูดภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1. (วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม).
- คันสนะ มูลทาดี. (2559). การพัฒนาทักษะการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ด้วยวิธีแสดงบทบาท สมมุติ. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 10(1), 68-83.
- สถาบันทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติ. (2564). ผลการสอบกลุ่มสาระการเรียนรู้ (วิชาภาษาอังกฤษ) ระดับประเทศ ปี การศึกษา 2564. สืบค้น 10 ธันวาคม 2564. จาก <https://www.niets.or.th/th/>.
- Adnan Oflaz. (2019). The foreign language anxiety in learning German and the effects of total physical response method on students' speaking skill. *Journal of Language and Linguistic Studies*, 15(1), 70-82.
- Asher, J. (1979). *Learning Another Language Through Actions. The Complete Teacher's Guidebook*. California: Sky Oaks Productions.
- Dwi Suryaningrum. (2017). The Effect of Total Physical Response Technique on the Eleventh Graders Speaking Ability at SMA PSKD 7 Depok. *Journal of English teaching*. 3(1), 55-64.
- Young, K. S. (1996). Psychology of computer use: XL. Addictive use of the Internet: A case that breaks the stereotype. *Psychological Reports*, 79(1), 899-902.

การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสาน เพื่อส่งเสริมความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6

THE DEVELOPMENT OF LEARNING ACTIVITIES BASED ON BLENDE LEARNING TO PROMOTE ENGLISH LISTENING AND SPEAKING PROFICIENCY FOR GRADE 6 STUDENTS

อรนุช แก้วมัตย์^{1*} อังคณา อ่อนธานี²

Oranuch Kaewmat¹ Angkana Onthanee²

^{1,2} สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

^{1,2} Department of Curriculum and Instruction, Faculty of Education, Naresuan University

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) สร้างและประเมินประสิทธิภาพกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสาน เพื่อส่งเสริมความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ตามเกณฑ์ 75/75 (2) เปรียบเทียบความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษก่อนเรียนและหลังเรียน ด้วยกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสาน เพื่อส่งเสริมความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนบ้านแหลมวัง “ราษฎร์บำรุง” จังหวัดพิจิตร ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2565 จำนวน 23 คน ได้มาโดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย โดยใช้ห้องเรียนเป็นหน่วยในการสุ่มจำนวน 1 ห้องเรียน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กิจกรรมการเรียนรู้และแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสาน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบวัดความสามารถในการฟังภาษาอังกฤษ และแบบวัดความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่า t-test for dependent sample

ผลการศึกษา พบว่า กิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสาน ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 ชื่นนำเสนอ บทเรียน ขั้นที่ 2 ชื่นแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ขั้นที่ 3 ชื่นประยุกต์ใช้ความรู้ ขั้นที่ 4 ชื่นนำเสนอผลงาน ขั้นที่ 5 ชื่นประเมินผล โดยมีเนื้อหาของกิจกรรมการเรียนรู้ จำนวน 3 กิจกรรม ได้แก่ 1) What food do you like? 2) How to make และ 3) At the restaurant กิจกรรมการเรียนรู้มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.82 มีประสิทธิภาพเท่ากับ 75.41/77.78

ความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษหลังเรียนด้วยกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: กิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสาน, ความสามารถในการฟังภาษาอังกฤษ, ความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ

* E-mail address: oranuch2710@gmail.com ¹ angkanao@nu.ac.th ²

ABSTRACT

The objectives of this research article were to (1) to construct and assess the efficiency of learning activities based on Blended Learning to promote English listening and speaking proficiency for grade 6 students according to criteria 75/75 and (2) to compare English listening and speaking proficiency before and after using learning activities based on Blended Learning. The sample was 23 students in grade 6, semester 1, the academic Year 2022, Ban Leam Rang Rathbarmung School, Phichit province. They were selected by random sampling. The experimental model One Group Pretest-Posttest Design. The instruments used in the study were 1) learning activities and learning activities plans. 2) English listening and speaking proficiency assessment test. Data were analyzed with mean, standard deviation statistic, and t-test dependent.

The result of the study found that: Learning activities based on Blended Learning to promote English listening and speaking proficiency for grade 6 students were suitable in various elements of learning activity at the highest level, has an average of 4.82, and learning activities were as efficient as 75.41/77.78.

Students who studied by learning activities based on Blended Learning had a proficiency in English listening and speaking higher than before at the significant level of .05.

Keywords: Blended Learning, English Listening Proficiency, English Speaking Proficiency

บทนำ

ในสังคมโลกปัจจุบันการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในชีวิตประจำวัน เนื่องจากเป็นเครื่องมือสำคัญในการติดต่อสื่อสาร การศึกษา การแสวงหาความรู้ การประกอบอาชีพ การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรม และวิสัยทัศน์ของชุมชนโลก นำมาซึ่งมิตรไมตรีและความร่วมมือกับประเทศต่างๆ ช่วยพัฒนาผู้เรียนให้มีความเข้าใจตนเองและผู้อื่นดีขึ้น เรียนรู้และเข้าใจความแตกต่างของภาษาและวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี การคิด สังคม เศรษฐกิจ การเมือง การปกครอง มีเจตคติที่ดีต่อการใช้ภาษาต่างประเทศ และใช้ภาษาต่างประเทศเพื่อการสื่อสารได้ รวมทั้งเข้าใจองค์ความรู้ต่างๆ ได้ง่ายและกว้างขึ้น และมีวิสัยทัศน์ในการดำเนินชีวิต (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551) นอกจากนี้ กระทรวงศึกษาธิการยังมีนโยบายส่งเสริมสมรรถนะและทักษะการใช้ภาษาอังกฤษให้นักเรียนสามารถใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร และใช้เป็นเครื่องมือในการแสวงหาองค์ความรู้เพื่อการพัฒนาตนเองจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว กระทรวงศึกษาธิการจึงกำหนดนโยบายการปฏิรูปการเรียนการสอนภาษาอังกฤษในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานขึ้น เพื่อให้ทุกภาคส่วนได้ตระหนักถึงความจำเป็นที่จะต้องเร่งรัดปฏิรูปการเรียนการสอนภาษาอังกฤษและพัฒนานักเรียนให้มีสมรรถนะและทักษะตามที่กำหนด โดยปรับจุดเน้นการเรียนการสอนภาษาอังกฤษให้เป็นไปตามธรรมชาติของการเรียนรู้ เน้นการสื่อสารที่เริ่มจาก การฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน (กระทรวงศึกษาธิการ, 2557) จะเห็นได้ว่ากระทรวงศึกษาธิการได้กำหนดให้มีการจัดการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาษาอังกฤษโดยให้ผู้เรียนเรียนภาษาอังกฤษไว้ในหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐานอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ระดับประถมศึกษาถึงระดับมัธยมศึกษาซึ่งจะทำให้ผู้เรียนมีเจตคติที่ดีต่อภาษาอังกฤษสามารถใช้ภาษาอังกฤษสื่อสารในสถานการณ์ต่าง ๆ ใช้แสวงหาความรู้ ประกอบอาชีพ และศึกษาต่อในระดับสูงขึ้นส่งผลให้มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องราวและวัฒนธรรมอันหลากหลายของประชาคมโลก (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551)

ถึงแม้ว่าภาษาอังกฤษจะมีความสำคัญดังที่กล่าวข้างต้น และนักเรียนไทยจะเรียนภาษาอังกฤษอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ระดับประถมศึกษาถึงระดับมัธยมศึกษา แต่จากผลการทดสอบทางการศึกษาระดับชาตินขั้นพื้นฐาน (O-NET) ของนักเรียนทั้งระดับประถมศึกษาปีที่ 6 มัธยมศึกษาปีที่ 3 และมัธยมศึกษาปีที่ 6 ล้วนมีค่าเฉลี่ยคะแนนรายวิชาภาษาอังกฤษที่ลดลงจากปี 2563 โดยพบว่า คะแนนเฉลี่ยวิชาภาษาอังกฤษ สาระที่ 1 ภาษาเพื่อการสื่อสาร ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ปีการศึกษา 2564 มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด (34.52 คะแนน) เมื่อเทียบกับ สาระอื่นๆ และยังมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าร้อยละ 50 อีกด้วย (สถาบันทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติ, 2564) แสดงให้เห็นว่านักเรียนยังไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดีเท่าที่ควร ซึ่งการจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษในปัจจุบันยังพบปัญหาหลายอย่าง เช่น ไม่ได้

เน้นการพูดภาษาอังกฤษ จะเน้นแต่หลักไวยากรณ์ คำแปล และการอ่านเพื่อความเข้าใจและให้สอบเข้ามหาวิทยาลัยได้ เป็นส่วนใหญ่ จึงไม่เป็นที่ประสบความสำเร็จในการจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ และผู้เรียนคิดว่ายาก เรียนไปไม่ได้ ใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน และมีเจตคติที่ไม่ดีต่อภาษาอังกฤษ สิ่งที่จะต้องปรับปรุงอย่างมากในระบบการเรียน ภาษาอังกฤษของไทยเราคือ การทำให้ผู้เรียนได้มีโอกาสฟังและพูดภาษาอังกฤษ สื่อสารในชีวิตประจำวัน เพราะฉะนั้นการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษเฉพาะในชั้นเรียนอาจไม่เพียงพอ ครูผู้สอนจึงต้องจัดเตรียมประสบการณ์อื่น ๆ ให้แก่ผู้เรียนนอกชั้นเรียนให้ผู้เรียนได้มีโอกาสทำกิจกรรมที่หลากหลายและความรู้ใหม่ ๆ และทำให้ผู้เรียนเกิดความสุขเพลิดเพลินในการเรียนการสอน อันจะส่งผลให้ผู้เรียนเกิดความสนใจและเจตคติที่ดีต่อการเรียนวิชาภาษาอังกฤษมากขึ้น (แสงระวี ตอนแก้วบัว, 2558) สอดคล้องกับการศึกษาของ Brown (2005) พบว่าการที่นักเรียนมีความสามารถในการฟังและพูดภาษาอังกฤษในระดับต่ำอาจเกิดจากการขาดโอกาสในการฝึกพูดภาษาอังกฤษ เพราะเวลาเรียนในห้องเรียนค่อนข้างจำกัด สอดคล้องกับ ดุเลย์ และคณะ (Dulay et. al., 1982) กล่าวไว้ว่า โอกาสในการใช้ภาษาผ่านการฝึกฝนและการสนทนาในห้องเรียนเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ เพราะผู้เรียนอาจจะมีทักษะการใช้ภาษาเพียงแค่การสื่อสารในห้องเรียนแต่ยังขาดทักษะในการสื่อสารนี้ในบริบทอื่นในสถานการณ์จริงในการดำรงชีวิตในสังคม เช่นเดียวกับปัญหาการเรียนวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียน บ้านแหลมรัง “ราษฎร์บำรุง” สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพัชิตร์ เขต 2 ที่พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ยังไม่สามารถฟังและพูดภาษาอังกฤษได้ จากการสังเกตและการวิเคราะห์ข้อของผู้วิจัยพบว่า นักเรียนได้ฟังและพูดภาษาอังกฤษ เฉพาะการเรียนวิชาภาษาอังกฤษในห้องเรียนกับครูผู้สอนเท่านั้น เมื่อออกจากห้องเรียนไป หรือเรียนวิชาอื่น ๆ ก็ไม่ได้ฟังและพูดภาษาอังกฤษแล้ว จึงทำให้นักเรียนไม่ได้ฝึกฟังและพูดภาษาอังกฤษนอกเวลาเรียนเลย จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องจัดการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมความสามารถในการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารมากยิ่งขึ้น เพิ่มโอกาสในการใช้ภาษาผ่านการฝึกฝนและการสนทนากนห้องเรียน เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพตามมาตรฐานหลักสูตร การจัดการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมความสามารถในการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารนั้น จึงต้องอาศัยเทคนิควิธีการที่หลากหลาย ที่จะกระตุ้นความสนใจของผู้เรียน ให้อยากเรียนรู้ และได้ลงมือปฏิบัติด้วยตนเองอย่างแท้จริง สามารถเชื่อมโยงความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาวิธีการจัดการเรียนรู้ที่สามารถพัฒนาความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ พบว่า การจัดการเรียนรู้แบบผสมผสาน (Blended Learning) เป็นการจัดการเรียนการสอนที่ผสมผสานการเรียนในห้องเรียนที่เป็นแบบเผชิญหน้าระหว่างผู้เรียนและผู้สอน กับเรียนนอกห้องเรียนโดยผ่านกิจกรรมและเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เป็นรูปแบบการเรียนรู้ที่ยืดหยุ่น ที่น่าจะตอบสนองความแตกต่างระหว่างบุคคลของผู้เรียนทั้งด้านรูปแบบการเรียนรู้ รูปแบบการคิด ความสนใจ และความสามารถของผู้เรียนแต่ละคน (Bonk & Graham, 2004) การจัดการเรียนรู้แบบผสมผสานจึงน่าจะเป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยพัฒนาทักษะผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 (วิจารณ์ พานิช, 2556) ทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้ทุกแห่งทั้งในและนอกชั้นเรียน รวมถึงเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงข้อมูลการเรียนรู้และมีความยืดหยุ่นต่อผู้เรียนที่มีบริบทแตกต่างกันเป็นอย่างมาก (Graham, 2012) โดยการเรียนรู้แบบผสมผสานจะนำไปสู่การมอบหมายงานเฉพาะบุคคล ซึ่งเป็นเทคนิคที่สามารถนำไปสู่การเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น การเรียนรู้ส่วนบุคคลจะเน้นไปที่ความต้องการของผู้เรียน เนื่องจากผู้เรียนใช้เวลามากขึ้นกับแนวคิดที่ต้องการการฝึกฝนมากที่สุด ผู้เรียนจึงมีแนวโน้มที่จะเชี่ยวชาญมากขึ้นเมื่อเวลาผ่านไป (Horn, M.B., and Staker, H.) นอกจากนี้ความยืดหยุ่นเป็นข้อดีอีกอย่างหนึ่งของการเรียนรู้แบบผสมผสาน ภาระงานที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลางผู้เรียนสามารถทำงานให้เสร็จตามความเร็วของผู้เรียนเอง แทนที่จะทำตามความเร็วของชั้นเรียนทั้งห้อง ซึ่งหมายความว่าผู้เรียนสามารถทำงานได้ในอัตราที่สบายที่สุด ซึ่งเป็นประโยชน์สำหรับผู้เรียนทุกคน (Lynch, M., 2018) นอกจากนี้ ผู้เรียนในปัจจุบันจำนวนมากยังเป็นชาวดิจิทัล ซึ่งหมายความว่าพวกเขาเติบโตขึ้นมาโดยใช้เครื่องมือต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ตและสมาร์ทโฟนตั้งแต่อายุน้อย ผู้เรียนส่วนใหญ่พอใจกับสภาพแวดล้อมออนไลน์ และการมอบหมายงานสำหรับการเรียนรู้ทางไกลด้วยองค์ประกอบดิจิทัลบางอย่างอาจเป็นวิธีที่มีประโยชน์ในการเชื่อมต่อกับพวกเขา (Gallardo-Echenique, E.E., Marqués-Molíes, L., Bullen, M., and Strijbos, J., 2015) ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าการจัดการเรียนรู้แบบผสมผสานมุ่งให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้ดีที่สุดที่จะช่วยให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง มีการผสมผสานรูปแบบการเรียนแบบเผชิญหน้าและเทคโนโลยี ที่จะทำให้ผู้สอนและผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์กัน อีกทั้งยังเป็นการเรียนการสอนแบบออนไลน์ให้ผู้เรียนศึกษาค้นคว้าข้อมูลควบคู่ไปกับการฝึกปฏิบัติในห้องเรียน ครูผู้สอนลดบทบาทการสอนแต่จะช่วยในการคอยช่วยเหลือและแนะนำผู้เรียนได้ทั้งในและ

นอกห้องเรียน (บุญเลี้ยง ทุมทอง, 2559) สอดคล้องกับ ศิริรัตน์ เพ็ชรแสงศรี (2555) ที่ได้ศึกษาการเรียนแบบผสมผสานและการประยุกต์ใช้พบว่า การนำการเรียนแบบผสมผสานไปประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอน ส่วนใหญ่มีแนวโน้มในทางที่ดี คือสามารถแก้ปัญหาอุปสรรคในการเรียน โดยเฉพาะการเรียนในทศวรรษที่ 21 ที่ต้องการพัฒนาบุคคลในสังคมอนาคต สอดคล้องกับ Waheeb S. Albiladi (2019) ที่พบว่า การจัดการเรียนรู้แบบผสมผสานสามารถพัฒนาทักษะทางภาษา ส่งเสริมสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ และส่งเสริมแรงจูงใจของนักเรียนที่มีต่อการเรียนภาษาอีกด้วย การจัดการเรียนการสอนแบบผสมผสานจะช่วยให้ผู้เรียนสามารถเข้าถึงภาษาอังกฤษได้ตลอดเวลาทั้งในและนอกห้องเรียนช่วยเพิ่มศักยภาพในการฟังและพูดภาษาอังกฤษ เนื่องจากผู้เรียนสามารถฟังและพูดได้จากสื่อการเรียนการสอนจากเจ้าของภาษา ได้ออกเสียงตามเจ้าของภาษาอย่างแท้จริงทำให้ผู้เรียนเกิดความคุ้นชินในภาษาและผู้เรียนได้เรียนรู้วัฒนธรรมของเจ้าของภาษาพร้อมอีกด้วย

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงได้พัฒนากิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสาน เพื่อส่งเสริมความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เพื่อให้ผู้เรียนมีโอกาสฝึกฝนฟังและพูดภาษาอังกฤษได้ทุกที่ทุกเวลา เรียนรู้ได้ด้วยตนเองทั้งในและนอกห้องเรียน สามารถใช้ภาษาอังกฤษสื่อสารในสถานการณ์ต่าง ๆ ใช้แสวงหาความรู้ประกอบอาชีพ และศึกษาต่อในระดับสูงขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสร้างและประเมินประสิทธิภาพกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานเพื่อส่งเสริมความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ตามเกณฑ์ 75/75
2. เพื่อเปรียบเทียบความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษก่อนเรียนและหลัง เรียนด้วยกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานเพื่อส่งเสริมความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการโดยใช้กระบวนการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสร้างและประเมินประสิทธิภาพกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสาน เพื่อส่งเสริมความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ตามเกณฑ์ 75/75

1. กลุ่มเป้าหมาย

- 1.1 ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้
- 1.2 นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ที่กำลังศึกษาในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2565 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพิจิตร เขต 2 เพื่อประเมินประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- 2.1 กิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสาน เพื่อส่งเสริมความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6
- 2.2 แบบประเมินความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 การประเมินความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้ ดำเนินการโดย ติดต่อประสานงานกับบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อออกหนังสือขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ไปยังผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน นำแบบประเมินความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้ส่งให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ตรวจสอบความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้

3.2 การประเมินประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการประเมินประสิทธิภาพนวัตกรรมการศึกษาของ รัตนะ บัวสนธ์ ดำเนินการโดย นำกิจกรรมการเรียนรู้ไปประเมินประสิทธิภาพแบบหนึ่งต่อหนึ่ง (1:1) โดยใช้กับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนบ้านบึงทับจั่น “ทศอุปถัมภ์” จำนวน 3 คน ได้แก่ นักเรียนที่มีลักษณะสูงปานกลาง และต่ำกว่าปานกลาง โดยคัดเลือกจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาภาษาอังกฤษในระดับชั้นประถมศึกษาปี

ที่ 5 ของนักเรียน เพื่อตรวจสอบกิจกรรมการเรียนรู้ ด้านภาษา เวลา และสื่อที่ใช้ในการทำกิจกรรม หาข้อบกพร่อง และปรับปรุงแก้ไข จากนั้นนำกิจกรรมการเรียนรู้ที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปประเมินประสิทธิภาพแบบกลุ่มเล็ก (1:3) โดยใช้ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนบ้านบึงทับจั่น “ทศอุปถัมภ์” จำนวน 9 คน ได้แก่ นักเรียนที่มีลักษณะสูง 3 คน ปานกลาง 3 คน และต่ำกว่าปานกลาง 3 คน เพื่อประเมินประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้ ตามเกณฑ์ 75/75

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้โดยนำผลการประเมินความเหมาะสมของ กิจกรรมการเรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำค่าเฉลี่ยไปเทียบกับ เกณฑ์การแปลความหมาย โดยกำหนดเกณฑ์พิจารณาความเหมาะสมจะต้องมีค่าเฉลี่ย 3.51 ขึ้นไป และส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐานไม่เกิน 1.00 คะแนน จึงถือว่ากิจกรรมการเรียนรู้มีความเหมาะสม

4.2 วิเคราะห์ผลการประเมินประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้ โดยนำคะแนนจากการทดลองใช้กิจกรรม การเรียนรู้กับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนบ้านบึงทับจั่น “ทศอุปถัมภ์” จำนวน 9 คน มาคำนวณโดยใช้สูตร การหาประสิทธิภาพ E1/E2 ของ รัตนะ บัวสนธิ์ โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากโปรแกรมสำเร็จรูป

ขั้นตอนที่ 2 การเปรียบเทียบความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ ก่อนและหลังการจัดกิจกรรมการ เรียนรู้แบบผสมผสาน สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6

1. แหล่งข้อมูล

1.1 ประชากร ได้แก่ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ปีการศึกษา 2565 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาพิจิตร เขต 2

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนบ้านแหลมรัง “ราษฎร์บำรุง” ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2565 จำนวน 23 คน ได้มาโดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้ห้องเรียนเป็น หน่วยในการสุ่ม โดยเป็นห้องเรียนที่นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนภาษาอังกฤษในระดับต่ำ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 กิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสาน เพื่อส่งเสริมความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6

2.2 แบบทดสอบวัดความสามารถในการฟังภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นแบบทดสอบอิงเกณฑ์ ประเมิน 4 ตัวเลือก จำนวน 20 ข้อ คะแนนเต็ม 20 คะแนน ประกอบด้วยเนื้อหา 3 หัวข้อเรื่อง ได้แก่ หัวข้อที่ 1 What food do you like? หัวข้อที่ 2 How to make และหัวข้อที่ 3 At the restaurant โดยให้นักเรียนฟังคำถามจากครูและ/หรือคลิปเสียงเจ้าของ ภาษาจากนั้นจึงเลือกคำตอบที่ถูกต้อง โดยในการทำแบบทดสอบ ให้นักเรียนเข้าทำแบบทดสอบผ่านเว็บไซต์ Google classroom โดยมีเวลาในการทำแบบทดสอบ 30 นาที

2.3 แบบวัดความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ ประกอบด้วยเกณฑ์การประเมินความสามารถในการพูด 4 ด้าน โดยปรับปรุงจาก Clark (1972) ได้แก่ การออกเสียง คำศัพท์ ไวยากรณ์ ความคล่องแคล่ว คะแนนเต็ม 16 คะแนน โดยให้นักเรียนจับสลากหัวข้อเรื่อง คนละ 2 หัวข้อ ได้แก่ หัวข้อที่ 1 What food do you like? หัวข้อที่ 2 How to make หัวข้อที่ 3 At the restaurant จากนั้นให้นักเรียนเตรียมตัวฝึกพูดตามหัวข้อที่ได้รับ เป็นเวลา 5 นาที นักเรียน พูดคุย ถาม ตอบ กับครูตามหัวข้อเรื่องที่นักเรียนแต่ละคนได้รับ โดยใช้เวลาคนละไม่เกิน 5 นาที ครูให้คะแนนตามเกณฑ์ ที่กำหนดในแบบวัด

3. สมมติฐานการวิจัย

นักเรียนที่เรียนด้วยกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสาน มีความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการตามรูปแบบ One Group Pretest-Posttest Design เป็นการศึกษาทดลองโดยใช้กลุ่มตัวอย่างกลุ่ม เดียว มีการเก็บข้อมูล 2 ครั้ง ได้แก่ ก่อนเรียน และหลังเรียน

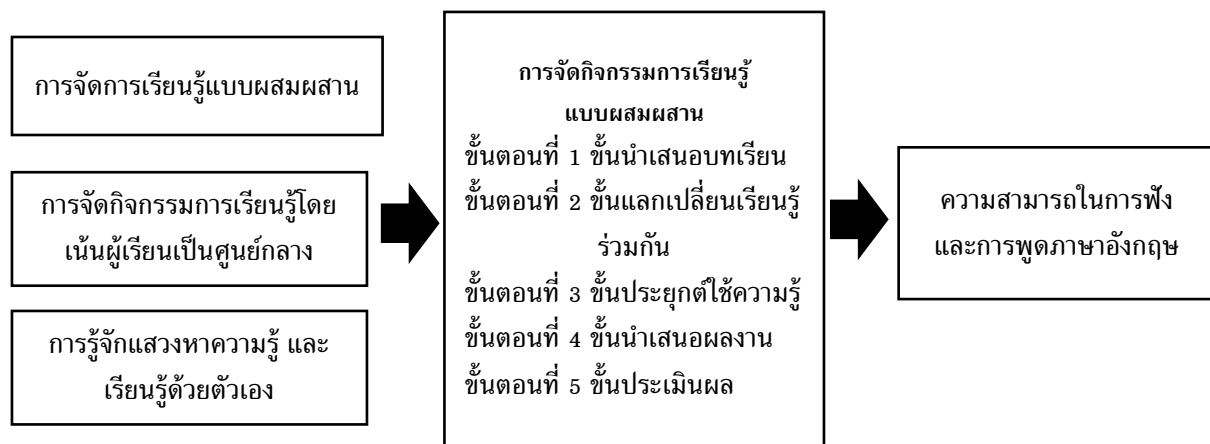
4.1 ทดสอบก่อนเรียนด้วยแบบทดสอบวัดความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ

- 4.2 จัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานตามแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ จำนวน 3 เรื่อง ได้แก่
 1) What food do you like? 2) How to make 3) At the restaurant ระยะเวลาในการสอนรวม 12 ชั่วโมง
 4.3 ทดสอบหลังเรียนด้วยแบบทดสอบวัดความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

นำคะแนนความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษก่อนและหลังเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ที่เป็นกลุ่มทดลองมาหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบโดยใช้สถิติแบบ (t-test Dependent)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. ผลการสร้างและประเมินประสิทธิภาพกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสาน เพื่อส่งเสริมความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ตามเกณฑ์ 75/75 ผู้วิจัยศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากนั้นสร้างกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสาน แล้วนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ตรวจสอบความถูกต้องและแก้ไขตามคำแนะนำ จากนั้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คนพิจารณาความเหมาะสม ปรับปรุงแก้ไข และนำไปทดสอบประสิทธิภาพ โดยมีข้อสรุป ดังนี้

1.1 ผลการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสาน เพื่อส่งเสริมความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ผู้วิจัยสร้างกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสาน เพื่อส่งเสริมความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 ขั้นนำเสนอบทเรียน ขั้นตอนที่ 2 ขั้นแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ขั้นตอนที่ 3 ขั้นประยุกต์ใช้ความรู้ ขั้นตอนที่ 4 ขั้นนำเสนอผลงาน และขั้นตอนที่ 5 ขั้นประเมินผล มีเนื้อหาจำนวน 3 เรื่อง ได้แก่ เรื่องที่ 1 What food do you like? เรื่องที่ 2 How to make เรื่องที่ 3 At the restaurant ซึ่งแต่ละเรื่องใช้เวลาในการจัดกิจกรรม 4 ชั่วโมง รวมทั้งสิ้น 12 ชั่วโมง

1.2 ผลการพิจารณาความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน พบว่า กิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสาน มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.82$, S.D. = 0.39)

1.3 ผลการพิจารณาความเหมาะสมของแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน พบว่า แผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสาน มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.87$, S.D. = 0.34)

1.4 ผลการประเมินประสิทธิภาพแบบหนึ่งต่อหนึ่ง (1:1) พบว่า ภาษา เวลา และสื่อที่ใช้ในกิจกรรมการเรียนรู้ มีความเหมาะสม แต่สื่อมีเรียงลำดับก่อนหลังยังไม่ชัดเจน จึงปรับเรียงและจัดวางตามลำดับที่จะให้ผู้เรียนได้เรียนรู้

1.5 ผลการประเมินประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสาน เพื่อส่งเสริมความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ตามเกณฑ์ 75/75 พบว่า กิจกรรมการเรียนรู้มีประสิทธิภาพเท่ากับ 75.41/77.78 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสาน เพื่อส่งเสริมความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ตามเกณฑ์ 75/75

ร้อยละของคะแนนเฉลี่ยระหว่างการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ (คะแนนเต็ม 108)				ร้อยละของคะแนนจากการทดสอบ กิจกรรมหลังเรียน
คะแนน	ครั้งที่ 1 (36 คะแนน)	ครั้งที่ 2 (36 คะแนน)	ครั้งที่ 3 (36 คะแนน)	การทดสอบหลังเรียน (คะแนนเต็ม 52)
คะแนนเฉลี่ย	26.78	27.22	27.44	40.44
คะแนนเฉลี่ยร้อยละ	74.38	75.62	76.23	77.78
ประสิทธิภาพกระบวนการ = 76.11				ประสิทธิภาพผลลัพธ์ = 78.22
$E1/E2 = 76.11/78.22$				

2. ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษก่อนและหลังเรียนด้วยกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสาน เพื่อส่งเสริมความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ผลการวิจัย พบว่า

ความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษหลังเรียนด้วยกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษก่อนเรียนและหลังเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 23 คน

การทดสอบ	n	$\bar{X}$	S.D.	D	S.D. _D	t	Sig.(1-tailed)
ก่อนเรียน	23	13.04	3.18	27.52	2.04	64.46*	0.0000
หลังเรียน	23	40.57	2.19				

* $p \geq .05$

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัย เรื่อง การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสาน เพื่อส่งเสริมความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ผู้วิจัยนำมาอภิปรายผล ดังนี้

การสร้างและประเมินประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสาน เพื่อส่งเสริมความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ตามเกณฑ์ 75/75 จากผลการวิจัยพบว่า กิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสาน เพื่อส่งเสริมความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ได้ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ผลการพิจารณาความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้พบว่ามีเหมาะสมในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.82$, S.D. = 0.39) และผลการพิจารณาความเหมาะสมของแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้พบว่ามีเหมาะสมในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.87$, S.D. = 0.34) ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้วิจัยได้พัฒนากิจกรรมการเรียนรู้อย่างเป็นระบบ ดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ตามขั้นตอนที่มีความน่าเชื่อถือ โดยผู้วิจัยได้ศึกษา วิเคราะห์แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานและการพัฒนาความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ แล้วจึงออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ และจัดทำแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ แล้วนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขอคำแนะนำ และ

ปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม จากนั้นจึงนำกิจกรรมการเรียนรู้เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน พิจารณาความเหมาะสมจึงทำให้กิจกรรมการเรียนรู้และแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด จากนั้นจึงนำกิจกรรมการเรียนรู้ไปประเมินประสิทธิภาพตามขั้นตอนการประเมินประสิทธิภาพของ รัตนะ บัวสนธ์ (2556) ซึ่งพบว่า กิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานมีประสิทธิภาพ เท่ากับ 75.41/77.78 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ 75/75 ที่กำหนดไว้ สอดคล้องกับการวิจัยของ สุจินันท์ พิมพิภบาล และ ราชน มีศรี (2564) ได้ศึกษา ผลของการใช้โมเดลการเรียนรู้แบบหมุนเวียนฐานในรูปแบบการเรียนรู้แบบผสมผสานต่อความสามารถด้านการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนไทยระดับประถมศึกษาที่เรียนภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศ ที่พบว่ามีประสิทธิภาพเท่ากับ 87.85/86.08 และ ลภัสपालิน ใจธรรม (2558) ได้ศึกษาการเรียนรู้แบบผสมผสานกรณีศึกษา : โรงเรียนศิริวังวิทยาคาร ผลการวิจัยพบว่า กิจกรรมการเรียนรู้ผสมผสาน มีประสิทธิภาพ 81.74/83.13 เช่นเดียวกับ ลภัสपालิน ใจธรรม (2558) ได้ศึกษาการเรียนรู้แบบผสมผสานกรณีศึกษา : โรงเรียนศิริวังวิทยาคาร ผลปรากฏว่า สื่อการเรียนการสอนมีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์ 81.74/83.13 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์เช่นกัน

ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษก่อนและหลังการจัดกิจกรรมเรียนรู้แบบผสมผสาน เพื่อส่งเสริมความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 จากผลการวิจัย พบว่า นักเรียนมีความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากการจัดการเรียนรู้แบบผสมผสาน เป็นกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เน้นให้ผู้เรียนได้รู้จักศึกษาหาความรู้ด้วยตนเอง รู้จักเรียนรู้ด้วยตนเอง เป็นการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ผสมผสานการเรียนในห้องเรียนที่เป็นแบบเผชิญหน้าระหว่างผู้เรียนและผู้สอน กับเรียนนอกห้องเรียนโดยผ่านกิจกรรมและเว็บไซต์ต่าง ๆ โดยครูผู้สอนมอบหมายให้นักเรียนศึกษาบทเรียนออนไลน์บนเว็บไซต์ จากนั้นให้นักเรียนมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในชั้นเรียนและประยุกต์ใช้ความรู้โดยปฏิบัติกิจกรรมจากบทเรียนออนไลน์ โดยครูมีหน้าที่ช่วยเหลือและตอบข้อซักถามของนักเรียน ชี้แนะในประเด็นที่นักเรียนสงสัย จนนักเรียนสามารถปฏิบัติกิจกรรมสำเร็จ ลุล่วงไปตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ จากนั้นให้นักเรียนนำเสนอผลงานลงบนเว็บไซต์ ซึ่งการเรียนแบบผสมผสานนี้มีความยืดหยุ่นทั้งทางด้านเวลาในการฝึกฟังและพูดภาษาอังกฤษ การคิดและทำภาระงานต่าง ๆ โดยผู้เรียนสามารถใช้เวลากับการฝึกฝนทางภาษาและการทำภาระงานให้เสร็จสิ้นได้มากที่สุด ตามความสามารถและความสนใจของผู้เรียนแต่ละคน สอดคล้องกับ Bonk & Graham (2004) ที่กล่าวว่า การเรียนแบบผสมผสาน เป็นการจัดการเรียนการสอนที่ผสมผสานการเรียนในห้องเรียนที่เป็นแบบเผชิญหน้าระหว่างผู้เรียนและผู้สอน กับเรียนนอกห้องเรียนโดยผ่านกิจกรรมและเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เป็นรูปแบบการเรียนรู้ที่ยืดหยุ่น ที่น่าจะตอบสนองความแตกต่างระหว่างบุคคลของผู้เรียนทั้งด้านรูปแบบการเรียน รูปแบบการคิด ความสนใจ และความสามารถของผู้เรียนแต่ละคน เช่นเดียวกับ วิจารย์ พานิช (2556) ได้กล่าวไว้ว่า การจัดการเรียนรู้แบบผสมผสานจึงน่าจะเป็นวิธีการหนึ่งที่จะพัฒนาทักษะผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 สอดคล้องกับ Graham (2012) ที่กล่าวว่า การเรียนแบบผสมผสานทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้ทุกแห่งทั้งในและนอกชั้นเรียน รวมถึงเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงข้อมูลการเรียนรู้และมีความยืดหยุ่นต่อผู้เรียนที่มีบริบทแตกต่างกันเป็นอย่างมาก เช่นเดียวกับที่ Horn, M.B., and Staker, H. (2011) ที่กล่าวว่า การเรียนแบบผสมผสานจะนำไปสู่การมอบหมายงานเฉพาะบุคคล ซึ่งเป็นเทคนิคที่สามารถนำไปสู่การเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น การเรียนรู้ส่วนบุคคลจะเน้นไปที่ความต้องการของผู้เรียน เนื่องจากผู้เรียนใช้เวลามากขึ้นกับแนวคิดที่ต้องการการฝึกฝนมากที่สุด ผู้เรียนจึงมีแนวโน้มที่จะเชี่ยวชาญมากขึ้นเมื่อเวลาผ่านไป จึงกล่าวได้ว่า การเรียนรู้แบบผสมผสาน ทำให้ผู้เรียนได้ใช้เวลาฝึกฝนฟังและพูดมากที่สุด ผู้เรียนจึงมีแนวโน้มที่จะเชี่ยวชาญในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษมากขึ้นเมื่อเวลาผ่านไป การนำการเรียนแบบผสมผสานไปประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอน ส่วนใหญ่มีแนวโน้มในทางที่ดี คือสามารถแก้ปัญหาอุปสรรคในการเรียน โดยเฉพาะการเรียนในศตวรรษที่ 21 ที่ต้องการพัฒนาบุคคลในสังคมอนาคต (ศิริรัตน์ เพ็ชรแสงศรี, 2555) การจัดการเรียนรู้แบบผสมผสานสามารถพัฒนาทักษะทางภาษา ส่งเสริมสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ และส่งเสริมแรงจูงใจของนักเรียนที่มีต่อการเรียนภาษาอีกด้วย การจัดการเรียนการสอนแบบผสมผสานจะช่วยให้ผู้เรียนสามารถเข้าถึงภาษาอังกฤษได้ตลอดเวลาทั้งในและนอกห้องเรียนช่วยเพิ่มศักยภาพในการฟังและพูดภาษาอังกฤษ เนื่องจากผู้เรียนสามารถฟังและพูดได้จากสื่อการเรียนการสอนจากเจ้าของภาษา ได้ออกเสียงตามเจ้าของภาษาอย่างแท้จริงทำให้ผู้เรียนเกิดความคุ้นชินในภาษาและผู้เรียนได้เรียนรู้วัฒนธรรมของเจ้าของภาษาพร้อมอีกด้วย (Waheeb S. Albiladi,

2019) สอดคล้องกับ Sherina Lim. (2559) สุจินันท์ พิมพ์ภิบาล และ ราเชน มีศรี (2564) ที่พบว่า กิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานช่วยให้ความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนดีขึ้นได้

นอกจากนี้ จากการสอบถามนักเรียนชั้นศึกษาปีที่ 6 ที่เรียนด้วยกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสาน พบว่า นักเรียนรู้สึกผ่อนคลาย มีความเครียดน้อยลง และชอบที่การเรียนการสอนมีความยืดหยุ่น ได้มีเวลาในการฝึกฟังและพูดภาษาอังกฤษมากขึ้น ซึ่งการเรียนแบบเดิมนักเรียนจะต้องเรียนและรีบเร่งทำงานให้เสร็จสิ้นในคาบเรียน จึงทำให้ไม่มีเวลามากพอในการฝึกฝนการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ มีเวลาน้อยในการทำความเข้าใจเนื้อหา ดังนั้นจึงสรุปว่าการเรียนในรูปแบบผสมผสานจึงดีกว่าการเรียนแบบเดิม สอดคล้องกับ ลภัสपालิน ใจธรรม (2558) ได้ศึกษาการเรียนรู้แบบผสมผสานกรณีศึกษา : โรงเรียนศิริวังวิทยาคาร พบว่า นักเรียนที่ได้รับการจัดการเรียนการสอนแบบผสมผสาน มีความพึงพอใจต่อการใช้ระบบ e-learning อยู่ในระดับมากที่สุด เช่นเดียวกับ สุจินันท์ พิมพ์ภิบาล และ ราเชน มีศรี (2564) ได้ศึกษา ผลของการใช้โมเดลการเรียนรู้แบบหมุนเวียนฐานในรูปแบบการเรียนแบบผสมผสานต่อความสามารถด้านการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนไทยระดับประถมศึกษาที่เรียนภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศ พบว่า แรงจูงใจในการเรียนภาษาอังกฤษของกลุ่มตัวอย่างสูงกว่าก่อนที่จะได้รับการเรียนการสอนภาษาอังกฤษโดยใช้โมเดลการเรียนรู้แบบหมุนเวียนฐานในแนวคิดการเรียนรู้แบบผสมผสาน นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติอยู่ในระดับที่ดี ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าโมเดลการเรียนรู้แบบหมุนเวียนฐานในแนวคิดการเรียนรู้แบบผสมผสานสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษาได้ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า กิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสาน นอกจากช่วยส่งเสริมความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษแล้ว ยังช่วยให้ผู้เรียนมีทัศนคติที่ดีต่อการเรียนวิชาภาษาอังกฤษอีกด้วย

องค์ความรู้ใหม่

การจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานช่วยส่งเสริมความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษของผู้เรียนได้เป็นอย่างดี เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่เน้นให้ผู้เรียนได้รู้จักศึกษาหาความรู้ด้วยตนเอง รู้จักเรียนรู้ด้วยตนเอง เป็นการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ผสมผสานการเรียนในห้องเรียนที่เป็นแบบเผชิญหน้าระหว่างผู้เรียนและผู้สอน กับการเรียนนอกห้องเรียนโดยผ่านกิจกรรมและเว็บไซต์ต่าง ๆ โดยครูผู้สอนมอบหมายให้ผู้เรียนศึกษาบทเรียนออนไลน์บนเว็บไซต์ จากนั้นจึงมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในชั้นเรียน ประยุกต์ใช้ความรู้โดยปฏิบัติกิจกรรมจากบทเรียนออนไลน์และนำเสนอผลงานลงบนเว็บไซต์ โดยครูมีหน้าที่ช่วยเหลือและตอบข้อซักถาม ชี้แนะในประเด็นที่ผู้เรียนสงสัย จนผู้เรียนสามารถปฏิบัติกิจกรรมสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ ซึ่งการเรียนแบบผสมผสานนี้มีความยืดหยุ่นทั้งทางด้านเวลาในการฝึกฟังและพูดภาษาอังกฤษ การคิดและทำภาระงานต่าง ๆ โดยผู้เรียนสามารถใช้เวลากับการฝึกฝนทางภาษาและการทำภาระงานให้เสร็จสิ้นได้มากที่สุด ตามความสามารถและความสนใจของผู้เรียนแต่ละคน ทำให้ผู้เรียนผ่อนคลาย และเครียดน้อยลง เพราะได้มีเวลาในการฝึกฟังและพูดภาษาอังกฤษมากกว่าการเรียนแบบเดิม ส่งผลให้ความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษของผู้เรียนเพิ่มขึ้น และยังช่วยให้ผู้เรียนมีทัศนคติที่ดีต่อการเรียนวิชาภาษาอังกฤษอีกด้วย

สรุปผลการวิจัย

กิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสาน เพื่อส่งเสริมความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 ชื่อนำเสนอบทเรียน ขั้นที่ 2 ชื่อนำเสนอแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ขั้นที่ 3 ชื่อนำเสนอประยุกต์ใช้ความรู้ ขั้นที่ 4 ชื่อนำเสนอผลงาน ขั้นที่ 5 ชื่อนำเสนอประเมินผล โดยมีเนื้อหาของกิจกรรมการเรียนรู้ จำนวน 3 เรื่อง ได้แก่ เรื่องที่ 1 What food do you like? เรื่องที่ 2 How to make และเรื่องที่ 3 At the restaurant ซึ่งพบว่า กิจกรรมการเรียนรู้มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.82$, S.D. = 0.39) และมีประสิทธิภาพเท่ากับ 75.41/77.78 ความสามารถในการฟังและการพูดภาษาอังกฤษหลังเรียนด้วยกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ครูผู้สอนควรเตรียมความพร้อมโดยศึกษาและทำความเข้าใจลำดับขั้นตอนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ และเนื้อหาในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้ชัดเจน เพื่อที่จะได้เตรียมผู้เรียน เนื้อหา สื่อการสอน แหล่งเรียนรู้ ให้พร้อมก่อนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ เพื่อให้การจัดกิจกรรมการเรียนรู้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

1.2 ครูผู้สอนจึงควรจัดเตรียมเนื้อหาบนเว็บไซต์ให้ครบถ้วน ตรวจสอบความพร้อมในเรื่องอุปกรณ์การเรียนออนไลน์ของตนเอง รวมถึงผู้เรียน และสัญญาณอินเทอร์เน็ต ก่อนที่จะจัดกิจกรรมการเรียนรู้ และควรอธิบายขั้นตอนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้ผู้เรียนเข้าใจก่อนจัดกิจกรรมการเรียนรู้

1.3 ครูผู้สอนควรมีความยืดหยุ่นเรื่องเวลาที่ใช้ในการจัดกิจกรรมการฝึกใช้ภาษา เนื่องจากการฝึกทักษะภาษาทั้งการฝึกฟัง พูด อ่าน หรือเขียน ผู้เรียนแต่ละคนต้องการเวลาฝึกฝนและมีพัฒนาการที่แตกต่างกัน

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาการใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานเพื่อส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 เช่น ทักษะการเรียนรู้ ทักษะการคิดสร้างสรรค์ ทักษะความร่วมมือและการทำงานเป็นทีม

2.2 ควรศึกษาการนำกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานไปใช้กับรายวิชาอื่น ๆ เช่น วิทยาศาสตร์ ดนตรี ภาษาไทย เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). *หลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน*. กรุงเทพฯ: ครูสภาลาดพร้าว.
- _____. (2557). *แนวปฏิบัติตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องนโยบายการปฏิรูปการเรียนการสอน ภาษาอังกฤษ*. กรุงเทพฯ: จามจุรีโปรดักส์.
- บุญเลี้ยง ทมทอง. (2559). *ทฤษฎีและการพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ทริบเพิล เอ็ดดูเคชั่น.
- รัตนะ บัวสนธ์. (2556). *การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมการศึกษา*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คำสมัย.
- ลักสาลีณ ใจธรรม. (2558). *การเรียนรู้แบบผสมผสานกรณีศึกษา : โรงเรียนศิริวังวิทยาคาร*. (สารนิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร).
- วิจารณ์ พานิช. (2556). *สนุกกับการเรียนในศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสยามกัมมาจล.
- ศิริรัตน์ เพ็ชรแสงศรี. (2555). บทความปริทัศน์ การเรียนแบบผสมผสาน และการประยุกต์ใช้. *วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม*, 11(1), 1-5.
- สถาบันทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติ. (2564). *ผลทดสอบกลุ่มสาระการเรียนรู้ (วิชาภาษาอังกฤษ) ระดับประเทศ ปีการศึกษา 2564*. สืบค้น 5 มกราคม 2565. จาก <https://www.niets.or.th/th/>.
- สุจินันท์ พิมพ์ภิบาล และ ราชน มีศรี. (2564). ผลของการใช้โมเดลการเรียนรู้แบบหมุนเวียนฐานในรูปแบบการเรียนแบบผสมผสานต่อความสามารถด้านการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนไทยระดับประถมศึกษาที่เรียนภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศ. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์ทางการศึกษา*, 16(2), 1-14.
- แสงระวี ดอนแก้วบัว. (2558). *ภาษาศาสตร์สำหรับครูสอนภาษาอังกฤษ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Bonk, C.J., & Graham, C.R. (2004). *Handbook of blended learning: global perspectives*. San Francisco, CA: Pfeiffer publishing.
- Brown, H.D. (2005). *Teaching by principles and interactive approach to language pedagogy*. New Jersey. Prentice Hall Regents.
- Clark, J.L.D. (1972). *Foreign Language Testing : Theory and Practice*. Philadelphia: Center for Curriculum Development.
- Dulay, H., Burt, M. and Krashen, S. (1982). *Language two*. New York: Oxford University Press.

- Gallardo-Echenique, E. E., Marqués-Molíás, L., Bullen, M., & Strijbos, J.-W. (2015). Let's talk about digital learners in the digital era. *The International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 16(3), 156–187.
- Graham , C.R. (2012). *Introduction to Blended Learning*. Retrieved 5 January 2022. from http://www.media.wiley.com/product_data/excerpt/86/C.pdf.
- Horn, M. B., & Staker, H. (2011). The rise of K–12 blended learning. *Innosight institute*, 5(1), 1–17.
- Matthew Lynch. (2018). *5 Major Benefits of Blended Learning*. Retrieved 5 January 2022. from <https://www.edweek.org/education/opinion-5-major-benefits-of-blended-learning/2018/05>.
- Sherina Lim. (2015). *A case study of Staytion Rotation Model Blended in Traditional ELT Listening and Speaking Class at Phayao Pittayakhom School*. (Master of Arts, Mae Fha Luang University).
- Waheeb S. Albiladi. (2019). Blended Learning in English Teaching and Learning: A Review of the Current Literature. *Journal of Language Teaching and Research*, 10(2), 232–238.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภค ในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19

FACTORS AFFECTING THE DECISION TO CHOOSE THE SERVICE AIRBOAT KITCHEN RESTAURANT SERVICE IN THE SITUATION OF THE COVID-19

พรชัย พิชิตชาญชัยสกุล^{1*} วรศักดิ์ ทองศิริ² ภัทธฤทัย เกณิกาสมานวรคุณ³

Pornchai Pichitchanchaisakul¹ Warrasak Thongsiri² Phatthararuethai Kenikasahmanworakhun³

¹ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยทองสุข ^{2,3} คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยทองสุข

¹ Master of Business Administration, Thongsook College ^{2,3} Faculty of Business Administration, Thongsook College

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 (2) ความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบิน ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบิน กลุ่มตัวอย่าง 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 21-30 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และมีอาชีพพนักงานเอกชน ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ความสัมพันธ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบิน พบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณ พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ มีค่าเท่ากับ .476 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 และสมการพยากรณ์ร้อยละ 42.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบิน พบว่า มีความสอดคล้องในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

คำสำคัญ: ปัจจัยการตัดสินใจ, เลือกใช้บริการ, ร้านอาหาร, ครัวเรือบิน, สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19

* E-mail address: lekratee.g079@gmail.com ¹ wt_engineering@yahoo.com ² oilpunpun2522@gmail.com ³

ABSTRACT

The objectives of this research article were to study (1) factors affecting consumers' decision to use the airline kitchen restaurant service in the situation of the COVID-19; (2) relationship marketing mix factors affecting the decision to use the airline kitchen restaurant service, the population used in the study was Consumers who choose to use the airline kitchen restaurant, sample of 400 people, research tools are questionnaire; the statistics used the data analysis were percentage, mean, standard deviation and correlation coefficient analysis and test hypothesis by analyzing multiple regressions.

The result of the study found that: The results of the study found that most of the respondents were male, aged 21-30 years, with education below a bachelor's degree, an average monthly income of 10,001-20,000 baht, and a career as a private employee. The results of the analysis of factors affecting consumers' decision to use the restaurant service in the situation of the Covid-19 epidemic, overall, it was at a high level.

The correlation of marketing mix factors affecting the decision to choose the service of the airboat kitchen restaurant was found to be in the same direction statistically significant at 0.00, the results of the analysis of the relationship between the consumer's decision to use the airline family restaurant by using the multiple regression method revealed that the multiple correlation coefficient (R) was .476 with a statistical significance at the 0.00 level and the equation Forecast 42.3%, hypothesis test results from the decision to choose the service of the airboat kitchen restaurant was found to be consistent in the same direction statistically significant at 0.00.

Keywords: Decision Factors, Service Selection, Restaurant, Airboat Kitchen, COVID-19 Epidemic

บทนำ

สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโรคโควิด 19 (Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) ได้แพร่อย่างรวดเร็วและกว้างขวางไปหลายประเทศทั่วโลกซึ่งมีผู้ติดเชื้อและเสียชีวิตเป็นจำนวนมาก ประกอบกับองค์การอนามัยโลกได้ประกาศให้การระบาดของโรคโควิด 19 เป็นการระบาดใหญ่ (Pandemic) ประเทศไทยมีความเสี่ยงอย่างยิ่งที่จะเกิดการติดต่อของโรคโควิด 19 การระบาดส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย เช่น โรงแรม ร้านอาหาร บริษัททัวร์ และร้านขายของที่ระลึก (ศุภนิภา ธารัตนสุวรรณ, 2563) คาดว่าธุรกิจร้านอาหารในปีพ.ศ. 2563 มีความเสี่ยงมากขึ้นที่จะทรุดตัวหรืออาจหืดหัวจากปีพ.ศ. 2562 โดยมีมูลค่าตลาดอยู่ที่ราว 4 แสนล้านบาท หากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ไม่คลี่คลายเร็วเพราะไม่ใช่เพียงมีผลต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านเท่านั้น แต่ยังซ้ำเติมความอ่อนแอของกำลังซื้อครัวเรือนต่อเนื่องจากปีก่อนหน้า เพราะภาวะชะงักงันของธุรกิจที่มีห่วงโซ่การผลิตเชื่อมโยงกันทั่วโลกและจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ลดลง นอกจากนี้ธุรกิจยังเผชิญปัจจัยท้าทายที่ต่อเนื่องจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่รวดเร็วจนมีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค และการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้น ประกอบกับแนวโน้มต้นทุนการผลิตที่มีค่าที่ขยับสูงขึ้นด้วย จึงนับเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการพบกับความท้าทายพอสมควร (ศุภนิภา ธารัตนสุวรรณ, 2563)

การระบาดระลอกที่ 3 ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อร้านอาหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเภทร้านอาหารที่ให้บริการอย่างเต็มรูปแบบ (full-service restaurant) มีร้านอาหารกว่าหลายร้านที่ต้องปิดตัวลงไม่ว่าจะโดยชั่วคราวหรือถาวรในช่วงที่ผ่านมา เนื่องด้วยมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดที่จำเป็นต้องทำตั้งแต่ต้นเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2564 ที่ห้ามการรับประทานอาหารภายในร้านและจำกัดเวลาเปิดปิดในพื้นที่ควบคุมและพื้นที่ควบคุมสูงสุด (สีแดงเข้ม) แม้ว่าในช่วงกลางเดือน พฤษภาคม ถึงประมาณ มิถุนายน มาตรการจะเริ่มผ่อนคลายเป็นบ้างแล้ว โดยอนุญาตให้ร้านอาหารในร้านได้ไม่เกิน ร้อยละ 25 ของที่นั่ง และเปิดให้นั่งได้ถึง 21.00 น. (สุพริศร์ สุวรรณิก, 2564) ธุรกิจร้านอาหารต้อง

ปรับตัวให้สอดคล้อง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค โดยธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค โดยการกำหนดมาตรการรับมือโดยมีมาตรฐานความปลอดภัยที่รองรับ เพื่อให้ผู้บริโภคได้เห็นถึงความใส่ใจของผู้ประกอบการ การปรับตัวและการดำเนินกิจการต้องสอดคล้องกับกฎหมายของรัฐที่ประกาศใช้บังคับในสถานการณ์ที่ผิดปกติ การปรับตัวของธุรกิจร้านอาหาร เมื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคได้แล้ว ยังมีการประชาสัมพันธ์เพื่อให้การปรับตัวของธุรกิจนั้นสามารถแพร่กระจายออกไปได้ในวงกว้าง (วิณะ สุขวิทย์, 2563)

ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องมีการเตรียมการด้านการบริหารสภาพคล่องหรือกระแสเงินสดของกิจการอย่างเต็มที่ ไม่ว่าจะเป็นการปรับลดต้นทุนค่าใช้จ่าย อาทิ การลดค่าใช้จ่ายด้านวัตถุดิบ (การลดพนักงานในช่วงเวลาที่ไม่มียอดลูกค้าลดค่าใช้จ่ายด้านสาธารณูปโภค ในขณะเดียวกันก็จำเป็นต้องรักษาคุณภาพของสินค้าและบริการให้อยู่ในระดับที่ลูกค้าคาดหวังและเหมาะสมกับราคาด้วย ควบคู่กับการหาวิธีในการเพิ่มยอดขาย ไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์ทางการลดแลกแจกแถม หรือเพิ่มเมนูใหม่จากวัตถุดิบหลักที่ใช้อยู่ หรือการปรับแนวร้านไปเป็นร้านอาหารบุฟเฟต์ในราคาต่อหัวที่ย่อมเยาว์ ตลอดจนการนำเสนอเมนูอาหารราคาประหยัดสำหรับการให้บริการจัดส่งถึงที่พักในละแวกใกล้เคียงร้าน (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2563) และพนักงานจำเป็นต้องมีการป้องกันโรคตามมาตรการป้องกันโรคระบาด พนักงานแนะนำเกี่ยวกับความปลอดภัยอย่างดีพนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อยดี และพนักงานมีความเอาใจใส่ในการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และให้ความสำคัญในการจัดการป้องกันโรคตามมาตรการป้องกันโรคระบาดอย่างดี มีการบริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง กระบวนการชำระเงินรวดเร็วและถูกต้อง และด้านสภาพแวดล้อม บรรยากาศของร้านมีความสะอาดตามมาตรการป้องกันโรค และมีการจัดอุปกรณ์เพื่อคัดกรองตามมาตรการป้องกันโรค (ปณณพลวัชร เพชรวารี และลัดดาวัลย์ เลขมาศ, 2564)

ร้านอาหารครัวเรือบิน เป็นร้านอาหารประเภทอาหารที่ปรุงขึ้นสำเร็จบริโภคได้ทันที เปิดให้บริการตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2560 และให้ความสำคัญยิ่งต่อการให้บริการและเมนูอาหาร เพราะอาหารเป็นปัจจัยที่สำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการดำรงชีวิตอยู่ของทุกคน เป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ ที่ตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ทุกคน หากขาดไปก็จะทำให้การดำรงชีวิตนั้น เป็นไปด้วยความยากลำบาก เพราะอาหารจะเป็นตัวช่วยสร้างพลังงานให้สามารถดำเนินชีวิตและทำกิจกรรมต่าง ๆ ต่อไปได้ ร้านอาหารจึงถือเป็นทางเลือกอีกช่องทางหนึ่งที่ช่วยอำนวยความสะดวกสบายในการแสวงหาอาหารมาเพื่อรับประทาน ร้านอาหารมีอยู่หลายประเภทแตกต่างกันไปตามความต้องการของแต่ละคน บางที่ไม่ได้เป็นเพียงสถานที่บริการอาหารและเครื่องดื่มเท่านั้น ยังเป็นสถานที่พบปะสังสรรค์ การติดต่อธุรกิจ การพักผ่อนหรือแสดงความยินดีในโอกาสต่าง ๆ ด้วยความหลากหลายของประเภทอาหารและบริการ จึงทำให้ร้านอาหารครัวเรือบินจะต้องใส่ใจในทุกรายละเอียดของลูกค้าทุกคน เพราะสิ่งที่คนเรานึกถึงเป็นอันดับแรกก่อนเลือกใช้บริการร้านอาหาร เช่น ความสะอาด รสชาติอาหาร คุณค่าทางโภชนาการ และความสะดวกรวดเร็ว ซึ่งการให้บริการร้านอาหารเหล่านี้จะมุ่งตอบใจต่อการรับประทานอาหารในชีวิตประจำวันของผู้บริโภค และนอกเหนือจากที่กล่าวมายังมีปัจจัยอื่นที่ควรศึกษา นั่นคือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการทั้งหมด 7 ด้าน (7Ps) ซึ่งประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านพนักงาน (Employee) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) และปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) ที่มีความสัมพันธ์ในการเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภค

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และการปรับตัวของธุรกิจร้านอาหารให้สอดคล้องกับสถานการณ์วิกฤต เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคและการดำรงอยู่ของธุรกิจร้านอาหาร จึงมีความสำคัญในการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 และศึกษาปัญหาอุปสรรคที่ส่งผลกระทบต่อร้านอาหาร ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการปรับเปลี่ยนและพัฒนาการบริการที่เปลี่ยนแปลงจากเดิมเข้าสู่ยุคภาวะความปกติใหม่ (New Normal) ตลอดจนการเตรียมความพร้อมรับมือกับภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบิน

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบิน ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ และเคยตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภค จำนวน 400 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม เพื่อใช้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 จำนวน 400 ชุด แบบสอบถามได้แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ มีจำนวน 5 ข้อคำถาม เป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check List), ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบปลายปิด มีจำนวน 35 ข้อคำถาม ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภค มี 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบปลาย มีจำนวน 20 ข้อคำถาม และตอนที่ 4 แบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ รวมทั้งสิ้น 60 ข้อคำถาม

2.2 การตรวจสอบเครื่องมือจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาปรับปรุงตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยแต่ละข้อคำถามเป็นการให้ความสำคัญในแต่ละประเด็นที่มีคำตอบให้เลือกแบบมาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) และนำแบบสอบถามไปทดสอบกับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน และนำมาหาความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient) มีค่าความเชื่อมั่นเป็นรายด้านและรวมทั้งฉบับ ดังนี้ (1) ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ได้แก่ ข้อคำถามเกี่ยวกับด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .948 ด้านราคา มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .947 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .898 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .905 ด้านพนักงาน มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .931 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .946 และด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .703 (2) ข้อคำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภค ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .920 ด้านการค้นหาข้อมูล มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .914 ด้านการประเมินผลทางเลือก มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .959 ด้านการตัดสินใจซื้อ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .948 และด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .956 เมื่อทดสอบแบบสอบถามทั้งฉบับ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .891

3. สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยที่เก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีแหล่งที่มาข้อมูล 2 แหล่ง คือ

4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source) ใช้แบบสอบถามในการวิจัยผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบิน ในจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยได้ทำการทดสอบ Pretest นำแบบสอบถามจำนวน 40 ชุด ไปแจกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน เพื่อเป็นการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม โดยกำหนดการเก็บข้อมูลจะดำเนินการที่ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จากนั้นนำมาทดสอบหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) เพื่อให้แบบสอบถามมีความเชื่อถือได้และหลังจากนั้น โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ผู้วิจัยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากจำนวนประชากรทั้งหมดที่เป็นผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบิน ในจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 คน เป็นกลุ่มตัวอย่างที่เก็บตามความเป็นจริง

4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source) เป็นการศึกษาข้อมูลจากแหล่งที่มีผู้วิจัยและเก็บรวบรวมเอกสารทางวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ การสืบค้นจากสารสนเทศและข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลที่ต้องการจะศึกษา แนวคิด ทฤษฎีเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาสนับสนุนงานวิจัยฉบับนี้ ซึ่งในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้ 1) ข้อมูลแจกแบบสอบถามให้แก่ประชากรที่กำหนดไว้ 2) ตอบข้อซักถามบางประการที่ผู้ตอบแบบสอบถามจะต้องการคำอธิบายเพิ่มเติม 3) เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้ข้อมูลครบถ้วนแล้ว เพื่อนำไปจัดทำและเตรียมสำหรับกรวิเคราะห์

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้เครื่องมือทางสถิติในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

5.2 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ เป็นการนำสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ใช้ในการหาความสัมพันธ์การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 เพื่อทดสอบสมมติฐานที่กำหนดไว้ โดยผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ค่าสถิติโดยการวิเคราะห์ การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) และการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยสัมประสิทธิ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ซึ่งเป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ค่าที่ได้เรียกว่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ปกติจะมีค่าอยู่ระหว่าง -1.00 ถึง 1.00

การกำหนดความหมายของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Correlation) มีดังนี้

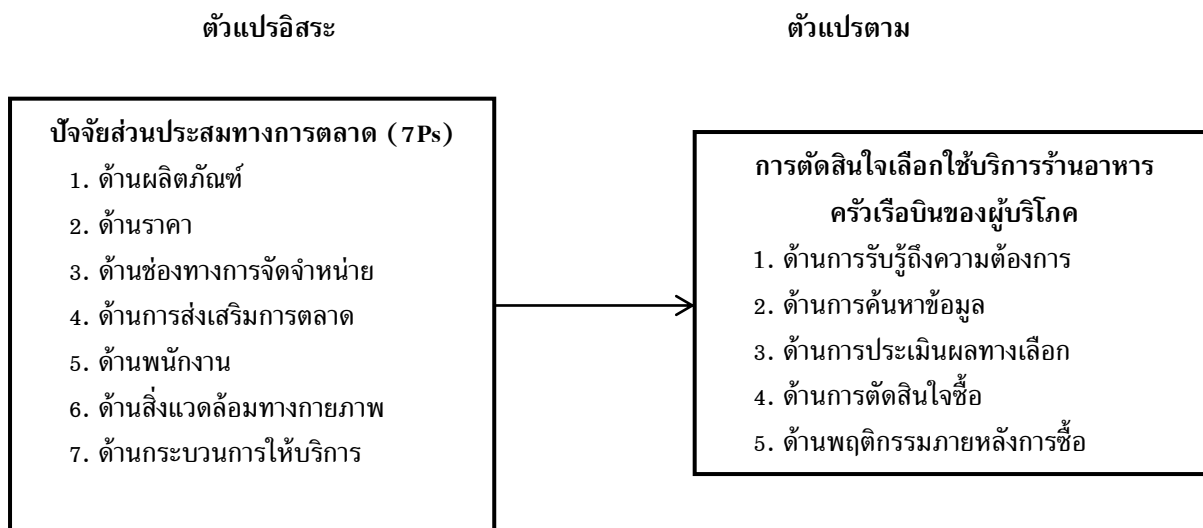
1. ค่า r เป็นบวก และเข้าใกล้ 1 หมายถึง ตัวแปร X และ Y มีความสัมพันธ์กันมากในเชิงเส้น และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือ ถ้าตัวแปรตัวหนึ่งเพิ่มขึ้น อีกตัวแปรหนึ่งและมีค่าเพิ่มขึ้น หรือถ้าตัวแปรหนึ่งลดลง อีกตัวแปรหนึ่งจะมีค่าลดลงด้วย

2. ค่า r เป็นลบ และเข้าใกล้ -1 หมายถึง ตัวแปร X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม คือ ถ้าตัวแปรหนึ่งเพิ่มขึ้น อีกตัวแปรหนึ่งจะมีค่าลดลง หรือถ้าตัวแปรหนึ่งลดลง อีกตัวแปรหนึ่งจะมีค่าเพิ่มขึ้น

3. ถ้า r มีค่าใกล้ 0 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันน้อย

4. ถ้า r เท่ากับ 0 แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือนของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ผลการวิจัยพบว่า

มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.2 อายุ 21-30 ปี จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.2 อาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8

1.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือนของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19

ตารางที่ 1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือนของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือนของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.95	.721	มาก	3
2. ด้านราคา	3.87	.769	มาก	5
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.94	.583	มาก	4
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.09	.613	มาก	2
5. ด้านพนักงาน	3.76	.844	มาก	7
6. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.82	.803	มาก	6
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.19	.423	มาก	1
รวม	3.95	.628	มาก	

จากตารางที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทุกด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงอันดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{X} = 4.19$) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.09$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.95$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.94$) ด้านราคา ($\bar{X} = 3.87$) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ($\bar{X} = 3.82$) และด้านการพนักงาน ($\bar{X} = 3.76$) ตามลำดับ

1.2 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19

ตารางที่ 2 การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19

การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
1. ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ	3.76	.859	มาก	4
2. ด้านการค้นหาข้อมูล	3.69	.822	มาก	5
3. ด้านการประเมินผลทางเลือก	3.95	.655	มาก	1
4. ด้านการตัดสินใจซื้อ	3.84	.721	มาก	3
5. ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ	3.86	.743	มาก	2
รวม	3.82	.718	มาก	

จากการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทุกด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงอันดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านการประเมินผลทางเลือก ($\bar{X} = 3.95$) ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ($\bar{X} = 3.86$) ด้านการตัดสินใจซื้อ ($\bar{X} = 3.84$) ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ($\bar{X} = 3.76$) ด้านการค้นหาข้อมูล ($\bar{X} = 3.69$) ตามลำดับ

2. การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ผลการวิจัยพบว่า

2.1 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Correlation)

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Correlation)

ตัวแปรอิสระ	การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบิน	
	Pearson's Correlation	Sig. (1-tailed)
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	.423***	0.000
2. ปัจจัยด้านราคา	.411***	0.000
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.433***	0.000
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	.426***	0.000
5. ปัจจัยด้านพนักงาน	.407***	0.000
6. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	.482***	0.000
7. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	.696***	0.000

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

จากตารางที่ 3 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Correlation) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกด้าน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .423, .411, .433, .426, .407, .482 และ .696 โดยมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)	B	Beta	t	Sig.
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (X_1)	.269	.270	2.880	.000
2. ปัจจัยด้านราคา (X_2)	.183	.196	1.985	.000
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3)	.646	.525	3.028	.000
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (X_4)	.274	.234	3.297	.000
5. ปัจจัยด้านบุคลากร (X_5)	.143	.168	1.972	.000
6. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (X_6)	.244	.273	2.054	.000
7. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (X_7)	.799	.263	3.973	.000

$R=0.476$, $R^2=0.423$, Adjusted $R^2=0.401$, $SEE=0.322$, $F=226.069$, $Sig=0.000$

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ให้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) มีค่าเท่ากับ 0.476 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 และความสัมพันธ์มีค่าร้อยละ 42.3 ($R^2=0.423$) โดยสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

สมการพยากรณ์

$$Y = a + B_1 X_1 + B_2 X_2 + B_3 X_3 + B_4 X_4 + B_5 X_5 + B_6 X_6 + B_7 X_7$$

$$\text{Decision} = .812 + .269\text{Prod} + .183\text{Price} + .646\text{Place} + .274\text{Prom} + .143\text{Pers} + .244\text{Phys} + .799\text{Proc}$$

$$(2.880) \quad (1.985) \quad (3.028) \quad (3.297) \quad (1.972) \quad (2.054) \quad (3.973)$$

จากสมการพยากรณ์พบว่า ตัวแปรที่ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ได้ดีที่สุด คือ ด้านกระบวนการให้บริการ อันดับรองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านราคา และอันดับสุดท้าย คือ ด้านพนักงาน

2.2 การทดสอบสมมติฐาน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ดังนี้

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19

สมมติฐานการวิจัย		ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง	t	สรุป
H ₁	ด้านการผลิตภัณท์ที่ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19	0.269	2.880***	สอดคล้อง
H ₂	ด้านราคาที่ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19	0.183	1.985***	สอดคล้อง
H ₃	ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19	0.646	3.028***	สอดคล้อง
H ₄	ด้านการส่งเสริมการตลาดที่ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19	0.274	3.297***	สอดคล้อง
H ₅	ด้านพนักงานที่ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19	0.143	1.972***	สอดคล้อง
H ₆	ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19	0.244	2.054***	สอดคล้อง
H ₇	ด้านกระบวนการให้บริการที่ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19	0.799	3.973***	สอดคล้อง

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ทุกสมมติฐานมีความสอดคล้องโดยค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ .269, .183, .646, .274, .143, .244 และ .799 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงอันดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณท์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านพนักงาน เป็นเพราะทางร้านมีการประชาสัมพันธ์ร้านผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ แผ่นพับ ป้ายหน้าร้านโดดเด่น มีกิจกรรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น มีส่วนลด มีบัตรสะสมแต้ม พร้อมทั้งมีกิจกรรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น มีส่วนลด มีบัตรสะสมแต้ม มีรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่ดึงดูดและน่าสนใจ และมีการแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ร้านผ่านสื่อต่างๆ เช่น Social Network อย่างสม่ำเสมอ รายการอาหารให้เลือกหลากหลาย อาหารมีรสชาติอร่อยมีความสะอาดถูกสุขลักษณะ มีการสร้างสรรค์เมนูอาหารใหม่อยู่เสมอ วัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหารมีคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณิชาภัทรา จันทรดารา, อารงค์ เมฆโหรา และปัญญา หมั่นเก็บ (2559) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารที่มีเครื่องหมาย “อาหารสะอาด รสชาติอร่อย”

ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความรู้ด้านสุขาภิบาลอาหารอยู่ในระดับมากมีทัศนคติเชิงบวกต่อการให้บริการร้านอาหารอยู่ในระดับมาก และการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง จากการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ เพศหญิง อายุ 21-30 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ความรู้ด้านสุขาภิบาลอาหารทัศนคติด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยสันต์จุฑา จำรูญวัฒน์ (2559) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ (7Ps) และปัจจัยประชากรศาสตร์ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทฟู้ดทรัค (Food Truck) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์และความเหมาะสมของราคา ปัจจัยด้านความสะดวกในการเดินทางและราคาผลิตภัณฑ์เมื่อเทียบกับร้านอื่น ปัจจัยด้านความมีเอกลักษณ์ทางกายภาพ ปัจจัยด้านการนำเสนอรูปแบบผลิตภัณฑ์และกระบวนการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ชื่อเสียงและความหลากหลายของ Food Truck ปัจจัยด้านความโดดเด่นและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านพนักงาน โดยในส่วนของคุณลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่าลักษณะเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทฟู้ดทรัค (Food Truck) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับฉัตรศาสตร์ ปัญญา และวัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ (2562) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอาหารตามสั่งแบบจัดส่งในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการอาหารตามสั่งแบบจัดส่งคือความสะดวก ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคให้ความสำคัญในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านการนำเสนอ และนำเสนอทางกายภาพมากที่สุด ทั้งนี้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการนำเสนอทางกายภาพมากที่สุดส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการอาหารตามสั่งแบบจัดส่ง

จากผลการวิจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือนของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ และด้านการค้นหาข้อมูล เป็นเพราะ ลูกค้ามีความพึงพอใจรรถประโยชน์ คุณลักษณะของประเภทสินค้า เช่น รูปภาพ ภาพถ่ายจริง เป็นแหล่งนัดพบเพื่อนฝูง และมีความเชื่อถือใจตรัสสินค้า การตัดสินใจซื้อและรับประทานและเครื่องดื่ม ในครั้งถัดไป ลูกค้ามีความภักดียาวนาน ร้านสร้างความพึงพอใจให้มากในบรรยากาศ และนึกถึงอาหารและเครื่องดื่มต้องร้านครัวเรือนเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของระวีวรรณ เวียงดา (2561) ศึกษาเรื่องการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ความพึงพอใจในการส่งเสริมการขาย และค่านิยมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน Grab (Grab Food) พบว่า ผู้บริโภคมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ความพึงพอใจในการส่งเสริมการขาย ค่านิยม และการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab Food อยู่ในระดับมาก และการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ความพึงพอใจในการส่งเสริมการขาย ค่านิยมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน Grab อย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และสอดคล้องกับวัลย์ลดา ทองเย็นบุริศร์ (2564) ศึกษาเรื่องปัจจัยการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนในสถานการณ์ของโควิด 2019 พบว่า การเกิดโรคอุบัติใหม่เชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) เป็นอีกตัวแปรสำคัญที่เข้ามากระตุ้นผู้คนให้หันมาให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าวมากยิ่งขึ้นปัจจุบันอาหารคลีนฟู้ดได้มีการพัฒนา คือ การเพิ่มเมนูอาหารและมีรสชาติที่ผู้บริโภคชอบ เพื่อสนองให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด และยังมีการผลิตอาหารคลีนฟู้ดเพิ่มขึ้นจากเดิม เป็นการตอบสนองผู้บริโภคความทันสมัย ความสะดวกสบาย ซึ่งเหมาะแก่สังคมไทยในปัจจุบันเป็นทางเลือกใหม่ และตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่ไม่มีเวลาดูแลสุขภาพตนเองแบบธรรมชาติ การใช้จ่ายบริโภคเพื่อแลกกับสุขภาพที่ดีด้วยอาหารส่งผลให้การตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดเกิดขึ้นอย่างมาก อาหารตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่ที่มีวิถีชีวิตที่เร่งรีบไม่มีเวลาทำอาหารได้อย่างลงตัว และต้องการประหยัดพลังงานขณะที่รสชาติยังคงเดิม ซึ่งหลากหลายผลิตภัณฑ์อาหารได้มีการคิดค้นนวัตกรรมออกมาเพื่อตอบโจทย์จากการที่

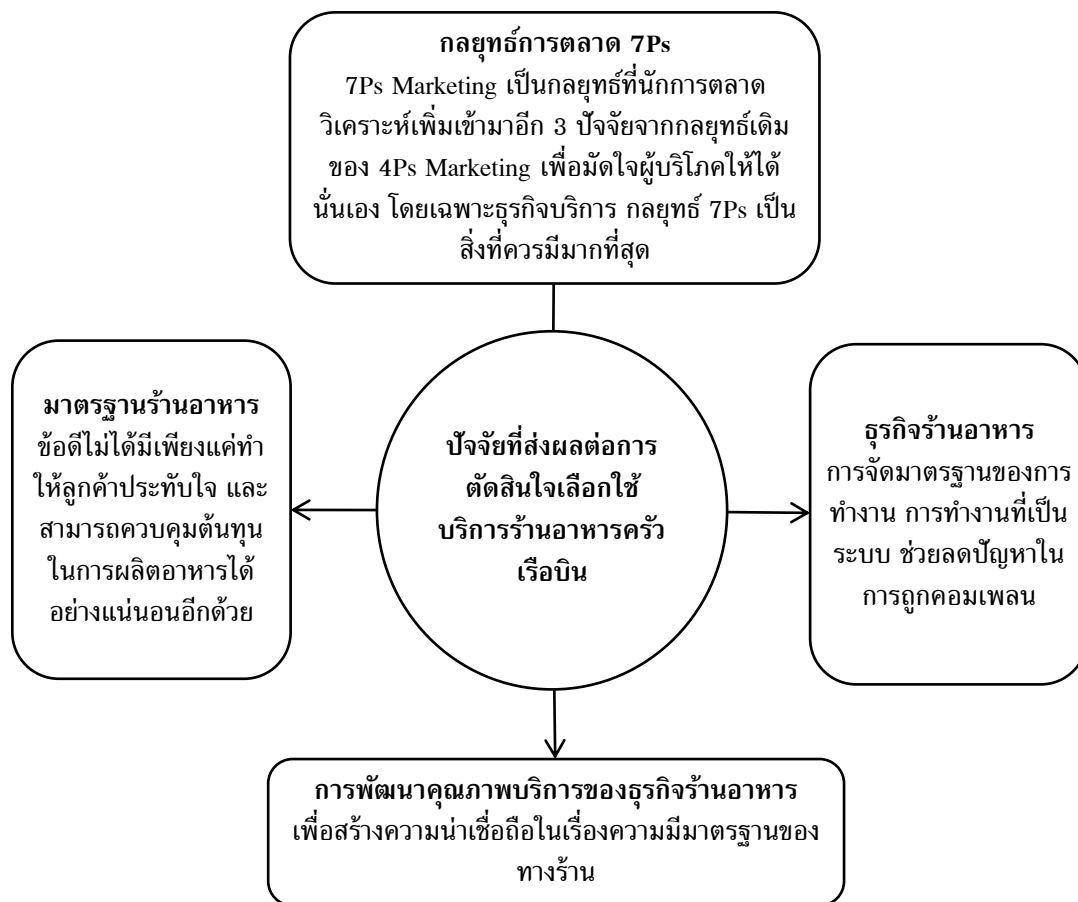
ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสุขภาพร่างกาย ส่งผลถึงพฤติกรรมที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารคลีนฟู้ดของผู้บริโภคในสถานการณ์ของโควิด-19

จากผลการวิจัยความสัมพันธ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือนของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Correlation) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกด้าน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .423, .411, .433, .426, .407, .482 และ .696 โดยมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือนของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุวัชร ณะโสธร, สุกิจ ขอเชื้อกลาง, อดิลา พงศ์ยี่หล้า และศิริชัย พงษ์วิชัย (2561) ศึกษาเรื่องความคาดหวังและการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทสารสกัดจากพืชของบริษัทที่ประสบผลสำเร็จในประเทศไทย พบว่า 1) ระดับความคาดหวังในภาพรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับความคาดหวังของผู้บริโภคฯ มีต่อด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 2) ระดับการรับรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ระดับการรับรู้ของผู้บริโภคฯ มีต่อด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และ 3) การเปรียบเทียบความแตกต่างด้านความคาดหวังและการรับรู้ พบว่า ค่าเฉลี่ยของความคาดหวังของมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าการรับรู้ทั้งในภาพรวมและรายด้าน 7 ด้าน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของพัทธนิตี เหลืองวิลัย (2559) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านเคเอฟซี จังหวัดเพชรบุรี โดยสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านเคเอฟซี อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลมากที่สุด คือปัจจัยด้านราคา รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร ตามลำดับ จากการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเคเอฟซี ในจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ปัจจัยด้านเพศ ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากผลการวิจัย ความสัมพันธ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือนของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือน ตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ทุกประการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเจติยา สกุลปิ่น และวิชากร เสงษ์ภูิกุล (2565) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการ Food Delivery ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย บุคคล กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการ Food Delivery ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($R^2=.659^{**}$, $.684^{**}$, $.630^{**}$, $.668^{**}$, $.645^{**}$, $.619^{**}$, $.826^{**}$) และสอดคล้องกับสิริลักษณ์ แสงทอง และ กรเอก กาญจนโกศล (2563) ศึกษาเรื่องการจัดการตลาดเครื่องดื่มปราศจากน้ำตาลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการตลาดเครื่องดื่มปราศจากน้ำตาลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มปราศจากน้ำตาล พบว่า ในภาพรวม ($R=.768$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน การจัดการตลาดเครื่องดื่มปราศจากน้ำตาลมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มปราศจากน้ำตาล ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ($R=.705$) ด้านการค้นหาข้อมูล ($R=.677$) ด้านการประเมินทางเลือก ($R=.692$) ด้านการตัดสินใจซื้อ ($R=.714$) และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ($R=.639$) โดยสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

องค์ความรู้ใหม่

จากการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 สามารถจำแนกองค์ความรู้ใหม่ ได้ 4 ด้าน ดังนี้



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่

1. กลยุทธ์การตลาด 7Ps 7Ps Marketing เป็นกลยุทธ์ที่เน้นการตลาดวิเคราะห์เพิ่มเข้ามาอีก 3 ปัจจัยจากกลยุทธ์เดิมของ 4Ps Marketing จากเดิมจะมีแค่ Product, Price, Promotion และ Place ซึ่ง 7Ps จะมี People, Process และ Physical Evidence เข้ามา โดย 4Ps จะเน้นไปที่ตัวสินค้าเป็นหลัก แต่หลังจากเจอโควิด-19 ผู้บริโภคยังคงต้องการสินค้าที่มีคุณภาพ พร้อมกับการบริการที่ช่วยสร้างประสบการณ์สุดแสนประทับใจ จึงต้องมี 7Ps เข้ามาช่วยมัดใจผู้บริโภคให้ได้นั่นเอง โดยเฉพาะธุรกิจบริการ กลยุทธ์ 7Ps เป็นสิ่งที่ควรมีมากที่สุด

2. ธุรกิจร้านอาหาร เป็นธุรกิจที่ต้องพบปะกับลูกค้าตลอดเวลา มากหน้าหลายตา และหลากหลายอุปนิสัยใจคอ การจัดมาตรฐานของการทำงาน การทำงานที่เป็นระบบจะช่วยลดปัญหาในการถูกคอมเพลนลงได้มาก ร้านอาหารก็จำเป็นจะต้องคิด วิเคราะห์วางแผนไว้ล่วงหน้าเสมอด้วยว่า จะรับมือกับการถูกคอมเพลนอย่างไร แล้วจัดทำเป็น คู่มือแก้ปัญหาเมื่อถูกลูกค้า “Complain” ไว้ สำหรับอบรมสมาชิกทุกคนในร้าน เพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และพลิกวิกฤติเป็นโอกาสได้

3. การพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจร้านอาหาร คุณภาพการบริการของร้านอาหารต้องมีการติดป้ายต่าง ๆ อย่างชัดเจน เช่น ชื่อร้าน ราคา เมนู รวมถึงใบประกาศนียบัตรต่าง ๆ มากที่สุด พ่อครัวมีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการประกอบอาหาร ราคาของอาหารมีความเป็นธรรมตรงตามราคาที่ลูกค้ารับรู้จากเมนูอาหาร และพนักงานสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในเรื่องความมีมาตรฐานของทางร้านและเป็นการแสดงให้เห็นถึงความเป็นธรรมจากราคาอาหารที่ติดไว้กับทุกรายการอาหารที่มีอยู่ในเมนู ธุรกิจร้านอาหารควรคัดสรรพ่อครัวมีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการประกอบอาหาร จะทำให้การปรุงอาหารมีรสชาติเป็นมาตรฐานและสามารถ

ทำอาหารออกมาให้บริการได้อย่างทั่วถึงในช่วงโมงเร่งด่วนอีกด้วย การอบรมพนักงานบริการให้มีความสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

4. มาตรฐานร้านอาหาร การที่ร้านอาหารใส่ใจกับมาตรฐานของอาหารทุกจานนั้น ข้อดีไม่ได้มีเพียงแค่ทำให้ลูกค้าประทับใจ และสามารถควบคุมต้นทุนในการผลิตอาหารได้อย่างแน่นอนอีกด้วย อาทิ ปริมาณอาหารมีการกำหนดไว้อย่างมีมาตรฐาน ก็จะทำให้รู้ได้ว่าต้องใช้วัตถุดิบอะไรเท่าไร หรืออย่างรสชาติ ทำให้สามารถเตรียมงานได้อย่างรวดเร็ว ทำอาหารได้อย่างรวดเร็ว เพราะทุกคนทราบแล้วว่า จะต้องทำอะไรบ้างเพื่อให้ได้อาหารตามมาตรฐาน ก็จะส่งผลต่อการเสิร์ฟอาหารที่เร็วขึ้นตามไปด้วยได้

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินของผู้บริโภคในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 พบว่า กระบวนการให้บริการ ร้านมีบรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่ดี มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว จัดรายการอาหารให้มี ความหลากหลาย มีภาพประกอบ ใช้วัตถุดิบในการปรุงอาหารที่มีคุณภาพ ถูกสุขลักษณะ จัดระบบการให้บริการและการชำระเงินที่สร้างความประทับใจให้ผู้ให้บริการ ทำให้ผู้เลือกใช้บริการมีความภักดีและประทับใจ ร้านได้กำหนดขั้นตอนการบริการมาตรฐานการบริการทำให้พนักงานทำงานเหมือนกันทุก ๆ ครั้งกับลูกค้าทุก ๆ คน นอกจากนี้ขั้นตอนการทำงานแล้ว มีการอบรมพนักงานเกี่ยวกับคำพูดที่ใช้ในการทำงานแต่ละขั้นตอน เพื่อให้พนักงานรู้ว่าต้องพูดอะไรตอนไหน ถ้ากำหนดคำพูดให้เป็นเอกลักษณ์เข้ากับคอนเซ็ปต์ร้านได้ ก็จะเป็นเสน่ห์อีกอย่างหนึ่งของร้าน โดยผู้บริหารร้านให้ความใส่ใจติดตามระหว่างการทำงานนั้นสังเกตการทำงานและบันทึกสิ่งที่เขาทำได้ดีและสิ่งที่ต้องปรับปรุง แล้วนำไปพูดคุยเพื่อให้การทำงานดีขึ้น เท่านั้นพนักงานก็รู้ว่าเราจับตาอยู่ และต้องทำให้ถูกต้องอยู่เสมอ

จากผลการวิจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบิน ที่อยู่ในอันดับมากที่สุด คือ ด้านการประเมินผลทางเลือก เป็นเพราะผู้ใช้บริการมีความพอใจรรถประโยชน์ ลูกค้าเปรียบเทียบสินค้าหลาย ๆ トラสินค้าก่อนตัดสินใจ โดยพิจารณาตามเกณฑ์ต่าง ๆ อาทิ トラสินค้า คุณสมบัติ หน้าที่ ราคา สัญลักษณ์ และอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของตราสินค้านั้น ๆ トラสินค้าใดที่ประเมินแล้วว่ามีคุณค่าตามความคาดหวังของลูกค้ามากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ร้านมีเครื่องตรวจวัดอุณหภูมิและเจลแอลกอฮอล์ล้างมือให้บริการ และมีบริการแจกหน้ากากอนามัยก่อนเข้าร้าน ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากในการใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบิน และเป็นการดูแลสุขภาพในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ดังนั้นจึงส่งผลให้ผู้ประกอบการควรมีการปรับปรุงกลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความสะอาด สดใหม่และยังคงรสชาติที่อร่อย เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ และพัฒนาอาหารให้มีความหลากหลายตามกลุ่มอายุของผู้บริโภคซึ่งพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบัน มีแนวโน้มการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพมากยิ่งขึ้น ประกอบกับแนวโน้มสังคมไทยจะมีประชากรผู้สูงอายุมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรคำนึงถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนให้รองรับกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในอนาคต

1.2 ร้านควรรักษาหรือตรึงราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และราคาต่อหน่วยของอาหารต่ำเมื่อเทียบกับร้านอื่น ราคาเหมาะสมกับปริมาณ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับรสชาติ ซึ่งผู้บริโภคที่มีความต้องการให้ผู้ประกอบการตั้งราคาที่เหมาะสมกับความหลากหลายของอาหาร และเหมาะสมกับคุณภาพของวัตถุดิบ อีกทั้งให้ผู้ประกอบการแสดงป้ายราคาอย่างชัดเจน เพื่อเพิ่มความมั่นใจในการใช้บริการของผู้บริโภค

1.3 ควรมีกิจกรรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น มีส่วนลด มีบัตรสะสมแต้ม มีรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่ดึงดูดและน่าสนใจ และมีการแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ร้านผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น Social Network อย่างสม่ำเสมอ ควรมีการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ ยังคงสามารถดึงดูดใจผู้ใช้บริการให้เลือกใช้บริการร้านอาหารครัวเรือบินได้ เช่น การมีสื่อสังคม (Social Media) ของร้านให้สามารถติดตามข่าวสารได้การแจ้งข่าวสารของร้านผ่านสื่อต่าง ๆ และมีรายการ

อาหารปรุงสำเร็จที่นำเสนออย่างไรก็ดีปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดก็ยังเป็นปัจจัยที่สามารถกระตุ้นยอดขายได้ตลอดเวลา

1.4 ควรให้พนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย สวมหน้ากากอนามัยตลอดการปฏิบัติงาน พนักงานมีความรู้ความเข้าใจ ควรมีการฝึกอบรมพนักงานบ่อย ๆ ได้แก่ การแต่งกายสะอาดเรียบร้อย สวมหน้ากากอนามัยตลอดการปฏิบัติงาน พนักงานมีความรู้ความเข้าใจ สามารถตอบคำถามหรือให้คำแนะนำแก่ลูกค้า พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พนักงานมีความเอาใจใส่ กระตือรือร้นในการบริการ พนักงานมีมารยาท สุภาพ ซึ่งความเต็มใจในการให้บริการการยิ้มแย้มแจ่มใส และการบริการที่รวดเร็วยังคงมีความสำคัญต่อการให้บริการของผู้บริโภค และเป็นภาพลักษณ์ที่ดีของพนักงานก็เป็นปราการด่านแรกของการสร้างความประทับใจแก่ผู้มาใช้บริการร้านอาหารครัวเรือน

1.5 การตกแต่งร้านมีเอกลักษณ์ มีความโดดเด่นแตกต่างจากร้านอื่น ดังนั้น ควรมีการดูแลความสะอาดบริเวณร้านสม่ำเสมอ เช่น ชื่อร้านมีเอกลักษณ์ มีสัญลักษณ์ จดจำง่าย อุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้มีความสะอาด และการนำเสนอเมนูอาหารน่าสนใจและมีภาพประกอบ ได้แก่ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการให้มีห้องน้ำสะอาด ไม่มีกลิ่นรบกวน และมีป้ายชื่อร้านที่มองเห็นชัดเจน อีกทั้งการจัดโต๊ะไม่แออัดจนเกินไป ทำให้ผู้บริโภคอยากเข้าใช้บริการ และสภาพแวดล้อมหรือบรรยากาศภายในร้าน จะมีอิทธิพลต่ออารมณ์ของผู้ใช้บริการ นับเป็นส่วนสำคัญในการสร้างประสบการณ์แก่ผู้ให้บริการได้เป็นอย่างดีโดยผู้ประกอบการควรคำนึงถึงหลักการออกแบบร้านอาหารที่สอดคล้องกับองค์ประกอบต่างๆ ของร้านที่ต้องมีความสอดคล้องกันอย่างดี

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาเปรียบเทียบถึงความคาดหวังของก่อนและหลังการใช้บริการ โดยเจาะลึกแต่ละร้านเพื่อให้ทราบข้อมูลและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการแต่ละพื้นที่ได้อย่างชัดเจน ซึ่งอาจทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงพฤติกรรมหรือปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ เพื่อการนำไปพัฒนาระบบของการให้บริการที่ถูกต้องและตรงจุด ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุดและเกิดการยอมรับในการใช้บริการครั้งต่อไป

2.2 ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือคำโดยใช้ตัวแปรอื่นๆ เช่น การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การสร้างคุณค่าของตราสินค้า และความภักดีในตราสินค้าพร้อมทั้งวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดในภาวะที่มีการแข่งขันสูงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

- เจติยา สกุลปัน และวิชากร เสงฆ์กุล. (2565). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการ Food Delivery ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร. *Journal of Modern Learning Development*, 7(2), 317-332.
- ณัฐศาสตร์ ปัญญา และวัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอาหารตามสั่งแบบจัดส่งในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยทักษิณ*, 11(1), 53-66.
- นิชภัทรา จันทรธาดา, อารงค์ เมฆโหรา และปัญญา หมั่นเก็บ. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารที่มีเครื่องหมาย “อาหารสะอาด รสชาติอร่อย” ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารเกษตรพระจอมเกล้า*, 34(1), 48-58.
- พัทธนิติ เหลืองวิลัย. (2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านเคเอฟซี จังหวัดเพชรบุรี. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด)
- ระวีวรรณ เวียงดา. (2561). การรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ความพึงพอใจในการส่งเสริมการขาย และค่านิยมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน Grab (Grab Food). (การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).

- วัฒนะ สุขขวัญ. (2563). *ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารที่ปรับตัวในช่วงวิกฤต covid-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร*. (ค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).
- วัลย์ลดา ทองเย็นบุรีศรี. (2564). ปัจจัยการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนในสถานการณ์ของโควิด 2019. *วารสาร มจร เลย์ปริทัศน์*, 2(2), 50-62.
- ศุจิณฐา ธารรัตน์สุวรรณ. (2563). *ผลกระทบเชื้อไวรัส COVID-19 ต่อวิกฤตการท่องเที่ยวของประเทศไทย (Impact of COVID-19 on Tourism Sector in Thailand)*. สืบค้นเมื่อ 18 กันยายน 2564. จาก https://www.senate.go.th/document/Ext24365/24365130_0002.PDF.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2563). *การแข่งขันแอปพลิเคชันส่งอาหาร*. สืบค้นเมื่อ 14 กันยายน 2564, จาก <https://workpointnews.com/2019/06/04/kasikorn-food-delivery>.
- สันห์จุฑา จำรูญวัฒน์. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทฟู้ดทรัค (Food Truck) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- สิริลักษณ์ แสงทอง และกรเอก กาญจนโกคิน. (2563). การจัดการตลาดเครื่องดื่มปราศจากน้ำตาลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค. *วารสารละศรี มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี*, 4(1), 51-62.
- สุพริศ สุวรรณิก. (2564). *ธุรกิจร้านอาหาร... เราจะผ่านวิกฤตนี้ไปด้วยกัน*. สืบค้นเมื่อ 18 กันยายน 2564. จาก https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_12Jun2021.aspx.
- สุวัชร ณะโสธร, สุกิจ ขอเชื้อกลาง, อติลล่ำ พงศ์ยี่หล้า และศิริชัย พงษ์วิชัย. (2561). ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทสารสกัดจากพืชของบริษัทที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทย. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 8(3), 26-37.

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงตามหลักเบญจธรรม ของนักเรียนโรงเรียนอุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

THE DEVELOPMENT OF DESIRABLE CHARACTERISTICS IN TERMS OF BEING SUFFICIENCY ACCORDING TO THE FIVE ENNOBLING VIRTUES OF STUDENTS IN UTHAI SCHOOL PHRA NAKHON SI AYUTTHAYA PROVINCE

เอกวิทย์ นันทศรี^{1*} พระครูภัทรธรรมคุณ² พระมหาญาณวัฒน์ ฐิตวฑฒโน³

Ekkawit Nanthasri¹ Phrakhr Patthammakhun² Phramaha Yannawat Thitavaddhano³

^{1,2,3} มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

^{1,2,3} Mahachulalongkornrajavidyalaya University

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงของนักเรียนโรงเรียนอุทัย (2) ศึกษาวิธีการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงตามหลักเบญจธรรมของนักเรียนโรงเรียนอุทัย (3) เสนอแนวทางการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงตามหลักเบญจธรรมของนักเรียนโรงเรียนอุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียนมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 1-6 จำนวน 265 คน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 5 คน เครื่องมือวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ในการเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการศึกษา พบว่า คุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงของนักเรียนโรงเรียนอุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในภาพรวมและรายด้าน มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากถึง 5 ด้าน

วิธีการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงตามหลักเบญจธรรมของนักเรียนโรงเรียนอุทัย ประกอบด้วย 1) การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงอันเป็นลักษณะที่ต้องการให้เกิดขึ้นกับผู้เรียน และเป็นคุณลักษณะที่สังคมต้องการในด้านคุณธรรมจริยธรรม 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความพอประมาณ ด้านความมีเหตุผล ด้านความมีภูมิคุ้มกันที่ดี ด้านความรู้ ด้านคุณธรรม 2) หลักเบญจธรรม ได้แก่ เมตตากรุณา สัมมาอาชีพ กามสังวร สัจจา วาจา สติสัมปชัญญะ

แนวทางการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงตามหลักเบญจธรรมของนักเรียนโรงเรียนอุทัย ประกอบด้วย (1) ด้านความพอประมาณ โรงเรียนควรจัดการกิจกรรมการเรียนการสอน เพื่อสร้างจิตสำนึกตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (2) ด้านความมีเหตุผล โรงเรียนควรส่งเสริมนักเรียนให้มีการจัดระบบความคิดของตนเอง (3) ด้านความมีภูมิคุ้มกันที่ดี โรงเรียนควรส่งเสริมพัฒนานักเรียนใช้สติสัมปชัญญะตามหลักเบญจธรรมในการใช้ชีวิต (4) ด้านความรู้ โรงเรียนควรส่งเสริมการเรียนรู้ให้นักเรียนมีความรู้ในหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (5) ด้านคุณธรรม โรงเรียนควรจัดการกิจกรรมการเข้าค่ายคุณธรรมจริยธรรมเพื่อสร้างเสริมลักษณะนิสัยให้นักเรียนมีจิตใจใฝ่คุณธรรม

คำสำคัญ: คุณลักษณะที่พึงประสงค์, อยู่อย่างพอเพียง, เบญจธรรม

* E-mail address: teacherextra@gmail.com ¹ pat_thara@hotmail.com ² yannawat.bud@mcu.ac.th ³

ABSTRACT

The objectives of this research article were 1) to study the desirable characteristics in terms of self-sufficiency of Uthai secondary school. Phra Nakhon Si Ayutthaya Province 2) to study the methods of developing desirable characteristics in terms of living sufficiency according to the five ennobling virtues of Uthai Secondary School students, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province 3) to propose guidelines for the development of desirable characteristics in terms of living sufficiency according to the five ennobling virtues of Uthai Secondary School students, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province This is mixed method research using quantitative research using a questionnaire of 265 students in grades 7-12, obtained by sample drawing using a lottery according to Crejcie & Morgan, 1970. The statistics used to analyze data included: percentage, mean, standard deviation, and qualitative research by interviewing 5 key informants. Data were analyzed by content analysis.

The result of the study found that: Desirable Characteristics of Sufficiency of Students at Uthai School Phra Nakhon Si Ayutthaya Province Overall and each aspect had a high level of practice in all 5 areas.

Methods for developing desirable characteristics in terms of sufficiency according to the five ennobling virtues of Uthai Second School students, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province consists of 1) development of desirable characteristics in terms of sufficiency, which are desired to occur to the learners and society requires in terms of morality and ethics in 5 aspects, namely moderation, reasonableness, good immunity, Knowledge of virtues 2) The Five ennobling virtues which cultivate and beautifies the mind. And help to the conduct of the Five Precepts to make them more bright and complete, namely: kindness, right work, sexual restraint, truthfulness, and mindfulness.

Guidelines for developing desirable characteristics in terms of sufficiency based on the five ennobling virtues of Uthai Secondary School students, Phra Nakhon Si Ayutthaya consists of (1) Modesty: School should manage teaching and learning activities to create awareness following the sufficiency Economy. ; (2) Rationality; School should encourage students to manage their ideas. (3) Good immunity: Schools should promote and develop students to use their consciousness according to the five ennobling virtues in their daily life. (4) Knowledge: Schools should promote for students to know about the sufficiency economy. (5) Moral: School should organize activities for students to participate in the Morality Camps and to enhance the character of the students to have a moral mind.

Keywords: Desirable Characteristics, Being Sufficiency, The Five Ennobling Virtues

บทนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560 - 2564) ได้ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการปรับเปลี่ยนจุดเน้นในการพัฒนาคุณภาพคนในสังคมไทยโดยยึด “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” มุ่งสร้างคุณภาพชีวิตและสุขภาวะที่ดีสำหรับคนไทย พัฒนาค้นให้เป็นคนที่สมบูรณ์ มีวินัย ใฝ่รู้ มีความรู้ มีทักษะ มีความคิดสร้างสรรค์ มีทัศนคติที่รับผิดชอบต่อสังคม มีจริยธรรมและคุณธรรม มีความพร้อมทั้งด้านร่างกาย สติปัญญาอารมณ์และศีลธรรม สามารถก้าวทันการเปลี่ยนแปลงเพื่อนำไปสู่สังคมฐานความรู้ได้อย่างมั่นคง แนวการพัฒนาดังกล่าวคือ มุ่งเตรียมเด็กและเยาวชนให้มีพื้นฐานจิตใจที่ดีงาม มีทักษะและทัศนคติที่เป็นค่านิยมที่ดีมีสุขภาพร่างกายและจิตใจที่สมบูรณ์มีความเจริญเติบโตทางจิตวิญญาณ มีจิตสาธารณะและทำประโยชน์ต่อส่วนรวม พร้อมทั้งมีสมรรถนะ ทักษะและความรู้พื้นฐานที่จำเป็นในการดำรงชีวิต อันจะส่งผลต่อการพัฒนาประเทศอย่างมั่นคงและยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและ

สังคมแห่งชาติ, 2559) ซึ่งแนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับนโยบายของกระทรวงศึกษาธิการ ในการพัฒนานาเยาวชนของชาติเข้าสู่โลกยุคศตวรรษที่ 21 โดยมุ่งส่งเสริมให้ผู้เรียนมีคุณธรรม รักความเป็นไทย ให้มีทักษะการคิดวิเคราะห์ สร้างสรรค์มีทักษะด้านเทคโนโลยีสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น และสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมโลกได้อย่างสันติ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551)

คุณลักษณะอันพึงประสงค์ที่ต้องการให้เกิดขึ้นกับผู้เรียนอันเป็นคุณลักษณะที่สังคมต้องการในด้านคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม จิตสำนึก สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้อย่างมีความสุข มีคุณภาพด้านความรู้ และทักษะที่จำเป็นสำหรับการดำรงชีวิตในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลง และแสวงหาความรู้เพื่อพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 ได้กำหนดคุณลักษณะอันพึงประสงค์ไว้ 8 ประการ ได้แก่ รักชาติ ศาสน์ กษัตริย์ ซื่อสัตย์ สุจริต มีวินัย ใฝ่เรียนรู้ อยู่อย่างพอเพียง มุ่งมั่นในการทำงาน รักความเป็นไทย มีจิตสาธารณะ เป็นมนุษย์ที่มีความสมดุล ทั้งด้านร่างกาย ความรู้ คุณธรรม มีจิตสำนึกในความเป็นพลเมืองไทยและพลโลก ยึดมั่นในการปกครองตามระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข มีความรู้และทักษะพื้นฐานรวมทั้งเจตคติที่จำเป็นต่อการศึกษต่อการประกอบอาชีพและการศึกษาตลอดชีวิต โดยมุ่งเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญบนพื้นฐานความเชื่อว่าทุกคนสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้เต็มศักยภาพ มุ่งเน้นในการพัฒนาให้ผู้เรียนบรรลุตามวัตถุประสงค์ต้องอาศัยองค์ประกอบด้วยกันหลายด้านทั้งหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง สถานศึกษา บุคลากร ทั้งในและนอกสถานศึกษาที่จะมีส่วนร่วมในการปลูกฝังคุณลักษณะอันพึงประสงค์ให้เกิดแก่ผู้เรียนอย่างต่อเนื่อง จึงต้องพิจารณาถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่สถานศึกษากำหนดให้จัดขึ้นแล้วส่งผลต่อการพัฒนานักเรียนให้มีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ (จิตตินันท์ ดีหลาย, 2561)

เศรษฐกิจพอเพียงในฐานะที่เป็นส่วนสำคัญของพุทธเศรษฐศาสตร์ว่าหากจะวิเคราะห์ความหมายของเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy) ตามที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้ทรงพระราชทานไว้เอง ซึ่งตรงกับความหมายที่แปลความได้ว่า ความพอประมาณ ซื่อตรง ไม่โลภ และไม่เบียดเบียนผู้อื่น ซึ่งรวมความอยู่ในคำว่า “ความพอประมาณ” และ “ความมีเหตุผล” คำว่ามีความเหตุผลนี้คือเหตุผลแบบชาวพุทธซึ่งหมายถึงความซื่อตรง ความไม่โลภ และความไม่เบียดเบียนผู้อื่น ซึ่งต่างจากเหตุผลในเศรษฐศาสตร์ตะวันตกที่ถือว่า การแสวงหาผลประโยชน์ให้ตนเองให้ได้มากที่สุด เป็นสิ่งที่ชอบด้วยเหตุผลเศรษฐกิจพอเพียงที่เน้นความ “พอเพียง” “พอประมาณ” และพอสมควรนั้น มีรากฐานความคิดมาจากคำสอนในพระพุทธศาสนาในข้อที่เรียกว่า มัชฌิมาปฏิปทา ซึ่งก็คือ “ทางสายกลาง” นั่นเอง ส่วนในเรื่องเป้าหมายของการผลิตและการบริโภคในพุทธเศรษฐศาสตร์ที่ต้องการให้ทั้งระบบดำเนินต่อเนื่องไปในลักษณะที่ยั่งยืน สามารถสร้างคุณภาพชีวิตและความสุขในระดับขั้นต่าง ๆ จนบรรลุถึงปัญญาในระดับสูงได้ (มนูญ มุกข์ประดิษฐ์, 2547)

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ตระหนักและเล็งเห็นถึงความสำคัญของการส่งเสริมและพัฒนาให้นักเรียนมีคุณธรรมจริยธรรมที่ดีงามควบคู่ไปกับการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนอุทัย อำเภอยุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทั้งนี้ในการพัฒนาผู้เรียนให้เก่ง ดี มีความสุขนั้นสามารถประยุกต์ใช้หลักธรรมทางพระพุทธศาสนา คือหลักเบญจธรรม ซึ่งเป็นธรรมอันดีงาม 5 อย่าง และเป็นคุณธรรม 5 ประการคู่กับเบญจศีล เป็นธรรมเกื้อกูลแก่การรักษาเบญจศีล ผู้รักษาเบญจศีลควรมีเบญจธรรมไว้ประจำใจ นอกจากนี้เบญจธรรมยังเป็นคุณธรรมที่อบรมและตกแต่งจิตใจให้งดงาม สร้างนิสัยที่ดีประกอบด้วย เมตตา กรุณา หมายถึง ความคิดปรารถนาให้ผู้อื่นเป็นสุขและความสงสารปรารถนาที่จะให้ผู้อื่นปราศจากความทุกข์ สัมมาอาชีวะ หมายถึง การเลี้ยงชีพในทางที่ชอบ กามสังวร หมายถึง ความสำรวมในกาม สัจจะ หมายถึง ความจริงใจ ซื่อตรง ความมีสัตย์ทั้งคำพูด และการกระทำ และสัมมาสติ หมายถึง ความมีสติตรวจตราไม่เลินเล่อ (พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตโต), 2551) เป็นคุณธรรมอันดีงามที่เป็นหลักปฏิบัติของภิกษุสงฆ์ (พระธรรมกิตติวงศ์ (ทองดี สุรเตโช), 2553) อันทำให้บุคคลเป็นผู้ดีงาม เป็นข้อปฏิบัติพิเศษยิ่งขึ้นไปกว่าศีลและส่งเสริมให้ประพฤติดีมีคุณ (พระเมธีวราภรณ์ (สุทัศน์ วรทสฺสี), 2551)

จากความเป็นมาและความสำคัญดังกล่าวจะเห็นว่าคุณลักษณะที่พึงประสงค์เป็นสิ่งที่ควรปลูกฝังให้กับผู้เรียนควบคู่ไปกับหลักเบญจธรรม ซึ่งสอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 ได้กล่าวไว้ในหมวด 1 บททั่วไป มาตรา 6 การจัดการศึกษาต้องเป็นไปเพื่อพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้ง ร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้ และคุณธรรม มีจริยธรรมและวัฒนธรรมในการดำรงชีวิต สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2551)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความต้องการที่จะศึกษาการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงตามหลักเบญจธรรมของนักเรียน โรงเรียนนุทย อำเภอนุทย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพราะเยาวชนที่จะเติบโตเป็นอนาคตของชาติ ควรได้รับการปลูกฝังและส่งเสริมคุณลักษณะที่พึงประสงค์ตามหลักเบญจธรรมตั้งแต่เด็ก รวมทั้งเป็นการพัฒนาให้เป็นคนเก่ง คนดี และเป็นที่ยอมรับของสังคมต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเพื่อศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงของนักเรียนโรงเรียนนุทย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาวิธีการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงตามหลัก เบญจธรรมของนักเรียนโรงเรียนนุทย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงตามหลักเบญจธรรมของนักเรียนโรงเรียนนุทย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) ประกอบด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีขั้นตอนการวิจัย 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงของนักเรียนโรงเรียนนุทย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาวิธีการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงด้วยหลักเบญจธรรมของนักเรียนโรงเรียนนุทย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ขั้นตอนที่ 3 เสนอการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงตามหลักเบญจธรรมของนักเรียนโรงเรียนนุทย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย เพื่อศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงตามหลักเบญจธรรมของนักเรียนโรงเรียนนุทย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่นักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1-6 โรงเรียนนุทย จังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำนวน 839 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางเคชีและมอแกน จำนวน 265 คน จากนั้นได้ทำการเทียบสัดส่วนและเลือกแบบเจาะจง

1.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัย ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการศึกษา การบริหารการศึกษา และหลักพุทธธรรม จำนวน 5 รูป/คน เพื่อศึกษาวิธีการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงตามหลักเบญจธรรมของนักเรียนโรงเรียนนุทย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ และมีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ซึ่งผลการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยพบว่าแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์มีความตรงเชิงเนื้อหา แล้วนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แล้วนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น ซึ่งพบว่ามีความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.96

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 การวิจัยเชิงปริมาณ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 1-6 โรงเรียนนุทยอำเภอนุทยจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 265 คน

3.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ ในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการศึกษา การบริหารการศึกษา และหลักพุทธธรรม จำนวน 5 รูป/คนโดยการบันทึกเสียงจากคำสัมภาษณ์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ

4.1.1 วิเคราะห์ข้อมูลข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

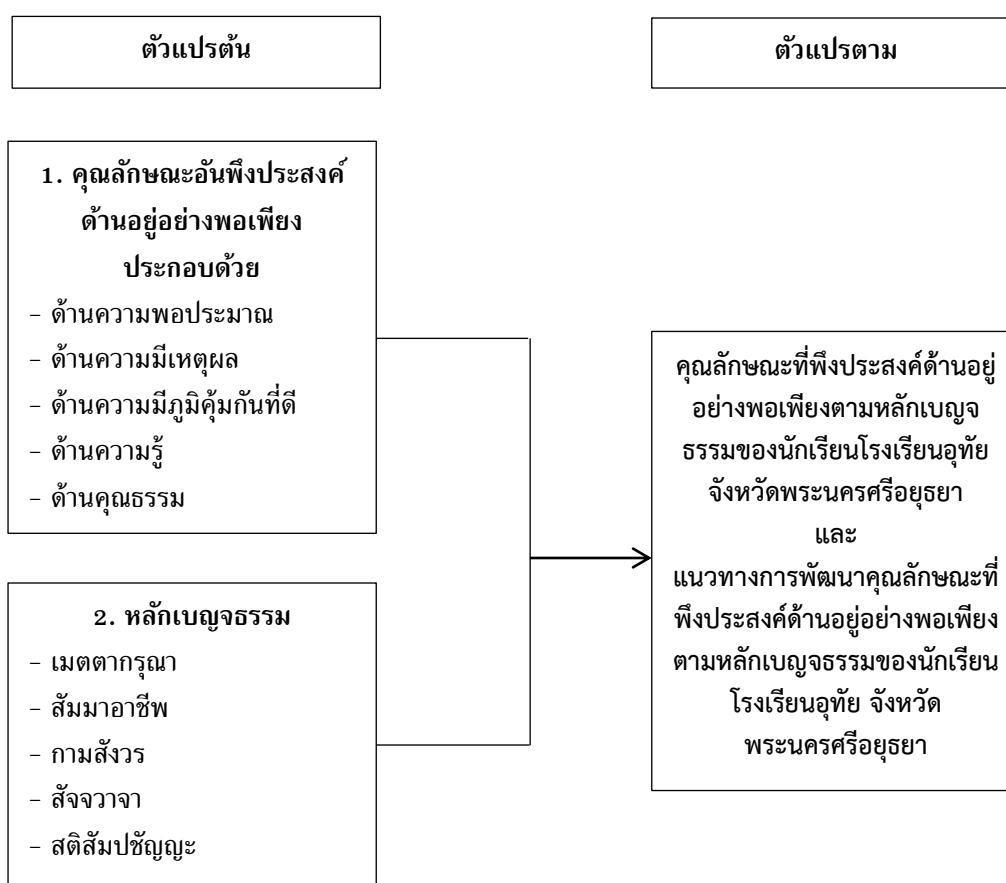
4.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงของนักเรียนโรงเรียนนุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) และการสัมภาษณ์ (Interview) ใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงตามหลักเบญจธรรมของนักเรียนโรงเรียนนุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” มีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. คุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงของนักเรียนโรงเรียนนุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า

คุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงของนักเรียนโรงเรียนนุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.09 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย คือ ด้านความ

พอประมาณมีค่าเฉลี่ย 4.23 ด้านคุณธรรม มีค่าเฉลี่ย 4.17 ด้านความมีเหตุผล มีค่าเฉลี่ย 4.11 ด้านความรู้ มีค่าเฉลี่ย 4.02 และด้านความมีภูมิคุ้มกันที่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.93 ตามลำดับ

2. วิธีการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงตามหลัก เบนุจธรรมของนักเรียนโรงเรียนอุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผลการวิจัยพบว่า

2.1 ด้านความพอประมาณ กล่าวคือ โรงเรียนควรเน้นให้มีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์เป็นอยู่อย่างพอเพียงตามหลักเบนุจธรรม เพื่อสร้างคุณธรรม จริยธรรม และสร้างจิตสำนึกตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อฝึกให้นักเรียนมีน้ำใจ เสียสละ รู้จักการแบ่งปัน การออม ประหยัด มีธรรมาภิบาล รู้จักพึ่งพาตนเองในการดำรงชีวิตร่วมกับผู้อื่น มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และการพัฒนาศักยภาพตามบริบทของสถานศึกษา โดยใช้กิจกรรมสอดแทรกในทุกสาระวิชา ทุกหน่วยการเรียนรู้เพื่อสร้างลักษณะนิสัย รวมถึงการปลูกฝังความพอประมาณโดยเริ่มจากสถาบันครอบครัว และโรงเรียน เพื่อให้รู้ภูมิหลังของผู้เรียน ตามความแตกต่างของบุคคล รู้จักตน รู้จักประมาณ และมีจิตอาสา จิตสาธารณะในการปฏิบัติตนให้รู้จักการให้ การช่วยเหลือผู้อื่นตามกำลังความรู้ และความสามารถของตนเองได้ตามเกณฑ์มาตรฐานของสถานศึกษา ตลอดจนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันของนักเรียนได้

2.2 ด้านความมีเหตุผล กล่าวคือ โรงเรียนควรส่งเสริมและพัฒนานักเรียนให้มีการจัดระบบความคิดของตนเอง ด้วยหลักการคิด วิเคราะห์ แยกแยะ และการเผชิญสถานการณ์ต่าง ๆ สร้างความเข้าใจให้เกิดขึ้นทั้งการดำเนินชีวิตการทำงาน ด้วยหลักความมีเหตุผลจะทำให้ นักเรียนเป็นผู้คิดดี ทำดี พูดดี ประพฤติดี และยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น โดยการใช้ความมีเหตุผลตามหลักเบนุจธรรม มาแก้ปัญหาในชีวิตประจำวันอย่างมีเหตุผลได้

2.3 ด้านความมีภูมิคุ้มกันที่ดี กล่าวคือ โรงเรียนควรเน้นให้นักเรียนใช้สติสัมปชัญญะตามหลักเบนุจธรรม คือ การรู้จัก รู้ทำ และการวางแผนการใช้ชีวิตและการศึกษา ฝึกให้นักเรียนมีสติยั้งคิด ยังทำ รู้จักวางแผนก่อนการลงมือทำจริง ศึกษาผลกระทบที่จะเกิดขึ้นประกอบกับการตัดสินใจในทุกเรื่อง และโรงเรียนควรส่งเสริม การจัดบรรยากาศสภาพสิ่งแวดล้อมภายในโรงเรียนให้เป็นแหล่งเรียนรู้ เพื่อหล่อหลอมนักเรียนให้มีภูมิคุ้มกันที่ดี โดยมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ตามหลักเบนุจธรรม โดยให้ผู้ปกครองและชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย วางแผน ร่วมเสนอข้อคิดเห็นร่วมจัดกิจกรรมการเรียน และส่งเสริมการเรียนรู้ต่อการปฏิบัติตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในสถานศึกษา และสถานที่อื่น ๆ เพื่อนำความรู้ไปพัฒนาตนเอง และสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีได้

2.4 ด้านความรู้ กล่าวคือ โรงเรียนควรมีการส่งเสริมการเรียนรู้และปลูกฝังนักเรียนให้มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในการดำเนินชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ดังนี้ 1) ให้นักเรียนมีความรู้ ความเข้าใจ ในหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และให้นักเรียนตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินชีวิตตามแนวปรัชญา 2) สถานศึกษาควรนำระบบคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้เรียน ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาพิจารณาปรับปรุงหรือเพิ่มเติมวิสัยทัศน์ 3) กลุ่มสาระการเรียนรู้ควรนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ใช้ในการปรับปรุงหรือเพิ่มเติมมาตรฐานการเรียนรู้ในแต่ละช่วงชั้น 4) กลุ่มสาระการเรียนรู้และกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนควรปรับปรุงเพิ่มเติมหรือจัดทำสาระการเรียนรู้ หน่วยการเรียนรู้ และการจัดการเรียนรู้ และควรให้ความรู้เรื่องหลักธรรม ตามหลักเบนุจธรรม เพื่อให้นักเรียนได้มีองค์ความรู้เรื่องหลักเบนุจธรรมไปสู่การใช้ชีวิตแบบอยู่อย่างพอเพียง นำไปสู่การมีสติสัมปชัญญะในการใช้ความรู้อย่างชาญฉลาดจะทำให้ประสบผลสำเร็จในชีวิตได้

2.5 ด้านคุณธรรม กล่าวคือ โรงเรียนควรส่งเสริมและพัฒนาบรรยากาศด้านคุณธรรม เช่น การทำบุญ การบริจาค การปฏิบัติต่อทางศาสนาการเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา การยกย่องส่งเสริมผู้กระทำความดี การส่งเสริมการแบ่งปัน การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน จัดโครงการและกิจกรรมส่งเสริมการปฏิบัติตนที่ดีและดำเนินการตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง รวมถึงการส่งเสริมและพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ตามหลักเบนุจธรรม โดยใช้กิจกรรม การเข้าค่ายคุณธรรม จริยธรรม เพื่อสร้างเสริมลักษณะนิสัยให้นักเรียนมีจิตใจใฝ่คุณธรรม ฝึกนักเรียนให้มีคุณธรรมในทุก ๆ ด้าน

3. แนวทางการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงตามหลักเบนุจธรรมของนักเรียนโรงเรียนอุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผลการวิจัยพบว่า

3.1 ด้านความพอประมาณ โรงเรียนควรเน้นให้มีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์เป็นผู้อยู่อย่างพอเพียงตามหลักเบญจธรรม เพื่อสร้างคุณธรรม จริยธรรม และสร้างจิตสำนึกตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อฝึกให้นักเรียนมีน้ำใจ รู้จักเสียสละ รู้จักการ รู้จักพึ่งพาตนเองในการดำรงชีวิตร่วมกับผู้อื่น มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และการพัฒนาศักยภาพตามบริบทของสถานศึกษา

3.2 ด้านความมีเหตุผล โรงเรียนควรส่งเสริมและพัฒนานักเรียนให้มีการจัดระบบความคิดของตนเอง ด้วยหลักการคิด วิเคราะห์ แยกแยะ และการเผชิญสถานการณ์ต่างๆ สร้างความเข้าใจให้เกิดขึ้นทั้งการดำเนินชีวิต การทำงาน ด้วยหลักความมีเหตุผล

3.3 ด้านความมีภูมิคุ้มกันที่ดี โรงเรียนควรเน้นให้นักเรียนใช้สติสัมปชัญญะตามหลักเบญจธรรม คือ การรู้คิด รู้ทำ และการวางแผนการใช้ชีวิตและการศึกษา ฝึกให้นักเรียนมีสติยังคิด ยังทำ รู้จักวางแผนก่อนการลงมือทำจริง

3.4 ด้านความรู้ โรงเรียนควรส่งเสริมการเรียนรู้และปลูกฝังนักเรียนให้มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในการดำเนินชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยให้นักเรียนมีความรู้ ความเข้าใจ ในหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และให้นักเรียนตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินชีวิตตามแนวปรัชญา

3.5 ด้านคุณธรรม โรงเรียนควรส่งเสริมและพัฒนาบรรยากาศด้านคุณธรรม เช่น จัดโครงการและกิจกรรมส่งเสริมการปฏิบัติตนที่ดีและดำเนินการตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง รวมถึงการส่งเสริมและพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ตามหลักเบญจธรรม โดยใช้กิจกรรมการเข้าค่ายคุณธรรม จริยธรรม เพื่อสร้างเสริมลักษณะนิสัยให้นักเรียนมีจิตใจใฝ่คุณธรรม ฝึกนักเรียนให้มีคุณธรรมในทุกๆ ด้าน

อภิปรายผล

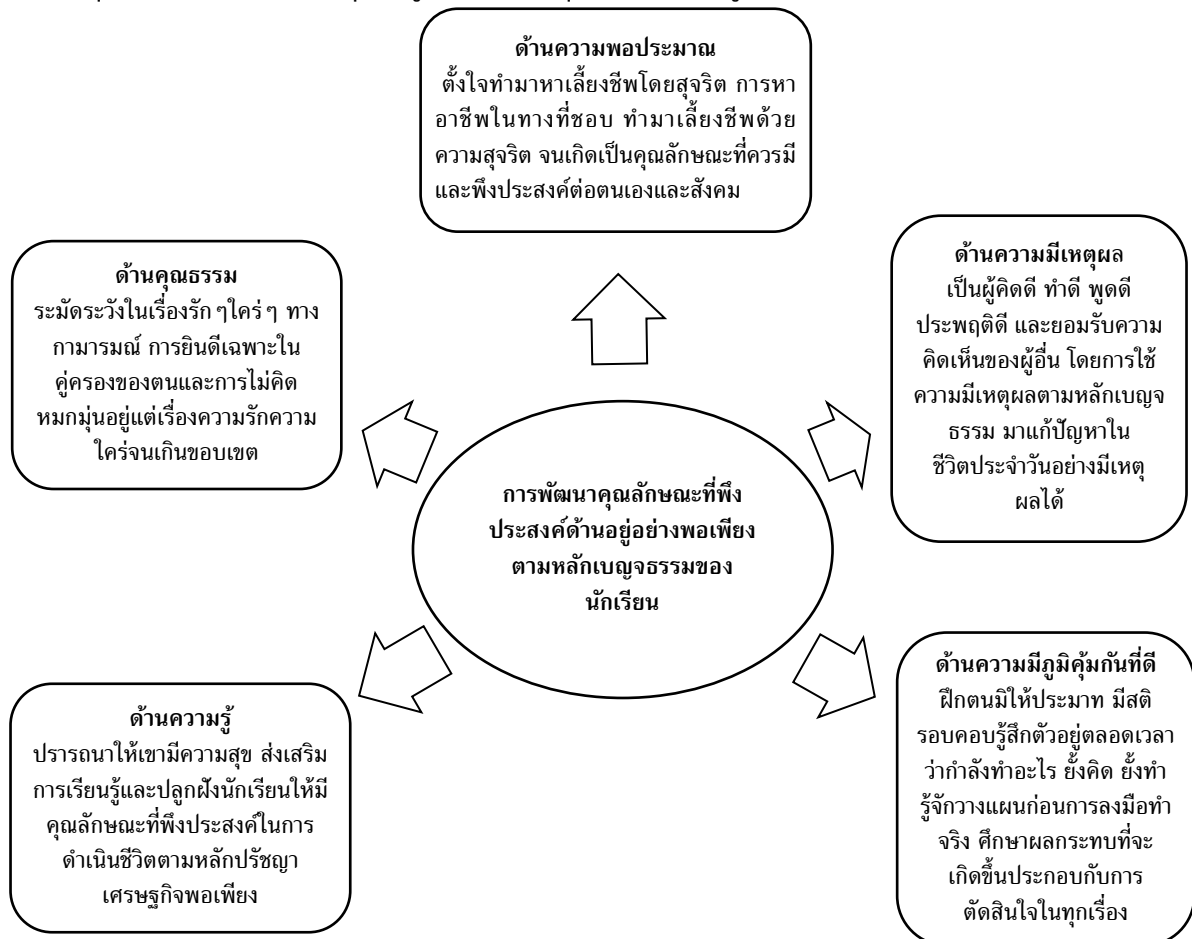
คุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงของนักเรียนโรงเรียนอุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความพอประมาณ 2) ด้านความมีเหตุผล 3) ด้านความมีภูมิคุ้มกันที่ดี 4) ด้านความรู้ 5) ด้านคุณธรรม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เพราะผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอนได้กำหนดนโยบายนำไปสู่การปฏิบัติ สร้างความตระหนักแก่นักเรียนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับที่ สรุศักดิ์ โจธาวร (2555) ได้ศึกษาแนวทางการส่งเสริมคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 1 พบว่า ระดับการปฏิบัติตนตามคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงของหลักสูตรแกนกลาง การศึกษาขั้นพื้นฐาน ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า นักเรียนมีระดับการปฏิบัติตนตามคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางสังคม 4 ด้าน อิทธิพลต่อระดับการปฏิบัติตนตามคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงตามหลักสูตรแกนกลาง กระทรวงศึกษาธิการ ได้แก่ การรับรู้ข่าวสารหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัยของนักเรียนการสนับสนุนจากสถานศึกษา การอบรมเลี้ยงดู

วิธีการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงตามหลักเบญจธรรมของนักเรียนโรงเรียนอุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย 1) การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงอันเป็นลักษณะที่ต้องการให้เกิดขึ้นกับผู้เรียนและเป็นคุณลักษณะที่สังคมต้องการในด้านคุณธรรมจริยธรรม 5 ด้าน ได้แก่ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล ความมีภูมิคุ้มกันที่ดี ความรู้ คุณธรรม 2) หลักเบญจธรรม อันเป็นธรรมอันงามที่อบรมและตกแต่งจิตใจให้งดงาม และเครื่องอุดหนุนเกื้อกูลแก่การประพฤติดี 5 ให้สมบูรณ์ผ่องใสยิ่งขึ้น 5 ประการ ได้แก่ เมตตา กรุณา สัมมาอาชีวะ กามสังวร สังขจาวา สติสัมปชัญญะ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะครูผู้สอนจัดกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านการอยู่อย่างพอเพียงตามหลักเบญจธรรมแก่นักเรียน เช่น ค่ายพัฒนาคุณธรรมจริยธรรม อย่างน้อยปี การศึกษาละครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับที่ พระธรรมกิตติวงศ์ (ทองดี สุรเตโช), (2553) ได้กล่าวถึงเบญจศีลและเบญจธรรมว่า เบญจศีลเบญจธรรมนี้เป็นข้อปฏิบัติที่คู่กันอยู่เสมอ ซึ่งการจะรักษาเบญจศีลหรือศีล 5 นั้นจำเป็นต้องมีธรรมอันเป็นพื้นฐานมาสนับสนุนหรือมาคอยกำกับให้การรักษาเป็นไปด้วยดี ไม่ต่าง ไม่พร้อย ธรรมนั้นก็คือ เบญจธรรม ซึ่งจัดว่าเป็นคู่แฝดของศีล คือ เป็นไปอิงอาศัยกันและกัน ไม่แยกจากกัน อันเบญจธรรม 5 ประการ ที่มาสนับสนุนนั้นคือ 1) เมตตา และกรุณา เป็นคู่กับศีลข้อ 1 2) สัมมาอาชีวะ เป็นคู่กับศีลข้อ 2 3) กามสังวร เป็นคู่กับศีลข้อ 3 4) สังขจาวา เป็นคู่กับศีลข้อ 4 5) สติสัมปชัญญะ เป็นคู่กับศีลข้อ 5

แนวทางการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงตามหลักเบญจธรรมของนักเรียนโรงเรียนอุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นการบูรณาการคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงกับหลักเบญจธรรมอันจะเป็นเครื่องส่งเสริมให้นักเรียนมีคุณธรรมจริยธรรมและสามารถดำรงชีวิตที่มีความเป็นอยู่อย่างพอเพียงและสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้อย่างมีความสุข ทั้งในฐานะพลเมืองไทยและพลโลก ประกอบด้วย (1) ด้านความพอประมาณ ควรมีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์เป็นผู้อยู่อย่างพอเพียงตามหลักเบญจธรรม เพื่อสร้างคุณธรรมจริยธรรมและสร้างจิตสำนึกตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง รวมถึงการฝึกให้นักเรียนมีน้ำใจ รู้จักเสียสละ รู้จักการ รู้จักพึ่งพาตนเองในการดำรงชีวิตร่วมกับผู้อื่น มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และการพัฒนาศักยภาพตามบริบทของสถานศึกษา (2) ด้านความมีเหตุผล ควรส่งเสริมพัฒนานักเรียนให้มีการจัดระบบความคิดของตนเองด้วยหลักการคิดวิเคราะห์ และการเผชิญสถานการณ์ต่างๆ สร้างความเข้าใจให้เกิดขึ้นทั้งการดำเนินชีวิตด้วยหลักความมีเหตุผล (3) ด้านความมีภูมิคุ้มกันที่ดี ควรส่งเสริมพัฒนานักเรียนใช้สติสัมปชัญญะตามหลักเบญจธรรม รู้คิด รู้ทำ และการวางแผนการใช้ชีวิตและการศึกษา รู้จักวางแผนก่อนการลงมือทำจริง (4) ด้านความรู้ ควรส่งเสริมการเรียนรู้และปลูกฝังนักเรียนให้มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในการดำเนินชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยให้นักเรียนมีความรู้ความเข้าใจในหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และให้นักเรียนตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินชีวิตตามหลักเบญจธรรม (5) ด้านคุณธรรม โรงเรียนควรส่งเสริมและพัฒนาบรรยากาศด้านคุณธรรม กิจกรรมส่งเสริมการปฏิบัติตนที่ดีและดำเนินการตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและกิจกรรมการเข้าค่ายคุณธรรมจริยธรรมเพื่อสร้างเสริมลักษณะนิสัยให้นักเรียนมีจิตใจใฝ่คุณธรรม

องค์ความรู้ใหม่

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงตามหลักเบญจธรรมของนักเรียนโรงเรียนอุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นองค์ความรู้ใหม่ ดังนี้



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่

สรุปผลการวิจัย

คุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงของนักเรียนโรงเรียนอุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 5 องค์ประกอบ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นองค์ประกอบพบว่า คุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงของนักเรียนอยู่ในระดับมากทุกองค์ประกอบ โดยองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ องค์ประกอบด้านความพอประมาณ รองมาคือ องค์ประกอบด้านคุณธรรม และองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ องค์ประกอบด้านความมีภูมิคุ้มกันที่ดี

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงตามหลักเบญจธรรมของนักเรียนโรงเรียนอุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย 1) การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงอันเป็นลักษณะที่ต้องการให้เกิดขึ้นกับผู้เรียนและเป็นคุณลักษณะที่สังคมต้องการในด้านคุณธรรมจริยธรรม 5 ด้าน ได้แก่ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล ความมีภูมิคุ้มกันที่ดี ความรู้ คุณธรรม 2) หลักเบญจธรรม อันเป็นธรรมอันงามที่อบรมและตกแต่งจิตใจให้งดงาม และเครื่องอุดหนุนเกื้อกูลแก่การประพฤติดี 5 ให้สมบูรณ์ผ่องใสยิ่งขึ้น 5 ประการ ได้แก่ เมตตา กรุณา สัมมาอาชีพ กามสังวร สัจจาจา สติสัมปชัญญะ

แนวทางการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงตามหลักเบญจธรรมของนักเรียนโรงเรียนอุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นการบูรณาการคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงกับหลักเบญจธรรมอันจะเป็นเครื่องส่งเสริมให้นักเรียนมีคุณธรรมจริยธรรมและสามารถดำรงชีวิตมีความเป็นอยู่อย่างพอเพียงและสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้อย่างมีความสุข ทั้งในฐานะพลเมืองไทยและพลโลก ประกอบด้วย 1) ความพอประมาณ ควรมีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์เป็นอยู่อย่างพอเพียงตามหลักเบญจธรรม เพื่อสร้างคุณธรรมจริยธรรมและสร้างจิตสำนึกตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง รวมถึงการฝึกให้นักเรียนมีน้ำใจ รู้จักเสียสละ รู้จักการ รู้จักพึ่งพาตนเองในการดำรงชีวิตร่วมกับผู้อื่น มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และการพัฒนาศักยภาพตามบริบทของสถานศึกษา 2) ความมีเหตุผล ควรส่งเสริมพัฒนานักเรียนให้มีการจัดระบบความคิดของตนเองด้วยหลักการคิด วิเคราะห์ และการเผชิญสถานการณ์ต่าง ๆ สร้างความเข้าใจให้เกิดขึ้นทั้งการดำเนินชีวิตด้วยหลักความมีเหตุผล 3) ความมีภูมิคุ้มกันที่ดี ควรส่งเสริมพัฒนานักเรียนใช้สติสัมปชัญญะตามหลักเบญจธรรม รู้คิด รู้ทำ และการวางแผนการใช้ชีวิตและการศึกษา รู้จักวางแผนก่อนการลงมือทำจริง 4) ความรู้ ควรส่งเสริมการเรียนรู้และปลูกฝังนักเรียนให้มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในการดำเนินชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยให้นักเรียนมีความรู้ความเข้าใจในหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และให้นักเรียนตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินชีวิตตามหลักเบญจธรรม 5) คุณธรรม โรงเรียนควรส่งเสริมและพัฒนาบรรยากาศด้านคุณธรรม กิจกรรมส่งเสริมการปฏิบัติตนที่ดีและดำเนินการตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและกิจกรรมการเข้าค่ายคุณธรรมจริยธรรมเพื่อสร้างเสริมลักษณะนิสัยให้นักเรียนมีจิตใจใฝ่คุณธรรม

ข้อเสนอแนะ

2.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

2.1.1 ผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอนควรจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในรูปแบบที่เหมาะสม

2.1.2 ผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอนควรส่งเสริมการจัดค่ายอบรมคุณธรรมจริยธรรม โดยเน้นด้านการอยู่อย่างพอเพียงตามหลักเบญจธรรมในแต่ละปีการศึกษาอย่างต่อเนื่อง

2.2 ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.2.1 ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อคุณลักษณะที่พึงประสงค์ขององค์ประกอบด้านมีความคุ้มกันที่ดี ชั้นมัธยมศึกษาของนักเรียนโรงเรียนอุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2.2.2 ควรศึกษาแนวทางพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านการอยู่อย่างพอเพียงตามหลักพุทธธรรมที่เกี่ยวข้องด้านอื่น ๆ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่มัธยมศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). *หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- จิตตินันท์ ดีหลาย. (2561). *การศึกษาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของนักเรียนโรงเรียนไสวัญวิทย จังหวัดตราด*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยเกริก).
- พระธรรมกิตติวงศ์ (ทองดี สุรเตโช). (2553). *พจนานุกรมเพื่อการศึกษาพุทธศาสน์ : คำวัด : อธิบายศัพท์และความหมายที่ชาวพุทธควรรู้*. กรุงเทพฯ: สถาบันบันลือธรรม.
- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตโต). (2551). *พจนานุกรมพุทธศาสน์ ฉบับประมวลธรรม*. (พิมพ์ครั้งที่ 17). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พระเมธีวราภรณ์ (สุทัศน์ วรทสสี). (2551). *เบญจศีลเบญจธรรม: อุดมชีวิตของมนุษย์*. กรุงเทพฯ: ต้นบุญ.
- พัชรินทร์ หาโกสีย์. (2562). *การพัฒนาแนวทางการเสริมสร้างคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงของผู้เรียนสำหรับสถานศึกษาในสังกัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดมหาสารคาม*. (วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม).
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2551). *กรอบทิศทางพัฒนาการศึกษาในช่วงแผนพัฒนา เศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554)*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุศักดิ์ โจถาวร. (2555). *แนวทางการส่งเสริมคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 1*. (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- มนูญ มุกข์ประดิษฐ์. (2547). *การศึกษาวิเคราะห์ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอันเนื่องมาจากพระราชดำริกับหลักธรรมในพระพุทธศาสนา*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาพระพุทธศาสนา, มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย).

การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ในยุคฐานวิถีชีวิตใหม่ของนักเรียน

โรงเรียนมัธยมศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

DEVELOPMENT OF LEARNING ACTIVITIES IN THE NEW NORMAL ERA OF SECONDARY SCHOOL STUDENTS IN PHRA NAKHON SI AYUTTHAYA PROVINCE

อภิญา ะหารไทย^{1*} พระครูภัทรธรรมคุณ² ทองดี ศรีตระกูล³

Apinya Rahantai¹ Phrakhru Patthammakun² Thongdee Sritragarn³

^{1,2,3} มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

^{1,2,3} Mahachulalongkornrajavidyalaya University

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในยุคฐานวิถีชีวิตใหม่ของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษา 2) ศึกษาวิธีการพัฒนา กิจกรรมการเรียนรู้ในยุคฐานวิถีชีวิตใหม่ของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษา 3) เสนอแนวทางการพัฒนา กิจกรรมการเรียนรู้ในยุคฐานวิถีชีวิตใหม่ของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นการวิจัยแบบผสานวิธี กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียนมัธยมปลาย ม.4-6 จำนวน 175 คน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 5 คน เครื่องมือวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ในการเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการศึกษาพบว่า สภาพการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในยุคฐานวิถีชีวิตใหม่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายรูปแบบโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย พบว่า การเรียนการสอนแบบออนไลน์ การเรียนในชั้นเรียน การเรียนรู้โดยใช้สื่อ ใบงานและแบบฝึกหัด การเรียนรู้ผ่านแอปพลิเคชัน และการเรียนผ่านโทรทัศน์ ตามลำดับ

วิธีการพัฒนา กิจกรรมการเรียนรู้ในยุคฐานวิถีชีวิตใหม่ของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษา คือ 1) การเรียนรู้ในชั้นเรียน ใช้สื่อการเรียนรู้ที่หลากหลายและให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการออกแบบกิจกรรม 2) การเรียนรู้ผ่านโทรทัศน์ สถานศึกษาควรสนับสนุนสื่อ และอุปกรณ์ให้กับนักเรียน 3) การเรียนรู้แบบออนไลน์ ใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ที่ผู้เรียนสามารถใช้เรียนได้ในทุกโอกาส 4) การเรียนรู้ผ่านแอปพลิเคชัน จัดกิจกรรมการเรียนรู้ร่วมกับนักเรียนผ่านแอปพลิเคชันได้ตลอดเวลา 5) การเรียนรู้โดยใช้สื่อ ใบงาน และแบบฝึกหัด ควรใช้สื่อ ใบงาน และแบบฝึกหัดที่เข้าใจง่าย

แนวทางการพัฒนา กิจกรรมการเรียนรู้ในยุคฐานวิถีชีวิตใหม่ของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษา ดังนี้ 1) การเรียนในชั้นเรียน ให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ 2) การเรียนผ่านโทรทัศน์ ครูผู้สอนควรจัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับการเรียนผ่านโทรทัศน์ 3) การเรียนการสอนแบบออนไลน์ ครูผู้สอนควรใช้โปรแกรมหรือแอปพลิเคชัน และควรจัดทำสื่อที่น่าสนใจ 4) การเรียนการสอนผ่านแอปพลิเคชัน ครูผู้สอนจัดกิจกรรมการเรียนรู้ผ่านแอปพลิเคชัน สื่อต้องมีเนื้อหาที่ถูกต้องและน่าสนใจ 5) การเรียนการสอนโดยใช้สื่อ ใบงาน และแบบฝึกหัด ครูผู้สอนควรจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้สื่อ ใบงาน และแบบฝึกหัด ที่เข้าใจง่าย มีคำชี้แจงที่ชัดเจน และถูกต้องตามมาตรฐานการเรียนรู้

คำสำคัญ: กิจกรรม, การเรียนรู้, ยุคฐานวิถีชีวิตใหม่

* E-mail address: aomsevenup@gmail.com ¹ pat_thara@hotmail.com ² thongdee.sri@mcu.ac.th ³

ABSTRACT

The objectives of this research article were to (1) study the condition of learning activities in the new normal era of secondary school students (2) to study the methods of developing learning activities in the new normal era of secondary school students (3) to propose guidelines for Developing learning activities in the new normal era of secondary school students, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province It is a combined research method. The sample group consisted of 175 high school students, grades 4-6, and 5 key informants. The research tools were questionnaires and interview forms. The statistics used to analyze the data were percentage, mean, and standard deviation. And data analysis with content analysis

The result of the study found that: Condition of learning activities in the new normal era Overall, it is at a high level. When considering a list of patterns in descending order of average, it was found that online teaching (Online), classroom learning (On-Site), media-based learning, worksheets and exercises (On-Hand), App-based learning (On-Demand), and 5) TV-based learning (On-Air), respectively.

Methods for developing learning activities in the new normal era of secondary school students are 1) In Onsite learning, using a variety of learning materials and engaging learners in the design of activities, 2) On-air learning, Educational institutions should support the media, and equipment to students, 3) Online learning, using an online platform that learners can use to learn at every opportunity, 4) On-Demand learning, organizing learning activities with students through the application at any time, 5) On-hand learning, Use easy-to-understand media, worksheets, and exercises.

Guidelines for developing learning activities in the new normal era of secondary school students are as follows: 1) In Onsite learning, allowing learners to participate in the design of learning activities, 2) In On-air learning, Teachers should arrange learning activities following learning through television, 3) In Online learning, Teachers should use the program or application, and should make the media interesting, 4) In On-demand learning, Teachers organize learning activities through the application. The media must contain accurate and interesting content, 5) In On-hand learning, Teachers should organize learning activities using easy-to-understand media, worksheets, and exercises. Have a clear explanation and correct it according to learning standards.

Keywords: Activity, Learning, The New Normal Era

บทนำ

นับตั้งแต่การเกิดขึ้นของการระบาดครั้งใหญ่ของโควิด 19 ในประเทศจีนเมื่อปลายปี 2562 นำไปสู่การระบาดครั้งใหญ่ทั่วโลกในไม่กี่เดือนหลังจากนั้น รวมถึงประเทศไทยด้วย ทำให้มีจำนวนผู้เสียชีวิตและผู้ป่วยที่เพิ่มขึ้นนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในทุกด้านของการทำงาน การจัดการเรียนการสอนและกิจกรรมต่างๆ ในโรงเรียน ผบกระทบต่อกิจกรรมนันทนาการ การเดินทาง ความเป็นอยู่ที่ดีทางสังคม สุขภาพ วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ รวมถึงการปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนและครอบครัว (Morens, David M., et al., 2020) จากสถานการณ์ดังกล่าวทำให้รัฐบาลได้กำหนดมาตรการต่างๆ เพื่อยับยั้งการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งมาตรการเหล่านี้ส่งผลทำให้พฤติกรรมการบริโภคและการบริการเกิดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในหลายๆ ด้าน ส่งผลให้หลายภาคส่วนเกิดผลกระทบ เช่น เศรษฐกิจ สังคม การท่องเที่ยว เทคโนโลยี และการศึกษา ส่งผลให้สถานศึกษาไม่สามารถจัดการเรียนการสอนได้ตามปกติ

ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 มาตรการการป้องกันอย่างหนึ่งคือ มาตรการการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) เพื่อลดอัตราความเสี่ยงในการสัมผัสโรค ตามมาตรการในการเว้นระยะห่างทางสังคม ไม่อยู่รวมกันหนาแน่นควรเก็บตัวอยู่บ้านให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ไม่พบปะสังสรรค์ ลดการไปสถานที่สาธารณะ ลดการให้บริการ ลดกิจกรรมที่มีคนหนาแน่น โดยไม่เกิน 50 คน ด้วยเหตุนี้จึงได้มีการนำเทคโนโลยี

สารสนเทศเข้ามามีบทบาทในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน และการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้กับนักเรียนในรูปแบบออนไลน์อย่างทั่วถึงในทุกสถาบันการศึกษา เพื่อให้นักเรียนและครูผู้สอนสามารถมีปฏิสัมพันธ์ทางการเรียนการสอนในวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ปรับตัวให้เท่าทันและสอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 สอดคล้องกับธานี สุขโชโตและวรกฤต เดือนช้าง ได้ศึกษากระบวนการดูแลช่วยเหลือนักเรียนและจัดการเรียนการสอนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เพื่อให้นักเรียนสามารถเรียนได้ในทุก ๆ ที่และการเรียนรู้ยังคงต้องดำเนินต่อไปแม้ว่านักเรียนไม่สามารถไปโรงเรียนได้ตามปกติ การดูแลช่วยเหลือนักเรียนตลอดจนการจัดการเรียนการสอนโดยมีการสนับสนุน ส่งเสริม พัฒนา ป้องกันและแก้ไขปัญหาให้แก่ นักเรียน เพื่อให้ นักเรียนมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ มีภูมิคุ้มกันทาง จิตใจที่เข้มแข็งและมีคุณภาพชีวิตที่ดีในสถานการณ์ที่มีโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ระบาด (ธานี สุขโชโต และวรกฤต เดือนช้าง, 2563) ซึ่งสอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 กล่าวไว้ในหมวด 1 บททั่วไปมาตรา 6 การจัดการศึกษาต้องเป็นไปเพื่อพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้ง ร่างกาย จิตใจ สติปัญญาความรู้และคุณธรรม มีจริยธรรมและวัฒนธรรมในการดำรงชีวิต สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข และกล่าวไว้ในหมวด 4 แนวการจัดการศึกษามาตรา 26 ให้สถานศึกษาจัดการประเมินผู้เรียนโดยพิจารณาจากพัฒนาการของผู้เรียน ความประพฤติ การสังเกตพฤติกรรมการเรียน การร่วมกิจกรรม และการทดสอบควบคู่ไปในกระบวนการเรียนการสอนตามความเหมาะสมของแต่ละระดับและรูปแบบการศึกษา ให้สถานศึกษาใช้วิธีการที่หลากหลายในการจัดสรรโอกาสการเข้าศึกษาต่อ และให้นำผลการประเมินผู้เรียนมาใช้ประกอบการพิจารณาด้วย (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2551)

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานได้กำหนดนโยบายด้านการจัดการศึกษาเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศให้ความสำคัญกับศักยภาพ และคุณภาพของทรัพยากรมนุษย์เป็นสำคัญเนื่องจาก “ทรัพยากรมนุษย์เป็นปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญในการยกระดับการพัฒนาประเทศในทุกมิติไปสู่เป้าหมายการเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วมีขีดความสามารถในการแข่งขันกับนานาประเทศ” ดังนั้นการพัฒนาศักยภาพและคุณภาพผู้เรียนให้มีความเป็นเลิศทางวิชาการจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องดำเนินการให้สอดคล้องกัน โดยเน้นการปรับเปลี่ยนกระบวนการจัดการเรียนการสอนของสถานศึกษาที่จัดการศึกษาให้เป็นสถานศึกษาที่จัดการเรียนรู้ให้แก่ผู้เรียนเชิงสมรรถนะรายบุคคล ตามความสนใจ และความถนัดอย่างเต็มศักยภาพ มีความเป็นเลิศทางวิชาการ มีทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 มีความเป็นเลิศด้านทักษะสื่อสารภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาที่ 3 มีทักษะความรู้ด้านดิจิทัล (Digital Literacy) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2561) ผู้บริหารสถานศึกษา ครูและบุคลากรทางการศึกษา เป็นผู้มีความสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ให้ผู้เรียนเป็นคนดี คนเก่ง มีคุณภาพพร้อมสำหรับฐานวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ผู้บริหารสถานศึกษา ครู และบุคลากรทางการศึกษา ต้องตระหนักถึงความสำคัญในอาชีพและหน้าที่ของตน โดยครูต้องมีจิตวิญญาณของความเป็นครู มีความรู้ความสามารถอย่างแท้จริง และเป็นต้นแบบด้านคุณธรรมและจริยธรรมพัฒนาตนเองทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่องเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาผู้เรียน เพื่อนำมาพัฒนาคุณภาพการศึกษาให้มีประสิทธิภาพ เนื่องจากคุณภาพการศึกษาเป็นกระบวนการที่จะช่วยให้มนุษย์ได้พัฒนาศักยภาพและความสามารถด้านต่าง ๆ ที่จะดำรงชีวิต และประกอบอาชีพได้อย่างมีความสุข สถานศึกษาจำเป็นต้องสร้างความเชื่อมั่นแก่สังคมว่าสามารถจัดการศึกษาได้มีคุณภาพให้สอดคล้องกับนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานและหลักสูตรแกนกลางให้เป็นหลักสูตรเชิงสมรรถนะ สอดคล้องกับทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 รวมไปถึงให้สอดคล้องกับนโยบายของสถานศึกษา ควบคู่กันไป สามารถจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ได้โดยการนำเอาสื่อและเทคโนโลยีทางการศึกษามาใช้วัดผล ประเมินผล และพัฒนานักเรียนได้ทุกที่ทุกเวลา

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลต่อการจัดการเรียนการสอนในทุกระดับการศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในโรงเรียนและสถานศึกษาที่นักเรียนจะต้องปรับตัวกับการจัดการเรียนการสอนในยุควิถีชีวิตใหม่ (New Normal) รวมถึงการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในโลกยุคดิจิทัล เช่นเดียวกับบทบาทของครูผู้สอน ต้องปรับตัวรับการเปลี่ยนแปลงในการจัดการเรียนการสอนซึ่งการจัดการเรียนการสอนในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ต้องจัดการเรียนการสอนในรูปแบบออนไลน์ การจัดการเรียนการสอนรูปแบบออนไลน์เป็นช่องทางหนึ่งในการจัดการเรียนการสอนที่สะดวกเป็นอย่างยิ่งในช่วงของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 แต่การจัดการเรียนการสอนในรูปแบบออนไลน์ในยุควิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ทำให้ครูผู้สอนและผู้เรียนไม่สามารถรับรู้ถึงความรู้สึก

ปฏิกิริยาที่แท้จริงในการถ่ายทอดความรู้จากผู้สอนและการเรียนรู้ของผู้เรียนได้ และผู้เรียนบางคนไม่มีความพร้อมของอุปกรณ์ในการเข้าเรียนออนไลน์จึงไม่สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง และในช่วงเวลาที่ผู้เรียนต้องรับการเปลี่ยนแปลงในการจัดการเรียนการสอนของครูผู้สอนในรูปแบบการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ในยุคฐานวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) มีผลกระทบต่อการเรียนรู้ของผู้เรียนบางกลุ่มซึ่งส่งผลให้กิจกรรมการเรียนรู้ของผู้เรียนถูกจำกัดไม่สามารถเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอาจส่งผลกระทบต่อการศึกษาในระดับชาติขั้นพื้นฐาน (O-NET) ไม่เป็นไปตามนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ดังนั้น การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันเป็นสิ่งสำคัญที่จะพัฒนาและผลักดันให้นโยบายสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานบรรลุเป้าหมาย จึงเป็นหน้าที่ของผู้บริหารสถานศึกษาที่จะต้องบริหารจัดการสถานศึกษาให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพ ตรงตามนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยสถานศึกษาต้องกำหนดเป้าหมายว่าแต่ละปีการศึกษาต้องทำอะไร จึงจะสามารถพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ไปสู่ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนให้มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่สูงขึ้น และเป็นสัดส่วนเท่าใดตามสภาพความพร้อมของสถานศึกษา ตลอดจนการประเมินผลการจัดการเรียนรู้ในชั้นเรียนทั้งก่อนเรียนและหลังเรียนให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (ศุภวรรณ การุญญะวีร์, 2564)

ด้วยเหตุผลดังกล่าวในข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาสภาพการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ วิธีการพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ และเสนอวิธีการพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ในยุคฐานวิถีชีวิตใหม่ของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาให้มีประสิทธิภาพ และนำมาเผยแพร่ให้เกิดประโยชน์ในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยนำองค์ความรู้ต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ และผลที่ได้จากการวิจัยจะใช้เป็นข้อมูลสารสนเทศทางด้านการจัดการศึกษาแก่สถานศึกษาต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในยุคฐานวิถีชีวิตใหม่ของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาวิธีการพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ในยุคฐานวิถีชีวิตใหม่ของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ในยุคฐานวิถีชีวิตใหม่ของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) ประกอบด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีระเบียบวิธีวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากร ได้แก่ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอุทัย อำเภออุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 312 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางเครชีและมอร์แกน (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2551) จำนวน 175 คน จากนั้นได้ทำการเทียบสัดส่วนและเลือกแบบเจาะจง

1.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้บริหารและครูโรงเรียนอุทัย จำนวน 5 คน แยกเป็นผู้บริหาร จำนวน 1 คน รองผู้อำนวยการ จำนวน 2 คน และครู จำนวน 2 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ และมีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ซึ่งผลการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยพบว่าแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์มีความตรงเชิงเนื้อหา แล้วนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แล้วนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น ซึ่งพบว่ามีความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.84

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 การวิจัยเชิงปริมาณ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอุทัยอำเภออุทัยจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 175 คน

3.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ ในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการศึกษา การบริหารการศึกษา จำนวน 5 คนโดยการบันทึกเสียงจากคำสัมภาษณ์

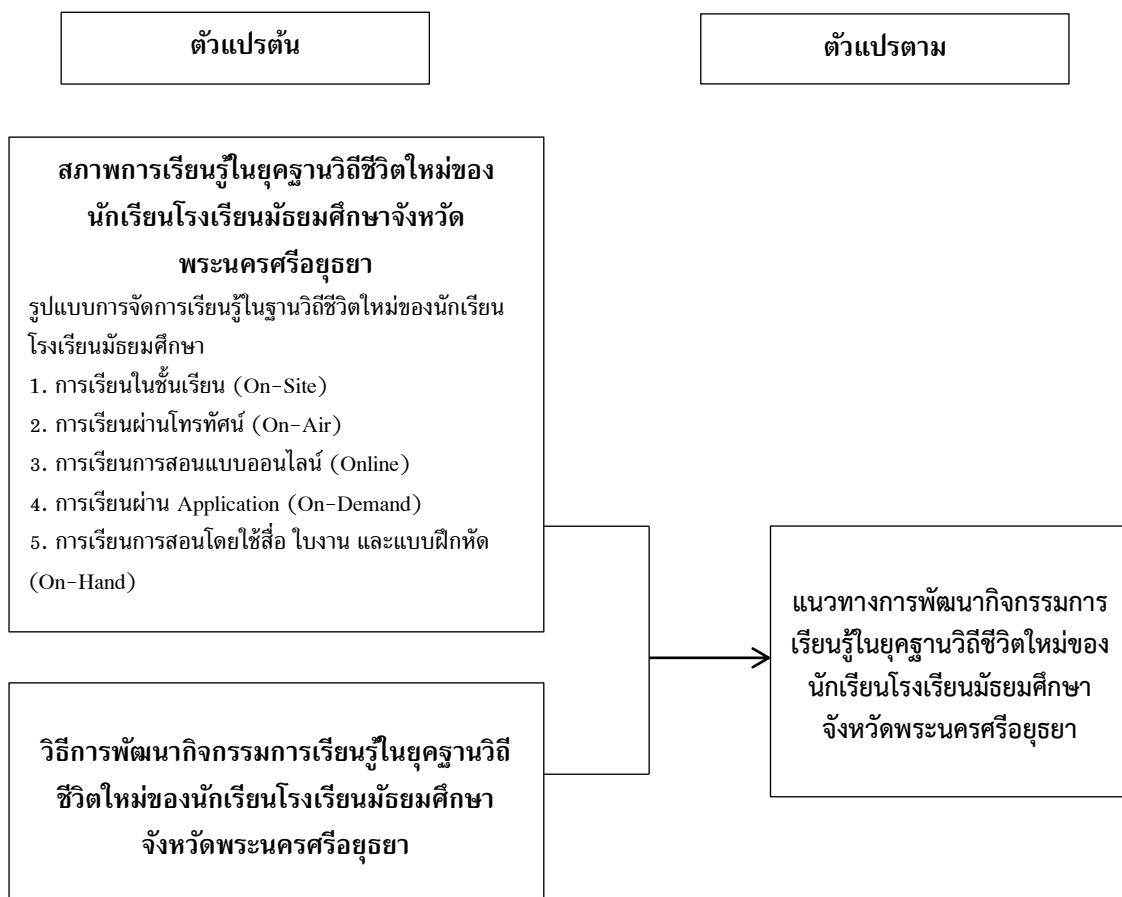
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ 1) วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของนักเรียน จำนวน 175 คน ที่ตอบแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ในยุคฐานวิถีชีวิตใหม่ วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ ในการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและครูโรงเรียนอุทัย อำเภออุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเชิงลึกนำมาจัดกลุ่มข้อมูล (Data Grouping) จำนวน 5 ท่าน ตามสาระสำคัญของประเด็นการสัมภาษณ์

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ในยุคฐานวิถีชีวิตใหม่ของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษาพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้นำเสนอแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับตัวแปร ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

1. สภาพการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในยุควิถีชีวิตใหม่ของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า

สภาพการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในยุควิถีชีวิตใหม่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายรูปแบบโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย พบว่า การเรียนการสอนแบบออนไลน์ (Online) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 การเรียนในชั้นเรียน (On-Site) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 การเรียนรู้โดยใช้สื่อ ใบงานและแบบฝึกหัด (On-Hand) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 การเรียนรู้ผ่าน Application (On-Demand) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.08 และการเรียนผ่านโทรทัศน์ (On-Air) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.95 ตามลำดับ

2. วิธีการพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ในยุควิถีชีวิตใหม่ของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ผลการวิจัยพบว่า

2.1 การเรียนรู้ในชั้นเรียน (On-Site) การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ เป็นไปตามสถานการณ์ COVID-19 จัดการเรียนการสอนแบบ On-Site แบ่งการมาเรียนเป็นตอน ก และ ตอน ข ใช้การเรียนการสอนในรูปแบบผสมผสานกับการเรียนการสอนในรูปแบบต่างๆ ผู้เรียนกับผู้สอนควรมีปฏิสัมพันธ์ในระหว่างกิจกรรมการเรียนรู้ เพื่อการเรียนการสอนที่มีคุณภาพและเกิดประโยชน์กับผู้เรียน คำนึงถึงการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ปรับรูปแบบการเรียนในห้องเรียน จัดตารางให้เหมาะสมใช้หลักสูตรที่ยืดหยุ่น ปรับวิธีการสอน ประเมินตามสภาพผู้เรียน

2.2 การเรียนรู้ผ่านโทรทัศน์ (On-Air) จัดตารางให้เข้ากับการเรียนการสอนตามระบบ On-Air ของโรงเรียนดังกล่าวผ่านระบบเครือข่ายดาวเทียมโรงเรียนมัธยมเน้นการพัฒนาการเรียนรู้ของนักเรียน จัดตารางเรียนให้สอดคล้องกับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ผ่านระบบดาวเทียมของวังไกลกังวล นักเรียนต้องเข้าเรียนให้ตรงตามตารางการ (On-Air) ของระบบดาวเทียม

2.3 การเรียนรู้แบบออนไลน์ (Online) จัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบ Online ใช้ App ในการจัดการเรียนการสอน เช่น Line, Facebook, Zoom, Meet ฯลฯ โดยครูผู้สอนสามารถจัดกิจกรรมการเรียนรู้ได้ตามความถนัดและเหมาะสมกับรายวิชาของตนเอง สร้างสื่อมาใช้ในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยสามารถใช้เรียนได้ในทุกโอกาส โดยนำสื่อออนไลน์ต่างๆ มาใช้ได้ตลอดเวลา จัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบออนไลน์ที่หลากหลายรูปแบบ ครูผู้สอนมีปฏิสัมพันธ์ในระหว่างการจัดกิจกรรมการเรียนรู้มากขึ้น

2.4 การเรียนรู้ผ่าน Application (On-Demand) จัดทำสื่อในรูปแบบผสมเพื่อใช้ในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ผ่าน Application DLTV ใช้สื่อการเรียนรู้ให้มีความน่าสนใจ เนื้อหาที่ผู้เรียนเรียนต้องมีความกระชับและเข้าใจง่าย

2.5 การเรียนรู้โดยใช้สื่อ ใบงาน และแบบฝึกหัด (On-Hand) พัฒนากิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้สื่อ ใบงาน และแบบฝึกหัด (On-Hand) สื่อ ใบงาน แบบฝึกหัดต้องมีรูปแบบที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้เรียนให้ลงมือปฏิบัติกิจกรรมการเรียนรู้

3. แนวทางการพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ในยุควิถีชีวิตใหม่ของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า

3.1 การเรียนในชั้นเรียน (On-Site) เพิ่มมาตรการการคัดกรองที่ดี มีคุณภาพ เพื่อครูผู้สอนสามารถจัดกิจกรรมการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยที่นักเรียนไม่ต้องสลับวันมาเรียน ใช้สื่อเทคโนโลยีที่หลากหลาย เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ และปรับแผนการจัดการเรียนรู้ให้ยืดหยุ่นและเหมาะสมกับสถานการณ์ พัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ให้หลากหลายกิจกรรมในชั้นเรียน หรือผสมผสานกับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ และตรงตามตัวชี้วัด และจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบ Active Learning ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในทุกกิจกรรม รวมทั้งกระตุ้นให้ผู้เรียนประสบความสำเร็จในการเรียนรู้

3.2 การเรียนผ่านโทรทัศน์ (On-Air) ตารางการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ต้องสอดคล้องกับการเรียนผ่านโทรทัศน์ (On-Air) ของโรงเรียนต้นทาง ควรสนับสนุนสื่อ - อุปกรณ์ ให้กับนักเรียนเพื่อใช้ในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ผ่านโทรทัศน์ (On-Air)

3.3 การเรียนการสอนแบบออนไลน์ (Online) การเรียนการสอนแบบออนไลน์ ควรมีแพลตฟอร์มออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ ที่ได้รับการพัฒนาและรองรับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อให้การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรูปแบบออนไลน์เป็นไปอย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพ ผู้เรียนควรมีความพร้อมในการใช้สื่อออนไลน์ มีความพร้อมในการใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาด สามารถสืบค้นหรือวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ และปรับตัวให้เข้ากับกิจกรรมการเรียนรู้ในรูปแบบออนไลน์ได้ โรงเรียนควรจัดหาสื่อและเทคโนโลยีให้พร้อม และให้การช่วยเหลือนักเรียนในเรื่องต่าง ๆ อาทิเช่น การสนับสนุนการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อให้มีความพร้อมในการเข้ารับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรูปแบบออนไลน์ได้ ครูผู้สอนควรจัดทำสื่อประกอบการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่น่าสนใจและมีความหลากหลาย

3.4 การเรียนการสอนผ่าน Application (On-Demand) ครูผู้สอนควรมีสื่อในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่มีความน่าสนใจ เนื้อหาถูกต้อง เป็นสื่อที่จะให้ผลต่อการเรียนการสอนมากที่สุด และสามารถกระตุ้นความสนใจของผู้เรียนช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจในเนื้อหาวิชานั้นได้ดีจากการเรียนการสอนผ่าน Application (On-Demand) ควรออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ให้มีความทันสมัย เข้าใจง่าย เพื่อกระตุ้นความสนใจของผู้เรียนโดยเลือกใช้สื่อที่มีอิทธิพลต่อผู้เรียน

3.5 การเรียนการสอนโดยใช้สื่อ ใบงาน และแบบฝึกหัด (On-Hand) การจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้สื่อ ใบงาน และแบบฝึกหัด ต้องเข้าใจง่าย และมีความถูกต้องครบถ้วนในส่วนเนื้อหาของเนื้อหาและรูปแบบของกิจกรรม ครูผู้สอนควรให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการจัดทำสื่อ ใบงาน และแบบฝึกหัด ต้องทำความเข้าใจและข้อตกลงร่วมกัน กำหนดจุดประสงค์ในการทำใบงาน และแบบฝึกหัดให้ตรงตามตัวชี้วัด และครูผู้สอนควรพัฒนาสื่อ ใบงาน และแบบฝึกหัดให้มีความน่าสนใจ เพื่อกระตุ้นการเรียนรู้ของผู้เรียน

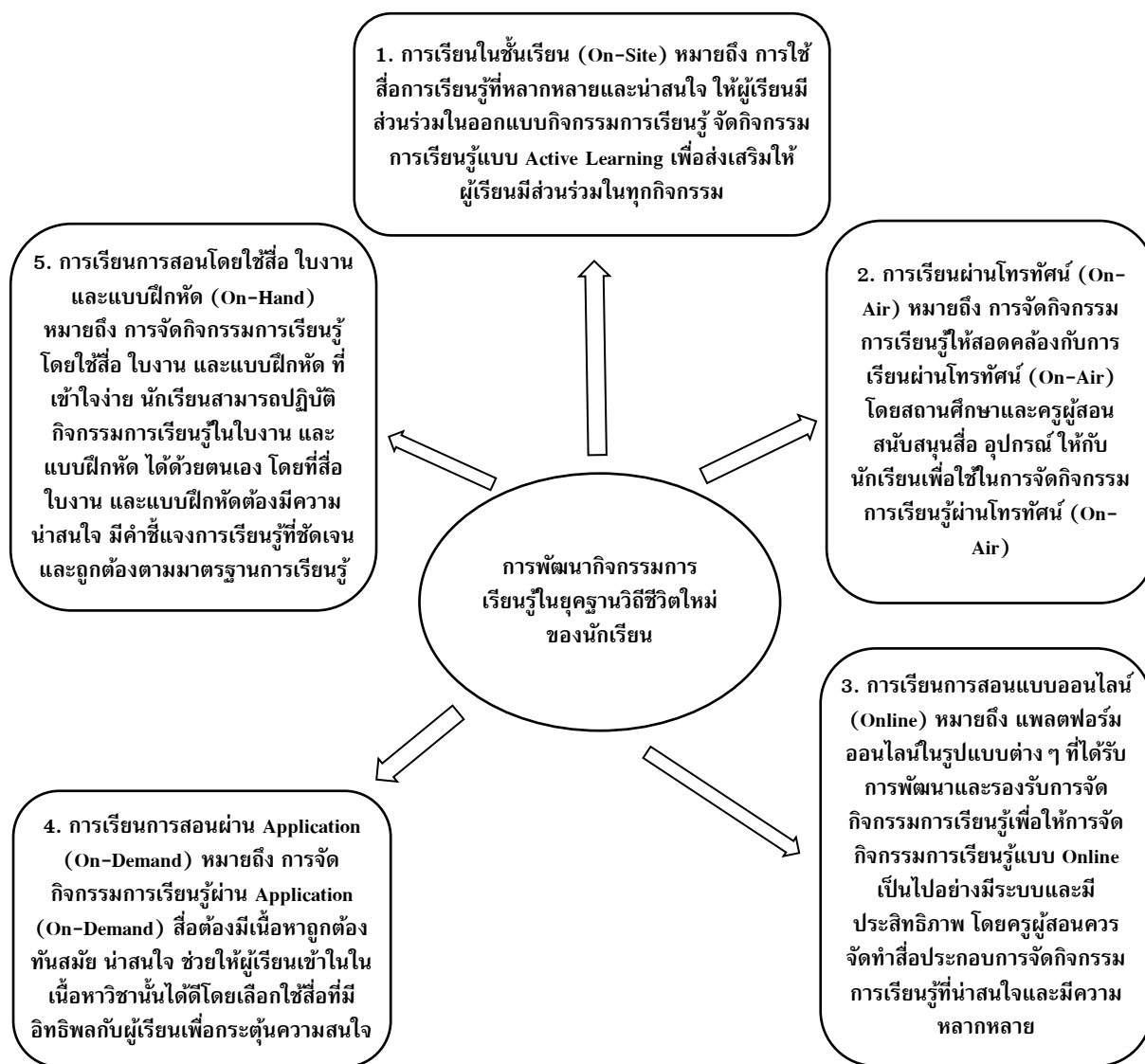
อภิปรายผล

สภาพการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในยุคฐานวิถีชีวิตใหม่ของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า โดยภาพรวม การเรียนการสอนแบบออนไลน์ (Online) อยู่ในระดับมากที่สุด เพราะนักเรียนมัธยมศึกษาได้รับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบ Online โดยผ่านโปรแกรมต่าง ๆ เช่น Zoom, Microsoft Teams, Google Classroom, Skype, Facebook, Line โดยครูผู้สอนจัดกิจกรรมการเรียนรู้ได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 มีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบออนไลน์ที่หลากหลายรูปแบบ ครูผู้สอนและนักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ในระหว่างการจัดกิจกรรมการเรียนรู้มากขึ้น เช่น การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรูปแบบเกมส์ต่าง ๆ ผ่านระบบออนไลน์ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้เรียนเป็นการกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้และสนุกกับกิจกรรมการเรียนรู้ในรูปแบบออนไลน์ สอดคล้องกับ วิทยา วาโย, อภิรติ เจริญกุล, ฉัตรสุดา กานกายนต์ และ จรรยา คนใหญ่ (2563) ได้ทำวิจัยเรื่อง การเรียนการสอนแบบออนไลน์ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 : แนวคิดและการประยุกต์ใช้จัดการเรียนการสอน ผลการวิจัยพบว่า การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้เกิดการปรับตัวเป็นวิถีชีวิตแบบใหม่ (New Normal) โดยเฉพาะสถาบันทางการศึกษาที่ไม่สามารถจัดการเรียนการสอนแบบปกติได้ จึงจำเป็นต้องใช้รูปแบบการเรียนการสอนแบบออนไลน์ เพื่อให้การเรียนรู้เกิดความต่อเนื่อง การเรียนการสอนแบบออนไลน์มีองค์ประกอบ ได้แก่ ผู้สอน ผู้เรียน เนื้อหา สื่อการเรียนรู้และแหล่ง เรียนรู้กระบวนการจัดการเรียนรู้ ระบบการติดต่อสื่อสาร ระบบเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ การวัดและ การประเมินผล รูปแบบการเรียนการสอนมีหลากหลายวิธี ที่ทำให้ผู้สอนและผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันได้ การพิจารณาองค์ประกอบและรูปแบบที่สอดคล้องเหมาะสมกับลักษณะวิชา และบริบทของผู้เรียนจะนำไปสู่ การประยุกต์ใช้สำหรับการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ผู้เรียนเกิดผลลัพธ์การเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ (วิทยา วาโย, อภิรติ เจริญกุล, ฉัตรสุดา กานกายนต์ และ จรรยา คนใหญ่, 2563) และการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ผ่านโทรทัศน์ (On-Air) อยู่ในระดับน้อยที่สุด เพราะกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสภาพการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในยุคฐานวิถีชีวิตใหม่ เป็นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอุทัย นักเรียนไม่ค่อยได้รับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ผ่านโทรทัศน์เนื่องจากการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ผ่านโทรทัศน์ (On-Air) เป็นการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ของ สถานีวิทยุโทรทัศน์การศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม เป็นการจัดการศึกษาเพื่อแก้ปัญหาให้กับโรงเรียนในชนบทที่ส่วนใหญ่ขาดแคลนครูผู้สอน ครูไม่ครบชั้นเรียน ครูคนเดียวต้องสอนหลายวิชา หลายชั้นเรียน ครูจบการศึกษาไม่ตรงกับวิชาที่ต้องสอน ไม่มีความชำนาญในวิชาที่สอน จึงยากที่จะทำให้การเรียนการสอนมีประสิทธิภาพ แต่เนื่องจากโรงเรียนอุทัยไม่มีปัญหาดังกล่าวจึงทำให้การจัดกิจกรรมการ

เรียนผ่านโทรทัศน์ค่อนข้างไม่จำเป็นที่ครูผู้สอนจะนำมาใช้ในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เท่าที่ควร แต่เนื่องด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในช่วงการเรียนแบบออนไลน์อาจจะมีนักเรียนบางกลุ่มที่ได้ใช้การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ผ่านโทรทัศน์บ้างเป็นส่วนน้อย ซึ่งผู้วิจัยวิเคราะห์ได้จากแบบสอบถามสภาพการส่งเสริมกิจกรรมการเรียนรู้ในยุคฐานวิถีชีวิตใหม่ของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

องค์ความรู้ใหม่

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านอยู่อย่างพอเพียงตามหลักเบญจธรรมของนักเรียนโรงเรียนอุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นองค์ความรู้ใหม่ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่

สรุปผลการวิจัย

สภาพการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในยุคฐานวิถีชีวิตใหม่ของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายรูปแบบ พบว่า รูปแบบที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการเรียนการสอนแบบออนไลน์ (Online) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ การเรียนในชั้นเรียน (On-Site) และการเรียนผ่านโทรทัศน์ (On-Air)

วิธีการพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ในยุคฐานวิถีชีวิตใหม่ของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า 1) การเรียนรู้ในชั้นเรียน (On-Site) ผู้เรียนกับผู้สอนควรมีปฏิสัมพันธ์ในระหว่างกิจกรรมการเรียนรู้ คำนึงถึงการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ปรับรูปแบบการเรียนรู้ในห้องเรียน จัดตารางให้เหมาะสมใช้หลักสูตรที่ยืดหยุ่น ปรับวิธีการสอน ประเมินตามสภาพผู้เรียน 2) การเรียนรู้ผ่านโทรทัศน์ (On-Air) จัดตารางเรียนให้สอดคล้องกับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ผ่านระบบดาวเทียมของวังไกลกังวล นักเรียนต้องเข้าเรียนให้ตรงตามตารางการ (On-Air) ของระบบดาวเทียม 3) การเรียนรู้แบบออนไลน์ (Online) ใช้ App ในการจัดการเรียนการสอน เช่น Line, Facebook, Zoom, Meet ฯลฯ โดยครูผู้สอนสามารถจัดกิจกรรมการเรียนรู้ได้ตามความถนัดและเหมาะสมกับรายวิชาของตนเอง 4) การเรียนรู้ผ่าน Application (On-Demand) จัดทำสื่อในรูปแบบผสมเพื่อใช้ในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ผ่าน Application DLTV ใช้สื่อการเรียนรู้ให้มีความน่าสนใจ เนื้อหาที่ผู้เรียนเรียนต้องมีความกระชับและเข้าใจง่าย 5) การเรียนรู้โดยใช้สื่อ ใบงาน และแบบฝึกหัด (On-Hand) พัฒนากิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้สื่อ ใบงาน และแบบฝึกหัดต้องมีรูปแบบที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้เรียนให้ลงมือปฏิบัติกิจกรรมการเรียนรู้

แนวทางการพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ในยุคฐานวิถีชีวิตใหม่ของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 1) การเรียนในชั้นเรียน (On-Site) เพิ่มมาตรการการคัดกรองที่ดี มีคุณภาพ เพื่อครูผู้สอนสามารถจัดกิจกรรมการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยที่นักเรียนไม่ต้องสลับวันมาเรียน ให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ และปรับแผนการจัดการเรียนรู้ให้ยืดหยุ่นและเหมาะสมกับสถานการณ์ 2) การเรียนผ่านโทรทัศน์ (On-Air) ควรสนับสนุนสื่อ-อุปกรณ์ ให้กับนักเรียนเพื่อใช้ในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ผ่านโทรทัศน์ (On-Air) 3) การเรียนการสอนแบบออนไลน์ (Online) ควรมีแพลตฟอร์มออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ ที่ได้รับการพัฒนาและรองรับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อให้การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรูปแบบออนไลน์เป็นไปอย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพ ผู้เรียนควรมีความพร้อมในการใช้สื่อออนไลน์ มีความพร้อมในการใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาด สามารถสืบค้นหรือวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ และปรับตัวให้เข้ากับกิจกรรมการเรียนรู้ในรูปแบบออนไลน์ได้ 4) การเรียนการสอนผ่าน Application (On-Demand) ครูผู้สอนควรมีสื่อในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่มีความน่าสนใจ เนื้อหาถูกต้อง เป็นสื่อที่จะให้ผลต่อการเรียนการสอนมากที่สุด และสามารถกระตุ้นความสนใจของผู้เรียน ช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจในเนื้อหาวิชานั้นได้ดีจากการเรียนการสอนผ่าน Application (On-Demand) 5) การเรียนการสอนโดยใช้สื่อ ใบงาน และแบบฝึกหัด (On-Hand) ครูผู้สอนควรให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการจัดทำสื่อ ใบงาน และแบบฝึกหัด ต้องทำความเข้าใจและข้อตกลงร่วมกัน กำหนดจุดประสงค์ในการทำใบงาน และแบบฝึกหัดให้ตรงตามตัวชี้วัด และครูผู้สอนควรพัฒนาสื่อ ใบงาน และแบบฝึกหัดให้มีความน่าสนใจ เพื่อกระตุ้นการเรียนรู้ของผู้เรียน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 การเรียนในชั้นเรียน (On-Site) ควรจัดกิจกรรมในรูปแบบ Active Learning ให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตรงตามตัวชี้วัด เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเชื่อมโยงความรู้หรือสร้างความรู้ให้เกิดขึ้นในตนเอง ลงมือปฏิบัติจริงผ่านสื่อหรือกิจกรรมการเรียนรู้ โดยครูผู้สอนมีบทบาทคอยแนะนำ หรือกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้

1.2 การเรียนผ่านโทรทัศน์ (On-Air) ควรพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ผ่านโทรทัศน์ (On-Air) จัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้สอดคล้องและตรงตามตัวชี้วัด และเนื้อหาที่ใช้ในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้จะต้องเป็นไปในทางเดียวกันกับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ผ่านโทรทัศน์

1.3 การเรียนการสอนแบบออนไลน์ (Online) ควรพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้แบบออนไลน์ (Online) จัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่น่าสนใจด้วยกิจกรรมการเรียนรู้แบบออนไลน์ที่หลากหลายรูปแบบ เพื่อให้ให้นักเรียนและครูผู้สอนมีปฏิสัมพันธ์ในระหว่างการจัดกิจกรรมการเรียนรู้มากขึ้น

1.4 การเรียนการสอนผ่าน Application (On-Demand) ควรพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ผ่าน Application (On-Demand) จัดทำสื่อในรูปแบบผสมเพื่อใช้ในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ผ่าน Application DLTV ใช้สื่อการเรียนรู้ให้มีความน่าสนใจ เนื้อหาที่ผู้เรียนเรียนต้องมีความกระชับและเข้าใจง่าย

1.5 การเรียนการสอนโดยใช้สื่อ ใบงาน และแบบฝึกหัด (On-Hand) วิธีการพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้สื่อ ใบงาน และแบบฝึกหัด (On-Hand) สื่อ ใบงาน แบบฝึกหัดต้องมีรูปแบบที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้เรียนให้ลงมือปฏิบัติกิจกรรมการเรียนรู้

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรการพัฒนา กิจกรรมการเรียนรู้ในยุคฐานวิถีชีวิตใหม่ของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นการศึกษาเฉพาะพื้นที่ซึ่งผลที่ได้จากการดำเนินการวิจัยอาจจะมีข้อจำกัดที่แตกต่างจากสถานศึกษาอื่น เนื่องจากโรงเรียนอุทัยมีความพร้อมในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรูปแบบออนไลน์โดยเฉพาะของโรงเรียน

2.2 ควรมีการศึกษาประสิทธิภาพของการจัดการเรียนรู้ใน 5 รูปแบบ ในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาอื่น ๆ

เอกสารอ้างอิง

- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2551). การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: บริษัท เอส.อาร์.พรินต์ติ้ง แมสโปรดักส์.
- ธานี สุขโซโต และ วรกฤต เกื่อนช้าง. (2563). การดูแลช่วยเหลือนักเรียนและการจัดการ เรียนการสอนในสถานการณ์โควิด-19. *บัณฑิตศึกษาปริทรรศน์ วิทยาลัยสงฆ์นครสวรรค์*, 8(2), 143-154.
- วิทยา วาโย, อภิรติ เจริญกุล, ฉัตรสุดา กานกายนต์ และ จรรยา คนใหญ่. (2563). การเรียนการสอนแบบออนไลน์ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัส COVID-19: แนวคิด และการประยุกต์ใช้จัดการเรียนการสอน. *วารสารศูนย์อนามัยที่ 9*, 14(34), 285-298.
- ศุภวรรณ การุญญะวีร์. (2564). การเรียนการสอนสำหรับนักเรียนในสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19. *วารสารบรรณการศึกษาและมนุษยสังคมศาสตร์*, 2(2), 48-55.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2561). นโยบายด้านการจัดการศึกษาเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ. สืบค้น 20 มิถุนายน 2564. จาก <http://www.obec.go.th/documents/49552>.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2551). *กรอบทิศทางการพัฒนาการศึกษาในช่วงแผนพัฒนา เศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554)*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Morens, D. M., Daszak, P., Markel, H., & Taubenberger, J. K. (2020). Pandemic COVID-19 joins history's pandemic legion. *MBio*, 11(3), e00812-20.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟurigจิตราคาเฟ แอนด์ฟาร์ม ของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี

FACTORS INFLUENCING THE DECISION TO BUY FRESH COFFEE FROM WARIJJITRA CAFE AND CONSUMER FARM IN UBON RATCHATHANI

จารุวรรณ วรชิน^{1*} ภัทธฤทัย เกณิกาสมานวรคุณ²

Jaruwan Worachin¹ Phatthararuethai Kenikasahmanworakhun²

¹ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยทองสุข ² คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยทองสุข

¹ Master of Business Administration, Thongsook College ² Faculty of Business Administration, Thongsook College

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟurigจิตราคาเฟ แอนด์ฟาร์มของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี (2) ความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟurigจิตราคาเฟ แอนด์ฟาร์ม ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริโภคที่เคยซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟurigจิตราคาเฟ แอนด์ฟาร์ม กลุ่มตัวอย่าง 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 21-30 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และมีอาชีพพนักงานเอกชน ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟurigจิตราคาเฟ แอนด์ฟาร์มของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสด พบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์การตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟurigจิตราคาเฟ แอนด์ฟาร์ม ด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณ พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ มีค่าเท่ากับ .657 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 และสมการพยากรณ์ร้อยละ 64.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน การตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟurigจิตราคาเฟ แอนด์ฟาร์ม พบว่า มีความสอดคล้องในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

คำสำคัญ: ปัจจัย, ส่วนประสมทางการตลาดบริการ, การตัดสินใจซื้อ, กาแฟสด

* E-mail address: memeiworachin@gmail.com ¹ oilpunpun2522@gmail.com ²

ABSTRACT

The objectives of this research article were to study (1) factors influencing the decision to buy fresh coffee from Warijittra cafe and farm of consumers in Ubon Ratchathani province (2) the relationship of factors influencing the decision to buy fresh coffee from Warijittra Cafe and Farm, the population used in the study were consumers who used to buy fresh coffee from a coffee shop Warijittra Cafe and Farm, a sample of 400 people, research tools are questionnaire; the statistics used the data analysis were percentage, mean, standard deviation and correlation coefficient analysis and test hypothesis by analyzing multiple regressions.

The result of the study found that: The results of the study found that most of the respondents were male, aged 21-30 years, with education below a bachelor's degree, an average monthly income of 10,001-20,000 baht, and a career as a private employee. The results of the analysis of factors influencing the decision to buy fresh coffee from Warijittra Cafe and consumer farm in Ubon Ratchathani province, overall, it was at a high level, relationship Factors influencing coffee purchasing decision was found to be in the same direction statistically significant at 0.00.

The results of the analysis of the relationship between the decision to buy fresh coffee from Warijittra Cafe and Farm by using the multiple regression method revealed that the multiple correlation coefficient was .657 with a statistical significance of 0.00 and the forecast equation of 64.4%, hypothesis test results the decision to buy fresh coffee from Warijittra Cafe and Farm coffee shop was found to be consistent in the same direction statistical significant at 0.00.

Keywords: Factors, Service Marketing mix, Purchase Decision, Fresh Coffee

บทนำ

กาแฟเป็นพืชที่มีถิ่นกำเนิดบริเวณทวีปแอฟริกา ช่วงต้นนั้นกาแฟเป็นพืชป่าจนกระทั่งได้ถูกนำมาปลูกในดินแดนอาระเบีย ก่อนจะแพร่หลายไปยังภูมิภาคอื่นๆ ของโลก เช่น ลาตินอเมริกา อินเดีย และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นต้น สายพันธุ์กาแฟนั้นมีอยู่มากมายหลากหลาย แต่สายพันธุ์ที่มีการบริโภคหลักๆ มีอยู่ 2 สายพันธุ์ ได้แก่ คอฟเฟ คาเนโฟรา (Coffea Canephora) หรือที่รู้จักในชื่อคอฟเฟ โรบัสตา (Coffea Robusta) ซึ่งมีต้นกำเนิดบริเวณภาคกลางและตะวันตกของแอฟริกา กับคอฟเฟ อาราบิกา (Coffea Arabica) ซึ่งสายพันธุ์นี้มีต้นกำเนิดในเอธิโอเปียและเยเมน (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2552) จากเมล็ดกาแฟสู่เครื่องดื่มมีกาแฟอื่นที่ได้รับความนิยมจากคนทุกเพศทุกวัย เพราะทำให้ผู้บริโภครู้สึกสดชื่น ตื่นตัว และไม่่วงซึม และกาแฟสดเป็นเครื่องดื่มที่มีกลิ่นและรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งตลาดของกาแฟสดแบ่งเป็น 3 กลุ่มคือ กาแฟคั่วบด หรือกาแฟสด กาแฟสดผงสำเร็จรูป และกาแฟสดพร้อมดื่ม หรือกาแฟสดกระป๋อง โดยปัจจุบันคนไทยได้หันมานิยมดื่มกาแฟเฉลี่ย 300 แก้ว/คน/ปี (บริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด, 2563) และการบริโภคกาแฟสดไม่เพียงแต่บริโภคเพื่อรสชาติเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการแสดงออกถึงค่านิยมของผู้บริโภค และปัจจุบันมีการแสดงออกถึง Life Style การบริโภคลงในสังคมออนไลน์ซึ่งปัจจุบันร้านกาแฟสดส่วนใหญ่ที่ได้รับความนิยมเป็นส่วนใหญ่ นอกจากเป็นสถานที่ขายเครื่องดื่มและอาหารแล้วยังเป็นสถานที่สำหรับพักผ่อน พบปะสังสรรค์ ทำงาน และการเข้าใช้บริการร้านกาแฟยังแสดงถึงค่านิยมการใช้ชีวิตอีกด้วย จึงส่งผลให้ธุรกิจร้านกาแฟมีอัตราการขยายตัวสูงขึ้น ซึ่งจะเห็นได้จากการขยายสาขาไปยัง มหาวิทยาลัย บัณฑิตวิทยาลัย และห้างสรรพสินค้า มีจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ โดยสามารถแบ่งธุรกิจร้านกาแฟตามระดับได้ดังนี้ ร้านกาแฟพรีเมียม ร้านกาแฟระดับกลางและร้านกาแฟล่าง โดยตลาดพรีเมียม มีส่วนแบ่งตลาด ร้อยละ 47 คิดเป็นมูลค่า 8,240 ล้านบาท มีอัตราเติบโตเฉลี่ย ร้อยละ 10.8 ต่อปี ซึ่งเป็นร้านกาแฟที่ได้รับความนิยมจากนักลงทุนชาวต่างชาติเป็นอย่างมาก ซึ่งการเข้ามาจากร้านกาแฟต่างประเทศส่งผลให้

ธุรกิจร้านกาแฟมีการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น จากมูลค่าที่เพิ่มขึ้นทุกปี ของธุรกิจร้านกาแฟ บ่งบอกถึงการแข่งขันที่สูงขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้ผู้ประกอบการทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติจึงต้องหากลยุทธ์ต่าง ๆ มาต่อสู้กับคู่แข่งทางการค้า เพื่อก้าวเป็นผู้นำตลาด ทั้งการรักษาฐานลูกค้าเก่าและเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งเป็นปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านนั้น ๆ นอกจากนี้ยังต้องปรับตัวไปตามยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปอีกด้วย (เอื้องฟ้า ภายธัญลักษณ์, 2559)

จังหวัดอุบลราชธานี ตั้งอยู่ในบริเวณที่เรียกว่า แอ่งโคราช (Khorat basin) โดยสูงจากระดับน้ำทะเล เฉลี่ยประมาณ 68 เมตร (227 ฟุต) ลักษณะโดยทั่วไปเป็นที่ราบสูงลาดเอียงไปทางตะวันออกมีแม่น้ำโขง เป็นแนวเขตกับจังหวัดอุบลราชธานีกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีแม่น้ำชีไหลมาบรรจบกับ แม่น้ำมูลซึ่งไหลผ่านกลางจังหวัด จากทิศตะวันตกมายังทิศตะวันออกแล้วไหลลงสู่แม่น้ำโขง ที่อำเภอโขงเจียม และมีลำน้ำใหญ่ ๆ อีกหลายสาย ได้แก่ ลำเซบก ลำโดมใหญ่ ลำโดมน้อย และมีภูเขาสลับซับซ้อนหลายแห่ง ทางบริเวณชายแดน ตอนใต้ที่สำคัญคือเทือกเขาบรรทัดและเทือกเขาพนมดงรักซึ่งกั้นอาณาเขตระหว่าง จังหวัดอุบลราชธานีกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และกัมพูชา (สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดอุบลราชธานี, 2564) เพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขันกับคู่แข่งร้านกาแฟธุรกิจราคาเฟรนด์ ฟาร์ม (Warichjitra Cafe and Farm) เป็นร้านอาหารและคาเฟ่ แห่งอุบลราชธานีกับบรรยากาศสุดชิคที่เป็ดรอให้คุณมาเยือน เหมาะสำหรับทุกคนในครอบครัวมีพื้นที่จอดรถ และสนามหญ้าให้นั่งเล่นร้านบรรยากาศสวยงาม ธรรมชาติสุด อาหารเครื่องดื่มหลากหลาย สถานที่กว้างขวาง มีมุมสวย ๆ ให้ถ่ายรูปมากมาย เมื่อถึงวันหยุดเสาร์อาทิตย์หลายคนคงมีคำถามว่าจะไปที่ไหนดี คำถามนี้คงเกิดขึ้นกับใครหลายคนที่ยากหาตัวเลือกสำหรับการพักผ่อนในช่วงวันหยุดนี้ เราลองเปลี่ยนบรรยากาศไปเที่ยวคาเฟ่ จังหวัดอุบลราชธานีกันดูไหมคะ เพราะที่นี่ไม่ใช่แค่เพียงจะมีคาเฟ่น่ารัก ๆ ให้เราได้ถ่ายรูปเช็คอินแล้ว แต่ยังเป็นสถานที่ที่เราได้เรียนรู้เรื่องการทำเกษตร พร้อมทั้งยังมีอาหารและเครื่องดื่มสุดอร่อยไว้คอยบริการอีกด้วย (วาริจจิตราคาเฟ่ แอนด์ ฟาร์ม, 2564)

ร้านกาแฟวาริจจิตรา คาเฟ่ แอนด์ ฟาร์ม (Warichjitra cafe and farm) คาเฟ่สุดชิคสำหรับทุกคนในครอบครัวเปิดให้บริการร้านอาหารและคาเฟ่ พร้อมทั้งมีสัตว์น่ารัก ๆ เช่น กระต่าย เต่า และหมูแคระ ไว้เอาใจสายครอบครัวที่พาเด็ก ๆ มาดู พร้อมทั้งมีบรรยากาศและกลิ่นอายที่เต็มไปด้วยธรรมชาติรอบตัว อีกทั้งยังเปิดให้บริการสำหรับคู่บ่าวสาวไว้ถ่ายพิธีเวดดิ้งจัดงานแต่งงานแบบเรียบง่ายสไตล์มินิมอลอีกด้วย ที่นี่จึงเหมาะสำหรับคนทุกเพศทุกวัย ด้วยมีพื้นที่จอดรถและสนามหญ้ากว้างขวางให้นั่งเล่นทำกิจกรรมต่าง ๆ โดยสามารถนำสัตว์เลี้ยงอย่างน้องหมา หรือน้องแมวเข้ามาวิ่งเล่นในบริเวณสนามได้ พร้อมทั้งมีมุมให้ถ่ายรูปอีกเยอะแยะมากมาย กับจุดต่าง ๆ ที่ทางวาริจจิตราจัดไว้คอยรองรับ การเปิดตัวของทางวาริจจิตราคาเฟ่ แอนด์ ฟาร์ม ถือว่าได้ผลตอบรับที่ดีเกินคาด เพราะมีลูกค้าเข้ามาอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ต่าง ๆ ทำให้ที่นี่คราคร่ำไปด้วยลูกค้ามากมายที่มาใช้เวลาวันหยุดพักผ่อนทำกิจกรรมต่าง ๆ ยังไม่หมดแต่เพียงเท่านี้ ทางร้านจะมีโฟลด์ของให้ฟังเพลง ๆ กันในวันอังคารถึงวันอาทิตย์ช่วงเย็น เวลา 17.00 - 20.00 น. และเมื่อถึงช่วงหน้าหนาวที่นี่จะมีเบียร์สดและบาร์บีคิวไว้จำหน่ายให้กับลูกค้าที่มา ต้องบอกว่าเจ้าของร้านเป็นเจ้าของเดียวกับ Brand Fantom ที่เป็นเครื่องหนังแฮนด์เมด ซึ่งมีวางจำหน่ายในร้าน B2S และ BETREND ในห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วประเทศกว่า 50 สาขา และที่พิเศษคือที่ร้านวาริจจิตราก็มีวางจำหน่ายพร้อมสลักชื่อให้ฟรีด้วย

บทความนี้นำเสนอถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อกาแฟสดของจากร้านกาแฟวาริจจิตราคาเฟ่ แอนด์ฟาร์มของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี ทั้งปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด นำไปสู่การปรับปรุงพัฒนากลยุทธ์การตลาด สินค้าและบริการด้านต่าง ๆ เพื่อให้เป็นแหล่งข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการที่จะสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด และนำผลการวิจัยในครั้งนี้ เป็นข้อมูลส่วนหนึ่งที่สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพทั้งในด้านการบริการของร้านให้เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้า อีกทั้งยังทำให้แนวโน้มพฤติกรรมของลูกค้าจะเป็นไปในทิศทางใดในอนาคตเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและเกิดความพึงพอใจและมาใช้บริการที่ร้านต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟจริงจิตราคาเฟ แอนด์ฟาร์มของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟจริงจิตราคาเฟ แอนด์ฟาร์มของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริโภคที่เคยซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟจริงจิตราคาเฟ แอนด์ฟาร์ม ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) เฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคที่เคยซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟจริงจิตราคาเฟ แอนด์ฟาร์ม จำนวน 400 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม เพื่อใช้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟจริงจิตราคาเฟ แอนด์ฟาร์มของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 400 ชุด แบบสอบถามได้แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ มีจำนวน 5 ข้อคำถาม เป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check list), ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟจริงจิตราคาเฟ แอนด์ฟาร์มของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบปลายปิด มีจำนวน 28 ข้อคำถาม ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟจริงจิตราคาเฟ แอนด์ฟาร์ม มี 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบปลายเปิด มีจำนวน 20 ข้อคำถาม และตอนที่ 4 แบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ รวมทั้งสิ้น 53 ข้อคำถาม

2.2 การตรวจสอบเครื่องมือจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาปรับปรุงตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) เพื่อแสดงผลการประเมิน IOC โดยแต่ละข้อคำถามเป็นการให้ความสำคัญในแต่ละประเด็นที่มีคำตอบให้เลือกแบบมาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) และนำแบบสอบถามไปทดสอบกับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน และหาความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient) มีค่าความเชื่อมั่นเป็นรายด้านและรวมทั้งฉบับ ดังนี้ (1) ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟจริงจิตราคาเฟ แอนด์ฟาร์มของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่ ข้อคำถามเกี่ยวกับด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .894 ด้านราคา มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .920 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .949 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .730 ด้านบุคลากร มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .888 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .905 และด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .952 (2) ข้อคำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟจริงจิตราคาเฟ แอนด์ฟาร์ม ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .757 ด้านการค้นหาข้อมูล มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .894 ด้านการประเมินผลทางเลือก มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .920 ด้านการตัดสินใจซื้อ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .949 และด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .730 เมื่อทดสอบแบบสอบถามทั้งฉบับ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .902

3. สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟวิจิตรราคาเฟ้ แอนด์ฟาร์มของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยที่เก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีแหล่งที่มาข้อมูล 2 แหล่งคือ

4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary source) ใช้แบบสอบถามในการวิจัยจากผู้บริโภคที่เคยซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟวิจิตรราคาเฟ้ แอนด์ฟาร์ม ในจังหวัดอุบลราชธานี โดยผู้วิจัยได้ทำการทดสอบ Pretest นำแบบสอบถามจำนวน 40 ชุด ไปแจกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน เพื่อเป็นการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม โดยกำหนดการเก็บข้อมูลจะดำเนินการกับผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี จากนั้นนำมาทดสอบหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) เพื่อให้แบบสอบถามมีความเชื่อถือได้และหลังจากนั้น โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ผู้วิจัยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากจำนวนประชากรทั้งหมดที่เป็นผู้บริโภคที่เคยซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟวิจิตรราคาเฟ้ แอนด์ฟาร์ม จำนวน 400 คน เป็นกลุ่มตัวอย่างที่เก็บตามความเป็นจริง

4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary source) เป็นการศึกษาข้อมูลจากแหล่งที่มีผู้ศึกษาและเก็บรวบรวมเอกสารทางวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ การสืบค้นจากสารสนเทศและข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลที่ต้องการจะศึกษา แนวคิด ทฤษฎีเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาสนับสนุนงานวิจัยฉบับนี้ ซึ่งในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้ 1) ข้อมูลแจกแบบสอบถามให้แก่ประชากรที่กำหนดไว้ 2) ตอบข้อซักถามบางประการที่ผู้ตอบแบบสอบถามจะต้องการคำอธิบายเพิ่มเติม 3) เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้ข้อมูลครบถ้วนแล้ว เพื่อนำไปจัดทำและเตรียมสำหรับการวิเคราะห์

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการใช้เชิงสำรวจเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้เครื่องมือทางสถิติในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

5.2 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟวิจิตรราคาเฟ้ แอนด์ฟาร์มของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ เป็นการนำสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ใช้ในการหาความสัมพันธ์การตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟวิจิตรราคาเฟ้ แอนด์ฟาร์ม เพื่อทดสอบสมมติฐานที่กำหนดไว้ โดยผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ค่าสถิติโดยการวิเคราะห์ การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) และการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยสัมประสิทธิ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ซึ่งเป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ค่าที่ได้เรียกว่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ปกติจะมีค่าอยู่ระหว่าง -1.00 ถึง 1.00

การกำหนดความหมายของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Correlation) มีดังนี้

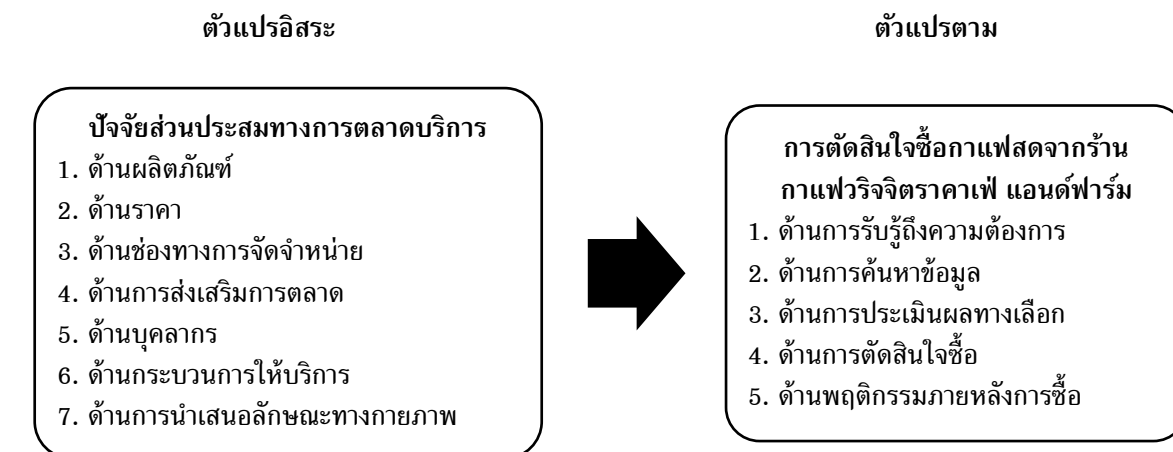
1. ค่า r เป็นบวก และเข้าใกล้ 1 หมายถึง ตัวแปร X และ Y มีความสัมพันธ์กันมากในเชิงเส้น และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือ ถ้าตัวแปรตัวหนึ่งเพิ่มขึ้น อีกตัวแปรหนึ่งและก็มีค่าเพิ่มขึ้น หรือถ้าตัวแปรหนึ่งลดลง อีกตัวแปรหนึ่งจะมีค่าลดลงด้วย

2. ค่า r เป็นลบ และเข้าใกล้ -1 หมายถึง ตัวแปร X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม คือ ถ้าตัวแปรหนึ่งเพิ่มขึ้น อีกตัวแปรหนึ่งจะมีค่าลดลง หรือถ้าตัวแปรหนึ่งลดลง อีกตัวแปรหนึ่งจะมีค่าเพิ่มขึ้น

3. ถ้า r มีค่าใกล้ 0 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันน้อย

4. ถ้า r เท่ากับ 0 แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟวิจิตรราคาเฟ่ แอนด์ฟาร์มของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่า

มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 อายุ 21-30 ปี จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 มีอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0

1.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟวิจิตรราคาเฟ่ แอนด์ฟาร์มของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี

ตารางที่ 1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟวิจิตรราคาเฟ่ แอนด์ฟาร์มของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟ วิจิตรราคาเฟ่ แอนด์ฟาร์มของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.11	.581	มากที่สุด	1
2. ด้านราคา	3.68	.928	มาก	7
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.91	.786	มาก	4
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.97	.590	มาก	3
5. ด้านบุคลากร	4.09	.628	มาก	2
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.79	.830	มาก	6
7. ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.81	.878	มาก	5
รวม	3.93	.713	มาก	

จากตารางที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟวิจิตรราคาเฟ่ แอนด์ฟาร์มของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงอันดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.11$) ด้าน

บุคลากร ($\bar{X} = 4.09$) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.97$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.91$) ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X} = 3.81$) ด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{X} = 3.79$) และด้านราคา ($\bar{X} = 3.68$) ตามลำดับ

1.2 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจซื้อจากร้านกาแฟจริงจิตราคาเฟ่ แอนด์ฟาร์ม

ตารางที่ 2 การตัดสินใจซื้อจากร้านกาแฟจริงจิตราคาเฟ่ แอนด์ฟาร์ม

การตัดสินใจซื้อจากร้านกาแฟจริงจิตราคาเฟ่ คาเฟ่แอนด์ฟาร์ม	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
1. ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ	3.97	.669	มาก	3
2. ด้านการค้นหาข้อมูล	3.81	.878	มาก	4
3. ด้านการประเมินผลทางเลือก	3.98	.641	มาก	2
4. ด้านการตัดสินใจซื้อ	3.70	.763	มาก	5
5. ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ	4.17	.610	มาก	1
รวม	3.91	.676	มาก	

จากการวิเคราะห์การตัดสินใจซื้อจากร้านกาแฟจริงจิตราคาเฟ่ แอนด์ฟาร์ม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงอันดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ($\bar{X} = 4.17$) ด้านการประเมินผลทางเลือก ($\bar{X} = 3.98$) ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ($\bar{X} = 3.97$) ด้านการค้นหาข้อมูล ($\bar{X} = 3.81$) และด้านการตัดสินใจซื้อ ($\bar{X} = 3.70$) ตามลำดับ

2. ความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อจากร้านกาแฟจริงจิตราคาเฟ่ แอนด์ฟาร์มของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่า

2.1 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อจากร้านกาแฟจริงจิตราคาเฟ่ แอนด์ฟาร์มของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อจากร้านกาแฟจริงจิตราคาเฟ่ แอนด์ฟาร์มของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี ด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Correlation)

ตัวแปรอิสระ	การตัดสินใจซื้อจากร้านกาแฟจริงจิตราคาเฟ่ แอนด์ฟาร์มของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี	
	Pearson's Correlation	Sig. (1-tailed)
1. ด้านผลิตภัณฑ์	.557***	0.000
2. ด้านราคา	.447***	0.000
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.573***	0.000
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	.550***	0.000
5. ด้านบุคลากร	.439***	0.000
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	.628***	0.000
7. ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	.564***	0.000

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

จากตารางที่ 3 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟฟรียิจิตราคาเฟ แอนด์ฟาร์มของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี ด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Correlation) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดทุกด้าน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .557, .447, .573, .550, .439, .628 และ .564 โดยมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟฟรียิจิตราคาเฟ แอนด์ฟาร์มของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟฟรียิจิตราคาเฟ แอนด์ฟาร์มของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี ด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟฟรียิจิตราคาเฟ แอนด์ฟาร์มของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี	B	Beta	t	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1)	.141	.122	9.197	.000
2. ด้านราคา (X_2)	.053	.510	1.980	.000
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3)	.187	.218	15.703	.000
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (X_4)	.424	.370	47.395	.000
5. ด้านบุคลากร (X_5)	.346	.322	29.826	.000
6. ด้านกระบวนการให้บริการ (X_6)	.103	.101	2.379	.000
7. ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (X_7)	.188	.244	12.742	.000

$R = 0.657$, $R^2 = 0.644$, Adjusted $R^2 = 0.638$, SEE = 0.032, F = 24593.449, Sig = 0.000

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟฟรียิจิตราคาเฟ แอนด์ฟาร์มของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี ด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ให้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) มีค่าเท่ากับ 0.657 และสามารถอธิบายความผันแปรของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟฟรียิจิตราคาเฟ แอนด์ฟาร์มของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 ได้ร้อยละ 64.4 ($R^2=0.644$) โดยสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

สมการพยากรณ์

$$Y = a + B_1 X_1 + B_2 X_2 + B_3 X_3 + B_4 X_4 + B_5 X_5 + B_6 X_6 + B_7 X_7$$

$$\text{Decision} = .096 + .141\text{Prod} + .053\text{Price} + .187\text{Place} + .424\text{Prom} + .346\text{Pers} + .103\text{Proc} + 1.88\text{Phys}$$

$$(9.197) \quad (1.980) \quad (15.730) \quad (47.395) \quad (29.826) \quad (2.379) \quad (12.742)$$

จากสมการพยากรณ์พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟฟรียิจิตราคาเฟ แอนด์ฟาร์ม ของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี ได้ดีที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด อันดับรองลงมา คือ ด้านบุคลากร ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ และอันดับสุดท้าย คือ ด้านราคา

2.2 การทดสอบสมมติฐาน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟฟรียิจิตราคาเฟ แอนด์ฟาร์ม ของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี ดังนี้

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟแฟรจิจิตราคาเฟ่ แอนด์ ฟาร์มของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี

	สมมติฐานการวิจัย	ค่าสัมประสิทธิ์ เส้นทาง	t	สรุป
H ₁	ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟแฟรจิจิตราคาเฟ่ แอนด์	0.141	9.197***	สอดคล้อง
H ₂	ด้านราคามีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟแฟรจิจิตราคาเฟ่ แอนด์ฟาร์ม	0.053	1.980***	สอดคล้อง
H ₃	ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟแฟรจิจิตราคาเฟ่ แอนด์ฟาร์ม	0.187	15.703***	สอดคล้อง
H ₄	ด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟแฟรจิจิตราคาเฟ่ แอนด์ฟาร์ม	0.424	47.395***	สอดคล้อง
H ₅	ด้านบุคลากรมีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟแฟรจิจิตราคาเฟ่ แอนด์ฟาร์ม	0.346	29.826***	สอดคล้อง
H ₆	ด้านกระบวนการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟแฟรจิจิตราคาเฟ่ แอนด์ฟาร์ม	0.103	2.379***	สอดคล้อง
H ₇	ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟแฟรจิจิตราคาเฟ่ แอนด์ฟาร์ม	0.188	12.742***	สอดคล้อง

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

จากผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟแฟรจิจิตราคาเฟ่ แอนด์ฟาร์มของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี ทุกสมมติฐานอิทธิพลทางบวก และมีความสอดคล้องโดยค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ .141, .053, .187, .424, .346, .103 และ .188 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟแฟรจิจิตราคาเฟ่ แอนด์ฟาร์มของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงอันดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านราคา เป็นเพราะกาแฟมีรสชาติดี คุณภาพของวัตถุดิบดี เมนูกาแฟมีความหลากหลาย และทรายหือเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย พนักงานมีอัธยาศัยดี สุภาพ และมีมารยาท พนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย สวมหน้ากากอนามัยตลอดการปฏิบัติงาน และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความรู้ความเข้าใจที่จะสามารถตอบคำถามหรือให้คำแนะนำแก่ลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริประภา นพชัยยา (2558) ศึกษาเรื่องปัจจัยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดของผู้บริโภคจากร้านคาเฟ่โอเมซอน ในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดของผู้บริโภคจากร้านคาเฟ่โอเมซอน ในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ 6 ปัจจัยด้วยกัน คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านบุคลากรและกระบวนการให้บริการ ส่วนผลการวิจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ศึกษาว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดของผู้บริโภคจากร้านคาเฟ่ โอเมซอน ในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกันหรือไม่ โดยจากผลการวิจัย พบว่า เพศ อายุระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

กาแฟสดของผู้บริโภคจากร้านกาแฟเมซอน ในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และยังสอดคล้องกับ จุฑาภรณ์ เหมือนชู และศุภลักษณ์ ฉินตระกูล (2564) ศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคและใช้บริการร้านกาแฟสดคาเฟ่เมซอน ในสถานบริการน้ำมัน ปตท. จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า 1) ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคและใช้บริการร้านกาแฟสดคาเฟ่เมซอนในสถานบริการน้ำมัน ปตท. จังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน คือ ด้านบุคลากร รองลงมา คือ ด้านกระบวนการให้บริการด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ 2) ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคและใช้บริการร้านกาแฟสด คาเฟ่เมซอน ในสถานบริการน้ำมันปตท. จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า จำแนกตามเพศ จำแนกตามอายุ จำแนกตามสถานะ จำแนกตามระดับการศึกษา สูงสุด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน ส่วนจำแนกตามอาชีพ พบว่า ด้านราคา และด้านบุคลากร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการวิจัยการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟวิจิตรราคาเฟ้ แอนด์ฟาร์มของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูล และด้านการตัดสินใจซื้อ เป็นเพราะลูกค้ามีความรักดียาวนาน การตัดสินใจซื้อกาแฟสดในครั้งถัดไป สร้างความพึงพอใจให้มากในบรรยากาศของร้าน และนึกถึงกาแฟสดจากร้านกาแฟวิจิตรราคาเฟ้แอนด์ฟาร์มเท่านั้น เป็นแหล่งนัดพบเพื่อนฝูง มีความเชื่อถือใจตราสินค้า และการค้นหามีระบบรองรับการค้นหามากมายได้ มีข้อมูลจากการเช็คคืน สืบค้นเว็บไซต์ในสื่อสารสนเทศได้สะดวกรวดเร็ว และสามารถดูตามแผนที่ในจีพีเอส ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกรวรรณ กรณิกักร (2564) ศึกษาเรื่องการตัดสินใจซื้อแปงกล้วยทอดสำเร็จรูปของผู้ประกอบการขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการขนาดย่อมให้ความสำคัญระดับมาก ในด้านบุคลากร ด้านงบประมาณ ด้านวัตถุดิบ และด้านการบริหารจัดการ การตัดสินใจซื้อแปงกล้วยทอดสำเร็จรูปของผู้ประกอบการขนาดย่อม คือ ตราเกี๋ยกุล เหตุผลในการซื้อคือรสชาติอร่อย คุณสมบัติเด่นของแปงกล้วยทอดสำเร็จรูปคือ มีความกรอบนาน แหล่งที่ซื้อ คือ ตลาด หรือร้านค้าปลีก ปริมาณที่ซื้อ คือ 10-20 กิโลกรัม ต่อครั้ง ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง คือ 1,000-2,000 บาท ความถี่ในการซื้อต่อครั้ง คือ 1-2 สัปดาห์ ส่วนผลที่ต้องการเพิ่ม คือ มะพร้าวชูดขาวอบแห้งกลิ่นหอมที่ต้องการ คือ ไม่ปรุงแต่งกลิ่น ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ที่ขายได้เฉลี่ยต่อเดือนและปริมาณการขายต่อวัน มีความสัมพันธ์กับคุณสมบัติเด่นของแปงกล้วยทอดสำเร็จรูปที่ต้องการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 ปัจจัยการผลิตด้านบุคลากร ด้านวัตถุดิบ และ ด้านการบริหารจัดการมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับวิศิรา วัฒนสิงห์ และบรรดิษฐ์ พระประทานพร (2561) ศึกษาเรื่องกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา พบว่า 1) กลยุทธ์ทางการตลาด (7Ps) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ 2) การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ ผลการศึกษานี้จะนำไปใช้เพื่อเป็นกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อหาแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อหาแนวทางให้ผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจขายสินค้าออนไลน์สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการวางแผนปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจต่อไปได้

จากผลการวิจัยความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟวิจิตรราคาเฟ้ แอนด์ฟาร์มของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี ด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Correlation) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดทุกด้าน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .557, .447, .573, .550, .439, .628 และ .564 โดยมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟวิจิตรราคาเฟ้ แอนด์ฟาร์มของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริกานดา แหยมคง

และคณะ (2564) ศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อยางสดจังหวัดอุดรดิตถ์ พบว่า โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดยางสดจังหวัดอุดรดิตถ์อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าคะแนนสูงสุดอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคยางสดจังหวัดอุดรดิตถ์ พบว่า ซื้อยางสดเพื่อการบริโภคเองตัดสินใจซื้อเพราะรสชาติ ซื้อที่ตลาดสด/ตลาดนัด ซื้อครั้งละ 2 กิโลกรัม ตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง ความถี่ในการซื้อน้อยมาก แหล่งข้อมูลข่าวสารจากการแนะนำจากคนรู้จัก การตัดสินใจซื้อยางสดโดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการรับรู้ปัญหา มีค่าคะแนนสูงสุดอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านการค้นหาข้อมูลและด้านการประเมินทางเลือก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อยางสดจังหวัดอุดรดิตถ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของนลินรัตน์ ทับไทร (2562) ศึกษาเรื่องการบริหารข่าวสาร ความต้องการ ทศนคติ และการตัดสินใจซื้อการประกันสุขภาพส่วนบุคคลของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี พบว่า 1) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ข่าวสารด้านการประกันสุขภาพส่วนบุคคลไม่แตกต่างกัน 2) อาชีพที่แตกต่างกัน มีความต้องการการประกันสุขภาพส่วนบุคคลแตกต่างกัน 3) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการประกันสุขภาพส่วนบุคคลแตกต่างกัน 4) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อการประกันสุขภาพส่วนบุคคล ด้านราคาแตกต่างกัน 5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อการประกันสุขภาพส่วนบุคคล ด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน

จากผลการวิจัยความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟจริงจิตราคาเฟ้ แอนด์ฟาร์มของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี ด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ให้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ มีค่าเท่ากับ 0.657 และสามารถอธิบายความผันแปรของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟจริงจิตราคาเฟ้ แอนด์ฟาร์มของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสิริลักษณ์ แสงทอง และกรเอก กาญจนโกศล (2562) ศึกษาเรื่องการจัดการตลาดเครื่องดื่มปราศจากน้ำตาลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค พบว่า การตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มปราศจากน้ำตาลของผู้บริโภคประกอบด้วยด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อและด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ที่ระดับ $\bar{X} = 3.76$, S.D.=0.63 ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการตลาดเครื่องดื่มปราศจากน้ำตาลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มปราศจากน้ำตาล พบว่า ในภาพรวม ($R=.768$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน การจัดการตลาดเครื่องดื่มปราศจากน้ำตาลมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มปราศจากน้ำตาล ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ($R=.705$) ด้านการค้นหาข้อมูล ($R=.677$) ด้านการประเมินทางเลือก ($R=.692$) ด้านการตัดสินใจซื้อ ($R=.714$) และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ($R=.639$) โดยสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และสอดคล้องกับบุญไทย แสงสุพรรณ และกฤษฎา เขียววัฒนสุข (2563) ศึกษาเรื่องคุณค่าของตราสินค้าและปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคกาแฟร้านคาเฟ่เมซอนสาขาในห้างสรรพสินค้าจังหวัดปทุมธานี พบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุและด้านอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคกาแฟร้านคาเฟ่เมซอน 2) ปัจจัยคุณค่าของตราสินค้าได้แก่ด้านความภักดีต่อตราสินค้าด้านการรับรู้ตราสินค้า และด้านความเชื่อมโยงต่อตราสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคตามลำดับ 3) ส่วนประสมการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคกาแฟร้านคาเฟ่เมซอนสาขาในห้างสรรพสินค้ามากที่สุด รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

องค์ความรู้ใหม่

จากการวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟจิตราคาเฟ่ แอนด์ฟาร์มของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี สามารถจำแนกองค์ความรู้ใหม่ ได้ 4 ด้าน ดังนี้



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

1. ธุรกิจร้านกาแฟ กาแฟเป็นเครื่องดื่มยอดนิยมชนิดหนึ่งในสังคมไทย เป็นเครื่องดื่มพื้นฐานที่มีติดไว้ประจำบ้านและสำนักงาน รวมทั้งร้านกาแฟที่มีอยู่จำนวนมากในปัจจุบัน ซึ่งคนรุ่นใหม่นิยมใช้เป็นสถานที่พบปะสังสรรค์ ในช่วง 5-6 ปีที่ผ่านมา ตลาดกาแฟนอกบ้านหรือธุรกิจร้านกาแฟเติบโตอย่างโดดเด่น จากการขยายตัวของร้านกาแฟทั้งในส่วนของผู้ประกอบการอิสระ ผู้ประกอบการเครือข่าย (Chain Café) รวมถึงตัวร้านสะดวกซื้อ สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชาวไทยที่ใช้ชีวิตนอกบ้านมากขึ้น ประกอบกับต้องการความรวดเร็วและสะดวกสบาย ร้านกาแฟจึงตอบโจทย์เป็นอย่างดี และยังสร้างพฤติกรรมการดื่มกาแฟสดในกลุ่มผู้บริโภคชาวไทย เมื่อเกิดการแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้เกิดการ lock down ทำให้เกิดพฤติกรรมผู้บริโภคชาวไทยเปลี่ยนแปลงไปสู่การใช้เวลาอยู่บ้านมากขึ้น ส่งผลให้การบริโภคกาแฟในบ้านยังคงเติบโต ท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจซบเซา กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง ทำให้มีความระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้น มองหาความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์โดยเลือกดื่มกาแฟในบ้าน เนื่องจากประหยัดค่าใช้จ่าย

2. คาเฟอีน คืออะไร คาเฟอีนจัดเป็นสารกระตุ้นระบบประสาทส่วนกลางและเมแทบอลิซึมหรือกลไกการเผาผลาญสารอาหารในร่างกาย เพื่อลดความง่วง ความเหนื่อยล้า และจะส่งผลกระตุ้นเส้นประสาท โดยมีการปล่อยไปแต่สเฟียมและแคลเซียม เข้าสู่เซลล์ประสาท เพิ่มการตื่นตัวของร่างกาย โดยในระบบประสาท คาเฟอีนจะไปกระตุ้นการทำงานของสมองในระดับสูงของสมอง เพื่อเพิ่มความกระปรี้กระเปร่า ทำให้กลไกการคิดรวดเร็วและมีสมาธิมากขึ้น คาเฟอีนทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานของสมองดีขึ้น

3. การดื่มกาแฟของคนไทย กาแฟได้รับความนิยมตั้งแต่สมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราชและเป็นที่ยอมรับมากขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 6 หลังจากที่ได้มีนักเรียนไทยไปศึกษาต่อยังต่างประเทศ และนำวัฒนธรรมการดื่มกาแฟกลับมาเมื่อจบการศึกษา ว่ากันว่า มีการพบต้นกาแฟรุ่นแรกพันธุ์โรบัสตา ซึ่งนำพันธุ์มาจากเมืองเมกกะ โดยนายตี๋หมุ่น ชาวไทยอิสลามนำกลับมา หลังจากการเดินทางไปแสวงบุญ โดยนำมาปลูกที่ตำบลบ้านโนนด อำเภอสระบัวชัย จังหวัดสงขลา

ประมาณอายุได้ว่า นำเข้ามาปลูกเมื่อประมาณ พ.ศ.2447 นับว่ากาแฟมีการเดินทางที่ไกลมากข้ามมาจากอีกซีกโลกหนึ่งเลยทีเดียว

4. วัฒนธรรมการดื่มกาแฟ วัฒนธรรมกาแฟเป็นเครื่องสะท้อนสังคม จากวันที่ผู้คนชงกาแฟดื่มในบ้านเป็นกิจวัตร สู่วันที่ร้านกาแฟเป็นดังเครื่องหมายบ่งบอกอัตลักษณ์ และวกกลับเข้ามาถึงวันที่การดื่มด่ำกาแฟในบ้านรื่นรมย์กว่าเดิม รสนิยมการดื่มกาแฟของคนเปลี่ยนไป มีความหลากหลายและซับซ้อนขึ้นในการดื่มที่ยกระดับให้กาแฟเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ กาแฟถืออีกเป็นหนึ่งในสัญลักษณ์ของ “การเริ่มต้นวันใหม่” ที่ชวนอบอุ่นใจ กาแฟที่ดีมักมาพร้อมกลิ่นหอมของเมล็ดคั่วใหม่และรสชาติที่กลมกล่อมถูกใจอย่างสดใสและมีพลังใจ

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟจริงจิตราคาเฟ่ แอนด์ฟาร์มของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์กาแฟมีรสชาติดี คุณภาพของวัตถุดิบดี อีกทั้งยังได้จับกาแฟท่ามกลางธรรมชาติพร้อมกับทานขนมเค้กไปกับธรรมชาติภายในร้าน ร้านมีสไตล์การตกแต่งเรียบง่ายสบายๆ เหมาะกับการจับกาแฟและพักผ่อน เพราะท่ามกลางความวุ่นวายในแต่ละวันเลยอยากใช้เวลาไปกับการนั่งชิล มีหลายมุมให้ได้ถ่ายรูปสวยๆ เมนูมีทั้งอาหาร ขนมหวาน เค้ก และร้านความได้เปรียบของร้านกาแฟที่ควรใช้เป็นกลยุทธ์ส่งเสริมการขายอีกอย่างหนึ่งคือการคิดเมนูแบบใหม่ ๆ เพื่อเป็นทางเลือกให้ลูกค้าอยู่เสมอ นอกจากนี้ยังมีเครื่องดื่มประเภทต่างๆ เพื่อเป็นทางเลือก ทั้งชนิดชงและชนิดปั่น รวมทั้งการคิดดัดแปลงเมนูด้วยการใช้ส่วนผสมอื่นให้มีความแปลกใหม่ของรสชาติหรือมีสีสันสวยงาม

จากผลการวิจัยการตัดสินใจซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟจริงจิตราคาเฟ่ แอนด์ฟาร์มของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี ด้านที่อยู่ในอันดับมากที่สุด คือ ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ เป็นเพราะลูกค้ามีความภักดีอันยาวนาน และได้รับความพึงพอใจอย่างมากในบรรยากาศของร้าน การจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อให้ลูกค้าเกิดความสะดวกสบายและเกิดความประทับใจหลังจากได้มาเดินมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ควรให้ความสำคัญกับราคาของกาแฟเหมาะสมกับบรรยากาศภายในร้านมากที่สุด และราคาของกาแฟเหมาะสมกับปริมาณที่ได้รับ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ควรมีการตั้งราคาสินค้าที่ไม่แตกต่างจากคู่แข่งเกินไป และควรมีป้ายแสดงราคาของสินค้าไว้อย่างชัดเจน

1.2 ควรให้ความสำคัญในเรื่องของทำเลที่ตั้ง สามารถทำให้สามารถเดินทางสะดวก และระยะเวลาในการเปิด-ปิดร้านมีความเหมาะสม อาจเปิดร้านช่วงเวลา คนทำงานพักเบรกพอดี ที่สำคัญ คือ ที่จอดรถเพียงพอ ดังนั้นผู้ประกอบการควรหาทำเลที่ตั้งที่สามารถเข้า-ออก ได้สะดวก เพื่อเป็นการขยายสาขาต่อไป เพื่อสนองความต้องการของลูกค้า ควรมีบริการที่จอดรถเพียงพอเพื่อรองรับลูกค้ามากขึ้น

1.3 ควรให้ความสำคัญกับมีโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก และมีกิจกรรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น มีส่วนลด มีบัตรสะสมแต้ม ดังนั้นผู้ประกอบการควรพิจารณาการให้ส่วนลดในช่วงเทศกาล หรือวันหยุดสำคัญต่าง ๆ โดยการมีส่วนลดคล้ายร้อนช่วงเทศกาลสงกรานต์สำหรับลูกค้าที่มักเป็นครอบครัว หรือให้ส่วนลดสำหรับสินค้าออกใหม่ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการบริโภคเพิ่มมากขึ้น

1.4 ควรให้ความสำคัญอย่างยิ่งเกี่ยวกับเรื่องพนักงาน โดยฝึกอบรมให้มีอัธยาศัยดี สุภาพ และมีมารยาท และพนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย สวมหน้ากากอนามัยตลอดการปฏิบัติงาน ซึ่งพนักงานเป็นหน้าตาหรือประตูด่านแรกที่ลูกค้าพบเจอ ก่อน ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการฝึกอบรมให้พนักงานทราบถึงความสำคัญของการให้บริการให้มีทักษะในการทำงาน ให้มีมารยาทและเต็มใจให้บริการ ตลอดจนมีความสามารถในการแก้ปัญหา รวมถึงควรมีแบบยูนิฟอร์มของพนักงานที่สุภาพ เรียบร้อย เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยควรมุ่งเน้นไปที่ส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพการบริการ ควรเพิ่มการวิจัยปัจจัยด้านทัศนคติ ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกบริโภคและใช้บริการร้านกาแฟสด เพื่อนำมาเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียแล้วต่อยอดสำหรับเป็นแนวทางต่อไป

2.2 ควรทำการวิจัยกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่อื่น ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีประโยชน์กว้างขวางและครอบคลุมส่วนต่าง ๆ ได้มากขึ้น เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการให้บริการของร้านกาแฟต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

- กรวรรณ กรณิการ์. (2564). การตัดสินใจซื้อแปรงกลัวยทอดสำเร็จรูปของผู้ประกอบการขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิชาการบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์*, 11(1), 1-11.
- จุฑาภรณ์ เหมือนชู และศุภลักษณ์ ฉินตระกูล. (2564). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคและใช้บริการร้านกาแฟสดคาเฟ่เมซอน ในสถานบริการน้ำมัน ปตท. จังหวัดกาญจนบุรี. *วารสารมหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 9(1), 303-316.
- นลินรัตน์ ทับไทร. (2562). การรับรู้ข่าวสาร ความต้องการ ทัศนคติ และการตัดสินใจซื้อการประกันสุขภาพส่วนบุคคลของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี. (วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีปทุมวิทยาเขตชลบุรี).
- บริษัท เนสต์เล่ (ไทย) จำกัด. (2563). *เอกสารอ้างอิงไอศกรีมเนสต์เล่*. ค้นเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2563, จาก http://www.nestle.co.th/th/brands/ice_cream.
- บุญไทย แสงสุพรรณ และกฤษฎา เขียววัฒนสุข. (2563). คุณค่าของตราสินค้าและปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคกาแฟร้านคาเฟ่เมซอนสาขาในห้างสรรพสินค้าจังหวัดปทุมธานี. *วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 11(1), 47-60.
- วรจิตราคาเฟ่ แอนด์ ฟาร์ม. (2564). *วรจิตราคาเฟ่ แอนด์ ฟาร์ม (Warichitra cafe and farm) แห่งอุบลราชธานีกับบรรยากาศสุดชิลล์ที่เปิดรอให้คุณมาเยือน*. สืบค้น 13 กันยายน 2564 จาก https://www.zolitic.com/north_east/UbonRatchathani/28947.
- วิศรา วัดสิงห์ และ บรรดิษฐ์ พระประทานพร. (2561). กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. *การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ "GRADUATE SCHOOL CONFERENCE 2018"*, 472-478.
- ศิริประภา นพชัยยา. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดของผู้บริโภคจากร้านคาเฟ่เมซอน ในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ศิริกานดา แหยมคง, อธิวัฒน์ ชมระกา, สมเกียรติ จิระวงศ์เสถียร และ สยาม เจตยานนท์. (2564). ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจังหวัดอุดรดิตถ์. *วารสารราชภัฏเพชรบูรณ์สาร*, 23(2), 97-105
- สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ. (2552). *มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: กระทรวงวัฒนธรรม.
- สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดอุบลราชธานี. (2564). *ประวัติจังหวัดอุบลราชธานี*. สืบค้นเมื่อ 13 กันยายน 2564. จาก http://www.ubonratchathani.go.th/history_ubon.html.
- สิริลักษณ์ แสงทอง และ กรเอก กาญจนาคิน. (2562). การจัดการตลาดเครื่องดื่มปราศจากน้ำตาลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค. *วารสารละศรี มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี*, 1(4), 51-61.
- เอื้องฟ้า ภายธัญลักษณ์. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการและบริโภคเครื่องดื่มร้านสตาร์บัคส์*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

การจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการคิดแก้ปัญหาอนาคต TECHNIQUES FOR SOLVING FUTURE PROBLEMS

นิวัฒนา วรณคำ^{1*} พระครูวินัยธรวรชาติ² พระบวร ปาวธมโม³

ชุ่ม พิมพีศรี⁴ ณัฐธยาน์ แวงอุบล⁵

Niwattana Wannakham¹ PhraKhru Winaithon Worachad² Phra Boworn Pawaradhmoo³

Chum Pimkhiri⁴ Nuttaya Waeng-ubon⁵

^{1,5} นักวิชาการอิสระ

^{2,3,4} มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย

^{1,5} Independent Scholar

^{2,3,4} Mahamakut Buddhist University

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาทักษะการคิดแก้ปัญหาของนักเรียน นักศึกษาโดยใช้การจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการคิดแก้ปัญหาอนาคต ซึ่งเป็นกระบวนการพัฒนาทักษะการคิดแก้ปัญหา การตัดสินใจ และประเมินผล การแก้ปัญหา ทั้งระดับบุคคลและระดับกลุ่ม และเป็นการส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ร่วมกันทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วมในการทำงานกลุ่ม ซึ่งประกอบด้วย 6 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การระดมสมองเพื่อค้นพบปัญหาต่างๆ (2) การค้นหาและสรุปปัญหาที่สำคัญที่สุด (3) การระดมสมองเพื่อคิดหาวิธีการและแนวทางการแก้ปัญหา (4) การกำหนดและเลือกเกณฑ์ที่เหมาะสมเพื่อในการประเมินวิธีการแก้ปัญหา (5) การประเมินผล เพื่อหาวิธีแก้ปัญหาที่ดีที่สุดและมีความเหมาะสมมากที่สุด (6) การเสนอวิธีแก้ปัญหาที่ดีที่สุดในการแก้ปัญหาและแผนปฏิบัติการ ซึ่งเป็นการนำเทคนิคการคิดแก้ปัญหาอนาคตทั้ง 6 ขั้นตอน มาเป็นแผนการเรียนการสอนตามหัวข้อที่กำหนดไว้ โดยผู้สอนเป็นผู้กำหนดหัวข้อของปัญหา แล้วให้นักศึกษาทำการเรียนรู้การคิดแก้ปัญหาตามขั้นตอน ซึ่งในแต่ละขั้นตอนจะมีผู้สอนให้คำแนะนำและอำนวยความสะดวกในเรื่องต่างๆ แก่ผู้เรียนตลอดเวลาในการจัดการเรียนรู้

คำสำคัญ: การจัดการเรียนรู้, เทคนิค, การคิดแก้ปัญหาอนาคต

* E-mail address: niwatthana@gmail.com ¹ Warachat5219@gmail.com ² boworn.moo@mbu.ac.th ³ choom.phu@mbu.ac.th ⁴ nuttaya.numnim@gmail.com ⁵

ABSTRACT

The purpose of this article is development students' problem-solving skills by management of learning with techniques for solving future problems which is the process of developing problem-solving, decision-making, and evaluation skills, both individual and group levels, and promotion to work students together at a team and to participate in group work, which consists of 6 steps: (1) Brainstorming to discover problems. (2) Finding and summarizing the most important problems. (3) Brainstorming to come up with methods and solutions. (4) Determining and selecting appropriate criteria for evaluating the solution. (5) Evaluation to find the best and most appropriate solution. (6) Proposing the best solution to the problem and action plan. This is a technique for solving future problems in 6 steps into a lesson plan according to the specified topic. Where the teacher determines the topic of the problem and then has students learn to think and solve problems step by step. In each step, there will be an instructor to give advice and facilitate various matters, to learners all the time in learning management.

Keywords: Learning Management, Technique, Future Problem Solving

บทนำ

ทักษะแห่งอนาคตสำหรับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 เน้นให้ผู้เรียนเรียนรู้ตลอดชีวิต ประกอบด้วยการเรียนรู้ การอ่าน การเขียน การคำนวณ การคิดวิเคราะห์ การสื่อสาร การร่วมมือ ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะชีวิตและอาชีพ ซึ่งประกอบด้วยทักษะ 3R8C คือ Reading ทักษะอ่านออกเสียง, (W)riting เขียนได้เขียนเป็น, (A)rithmetics คิดเลขเป็น และ 8C คือ Critical Thing and Problem Solving ทักษะการคิดวิเคราะห์อย่างมีวิจารณญาณและสามารถการแก้ปัญหา, Creativity and innovation ทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม, Cross-Cultural Understanding ทักษะความเข้าใจในความแตกต่างและกระบวนการคิดของแต่ละวัฒนธรรม, Collaboration information and media literacy ทักษะในการสื่อสารข้อมูลและการรู้เท่าทันสื่อ, Computing and IT Literacy ทักษะการใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ, Career and Learning skills ทักษะอาชีพและความสามารถในการเรียนรู้ และ Compassion ความมีเมตตา กรุณา มีคุณธรรม รู้จักเห็นอกเห็นใจผู้อื่น รวมไปถึงการมีระเบียบวินัย ทั้งนี้ การพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์และการคิดแก้ปัญหาของนักศึกษาในปัจจุบันให้มีคุณภาพตามข้อกำหนดของพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พุทธศักราช 2542 มาตรา 24 การจัดกระบวนการเรียนรู้ว่าสถานศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องดำเนินการจัดเนื้อหาสาระและกิจกรรมให้สอดคล้องกับความสนใจและความถนัดของผู้เรียน โดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล มีการฝึกทักษะกระบวนการคิด การจัดการ การเผชิญสถานการณ์ และการประยุกต์ความรู้ จัดให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริง ฝึกการปฏิบัติให้ทำได้ คิดเป็น ทำเป็น รักการอ่านและเกิดการใฝ่รู้อย่างต่อเนื่อง (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551)

คนรุ่นใหม่ (New Generation) หรือที่เรียกกันว่า Gen Y เป็นกลุ่มคนที่มีจำนวนมากบนโลกในปัจจุบัน ที่มาพร้อมกับเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตทำให้คนรุ่นใหม่มีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารและความรู้ใหม่ๆ ได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งมีความคิด ความเชื่อ ไลฟ์สไตล์และพฤติกรรมที่แตกต่างไปจากคนรุ่นก่อนหน้าอย่างสิ้นเชิง คน Gen Y สังเกตได้จากเกิดในช่วงปี 1980 เป็นต้นไป และเติบโตในยุคอินเทอร์เน็ตขยายตัว ทำให้เข้าถึงเทคโนโลยีติดต่อสื่อสารและอินเทอร์เน็ต และมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีได้คล่องตัว ทั้งนี้ ทักษะต่างๆ ที่คน Gen Y ควรมีหรือพัฒนาให้ดีขึ้นได้แก่ ทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ดังกล่าวแล้วข้างต้น และทักษะเชิงสังคม ประกอบด้วย 1) ทักษะที่เกี่ยวข้องกับชีวิตการทำงาน (Working-Life Skill) แบบมีอาชีพ 2) ความมั่นใจในการทำงาน (Confidence) 3) ทักษะการสื่อสาร (Communication) และการสร้างความสัมพันธ์ (Relationship Building) 4) ทักษะด้านธุรกิจ (Commercial Skill) มองเห็นมุมมองของลูกค้า (สำนักนโยบายและแผนฯ, 2559) สอดคล้องกับการพัฒนาภาวะผู้นำของบุคลากรรุ่นใหม่เพื่อ

มุ่งสู่การแห่งการเรียนรู้ เพื่อพัฒนาศักยภาพในการเป็นผู้นำ กล้าคิด กล้าตัดสินใจ มีวิสัยทัศน์ มีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญในสายอาชีพต่อไป (พลูติดา ตันตราจิณ และธีระวัฒน์ จันทิก, 2559)

การคิดแก้ปัญหาเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับพัฒนาการทางด้านสติปัญญาและการเรียนรู้ ดังนั้น เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการแก้ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับสติปัญญา จึงมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการแก้ปัญหา ได้แก่ ทฤษฎีพัฒนาการทางสติปัญญาของเพียเจต์และทฤษฎีพัฒนาทางสติปัญญาของบรูเนอร์ เป็นทฤษฎีว่าด้วยการพัฒนาสติปัญญาของเด็กตั้งแต่แรกเกิดจนกระทั่งถึงวัยที่มีพัฒนาการทางสติปัญญาอย่างสมบูรณ์ มีการพัฒนาเป็นลำดับขั้น (Stage) ตามวุฒิภาวะและมีความต่อเนื่องกัน สภาพแวดล้อมมีส่วนช่วยในการกระตุ้นเด็กให้ค้นพบความรู้ใหม่ที่จะนำเด็กไปสู่ขั้นตอนต่างๆ ได้อย่างสมบูรณ์ ซึ่งจุฑามาศ แหนจอน (2562) ได้อธิบายลักษณะของการคิดแก้ปัญหา ซึ่งสามารถสรุปได้ 3 ประเด็น ดังนี้ 1) การคิดแก้ปัญหาเป็นการกระทำที่มีเป้าหมายเพื่อให้ประสบความสำเร็จ 2) การคิดแก้ปัญหาเป็นกระบวนการที่มีลำดับขั้นตอนที่แสดงถึงกระบวนการทำงานของสมอง 3) การคิดแก้ปัญหาเป็นกระบวนการจัดกระทำของการรู้คิดเนื่องจากต้องใช้กระบวนการทำงานของสมองที่หลากหลาย เช่น กระบวนการคิด การให้เหตุผล การตัดสินใจ เป็นต้น เมื่อบุคคลได้รับปัญหาจากสิ่งแวดล้อมบุคคลจะทำความรู้จักกับสิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างของปัญหาและสภาพที่ก่อให้เกิดปัญหาโดยการแปลงรูปให้เข้ากับความรู้ที่มีอยู่ในส่วนของความจำซึ่งบางครั้งอาจมีการแก้ไขข้อมูลก่อน จากนั้นจะประเมินกลั่นกรองเพื่อแยกแยะประเภทของข้อมูลที่เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องกับปัญหาและหาทางออกของปัญหา ซึ่งปัญหาหนึ่งๆ อาจจะมีทางออกได้หลายทางโดยที่กระบวนการแก้ปัญหานั้นอาจจะใช้การคิดทั้งแบบเอกนัยและอนนัยสลับกันตามลักษณะ

ดังนั้น การคิดแก้ปัญหานั้นเป็นวิธีการแก้ปัญหาก็วิธีหนึ่งที่เกิดขึ้นโดย พอล อี. ทอร์เรนซ์ (Paul E. Torrance) ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1974 เทคนิคนี้เกิดขึ้นมาจากสาเหตุที่เด็กและเยาวชนส่วนใหญ่ขาดทักษะความคิดสร้างสรรค์ และให้ความสนใจและใส่ใจกับอนาคตน้อยลง ทั้งๆ ที่เด็กและเยาวชนเหล่านี้ จะเป็นผู้รับผิดชอบที่จะเกิดขึ้นจากปัญหาต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตข้างหน้าโดยตรง ดังนั้น จึงได้มีการเผยแพร่แนวคิดและกระบวนการ มีการดำเนินการอย่างจริงจัง โดยองค์กรอิสระที่ไม่หวังผลกำไรและมีการดำเนินการโดยมหาวิทยาลัยต่างๆ ทั้งในสหรัฐอเมริกา และในแถบเอเชียหลายประเทศ ปัจจุบันมีเยาวชนจากมลรัฐต่างๆ ในประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศต่างๆ เข้าร่วมโครงการแก้ปัญหานั้นเป็นจำนวนมาก โดยมีทั้งโครงการแก้ปัญหานั้น และโครงการเพื่อแก้ปัญหาในปัจจุบันที่เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในสังคม ผลการดำเนินการโครงการดังกล่าวประสบผลสำเร็จและบรรลุวัตถุประสงค์เป็นอย่างดี เช่น โครงการแก้ปัญหาน้ำของรัฐบาล ฟอร์ดา ฟอร์ดเจอร์เจีย ฟอร์ดอลาสก้าและประเทศออสเตรเลีย (วัชรวิทย์ เล่าเรียนดี, 2555) นอกจากนั้นยังบูรณาการเทคนิคการคิดแก้ปัญหานั้นเข้ากับหลักสูตรของโรงเรียนและการจัดการเรียนการสอน

ฉะนั้น การจัดการเรียนรู้ที่ควรพัฒนาผู้เรียนแบบองค์รวมทั้งด้านความรู้ ความคิด ร่างกาย อารมณ์ สังคม เน้นพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม ศิลธรรมอันดีงาม โดยใช้กิจกรรมเป็นฐานในการเรียนรู้ ซึ่งจะทำให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ตามความถนัดและความต้องการอย่างมีคุณค่า โดยผู้สอนทำหน้าที่เป็นกัลยาณมิตรและสร้างเสริมบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมในชั้นเรียนให้เหมาะสมแก่การเรียนรู้ เพื่อให้ผู้เรียนมีความสุขกับการเรียน (อรรถพงษ์ ผิวเหลือง, 2565) ซึ่งสอดคล้องกับกุลิสรา จิตระณานิธิ (2562) ได้ให้ความหมายของการจัดการเรียนรู้ คือ การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยกระบวนการต่างๆ อย่างเป็นระบบ มีการวางแผนอย่างมีขั้นตอนในการดำเนินการจนถึงการประเมินผล โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีทักษะในการดำเนินชีวิตตามจุดประสงค์ของการศึกษา และสามารถพัฒนาสมรรถนะด้านต่างๆ ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ดังนั้น ในการจัดการเรียนการสอนในปัจจุบันจึงปรับเปลี่ยนจากการบรรยายหน้าชั้นเรียนมาเป็นการจัดการเรียนรู้ด้วยกระบวนการต่างๆ เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้ได้แสดงความสามารถตามถนัด ตามความสนใจ และเป็นการบูรณาการการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งผู้เขียนจะได้นำเสนอใน 3 ประเด็นต่อไปนี้ คือ 1) การคิดแก้ปัญหา เป็นการนำเสนอกระบวนการคิดแก้ปัญหาสำหรับผู้เรียน 2) การคิดแก้ปัญหานั้น เป็นการนำเสนอกระบวนการคิดแก้ปัญหานั้นสำหรับผู้เรียน และ 3) การจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการคิดแก้ปัญหา เป็นการนำเสนอกระบวนการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้สอน ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

การคิดแก้ปัญหา

การคิดแก้ปัญหา หมายถึง กระบวนการหรือวิธีการคิดที่อาศัยความรู้จากประสบการณ์เดิมที่มีอยู่มาประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันที่เป็นปัญหา เพื่อให้ได้คำตอบและนำไปสู่การแก้ปัญหาอย่างมีระบบ รวมถึงการคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ หรือการประดิษฐ์สิ่งแปลกใหม่ เพื่อแก้ปัญหานั้นด้วยวิธีการต่างๆ ซึ่งประกอบด้วย กระบวนการคิดแก้ปัญหาสำหรับผู้เรียนและแนวทางการส่งเสริมการฝึกการคิดแก้ปัญหาสำหรับผู้สอน ดังนี้

1. กระบวนการคิดแก้ปัญหาสำหรับผู้เรียน

กระบวนการคิดแก้ปัญหา (สวิตช์ มุลค่า, 2551; ทิศนา แคมมณี, 2562; Guild Ford, 1971; Bloom, 1956) สรุปความได้ว่ามี 6 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 รู้จักปัญหา เป็นการกำหนดขอบเขตของปัญหา การตั้งปัญหาหรือค้นหาปัญหา เพื่อคิดค้นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับปัญหา และทำความเข้าใจกับปัญหาให้ถ่องแท้ในประเด็นต่างๆ

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาปัญหา เพื่อหาสาเหตุของปัญหา แยกแยะปัญหา เพื่อการคาดคะเนคำตอบของปัญหา โดยใช้ความรู้และประสบการณ์ช่วยในการคาดคะเน รวมทั้งพิจารณาสาเหตุของปัญหาว่ามาจากสาเหตุใด หรือมีวิธีการแก้ปัญหาใดบ้าง

ขั้นตอนที่ 3 วางแผนแก้ปัญหา เป็นการคิดหาวิธีการ เทคนิคเพื่อแก้ปัญหาและกำหนดขั้นตอนย่อยของการแก้ปัญหาไว้อย่างเหมาะสม

ขั้นตอนที่ 4 เก็บรวบรวมข้อมูลเป็นการค้นคว้าหาความรู้จากแหล่งต่างๆ หรือวิธีการที่เหมาะสมตามแผนที่วางไว้ ซึ่งขั้นนี้จะเป็นขั้นของการทดลองหรือลงมือแก้ปัญหา เพื่อทดสอบสมมติฐานเป็นการนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาทำการวิเคราะห์ วินิจฉัยว่ามีความถูกต้อง เทียบตรงและเชื่อถือได้มากน้อยเพียงใด และทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้

ขั้นตอนที่ 5 วิเคราะห์ปัญหาและดำเนินการแก้ปัญหา เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลจากปัญหาที่พบด้วยวิธีการหรือรูปแบบการคิดตามหลักวิชาการต่างๆ เพื่อนำไปสู่การแก้ปัญหาและผลที่ได้ถูกต้องหรือได้ผลเป็นอย่างไร ถ้าการแก้ปัญหาทำได้ถูกต้อง ก็จะมีการประเมินต่อไปว่า วิธีการนั้นน่าจะยอมรับนำไปใช้ในการแก้ปัญหานั้นๆ ได้

ขั้นตอนที่ 6 ตรวจสอบการแก้ปัญหา เป็นการประเมินภาพรวมของการแก้ปัญหา ทั้งในด้านวิธีการแก้ปัญหา ผลการแก้ปัญหา และการตัดสินใจ รวมทั้งการนำไปประยุกต์ใช้ ทั้งนี้ การแก้ปัญหาใด ๆ ต้องตรวจสอบถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยอาจสรุปในรูปของหลักการที่จะนำไปอธิบายเป็นคำตอบ จนนำความรู้ไปใช้

2. แนวทางการส่งเสริมการฝึกการคิดแก้ปัญหาสำหรับผู้สอน

ผู้สอนมีแนวทางการสนับสนุนให้ผู้เรียนฝึกการคิดแก้ปัญหาด้วย ให้ทำงานหรือทำกิจกรรมอยู่เสมอ เรียนรู้จากการปฏิบัติจริง เป็นผู้มีเหตุผลและมีความเชื่อมั่น รู้จักวิจารณ์ การวิเคราะห์ สังเคราะห์ และแสดงความคิดเห็น จัดสิ่งเร้าหรือการกระตุ้นที่เสนอปัญหาหรือประเด็นที่ท้าทาย น่าสนใจและมีวิธีการแก้ปัญหาได้หลายวิธีมาให้นักเรียนฝึก และจัดบรรยากาศหรือจัดสิ่งแวดล้อมให้สามารถเปลี่ยนแปลงได้เพื่อให้นักเรียนมีความรู้สึกว่าเขาสามารถคิดค้นเปลี่ยนแปลงและมีอิสระในการคิด กล้าคิด กล้าแสดงออก

ส่วนการส่งเสริมการฝึกการคิดแก้ปัญหาสำหรับผู้สอนในชั้นการปฏิบัติการ สวิตช์ มุลค่า (2551) สรุปความได้ดังนี้

1) การคัดเลือกปัญหา ปัญหาที่จะนำมาให้ผู้เรียนศึกษานั้น ควรเป็นปัญหาใกล้ตัว น่าสนใจ ทำท่ายเหมาะสมกับวัยและเป็นประโยชน์กับผู้เรียน เช่น ปัญหาสุขภาพ ปัญหาการเรียน ปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

2) การสร้างความตระหนักและเห็นคุณค่าในปัญหา ผู้สอนจะต้องกระตุ้นหรือชี้แนะให้ผู้เรียนคิด ตระหนักในปัญหาและมองเห็นคุณค่าของสิ่งที่เรียนรู้อยู่ โดยอาจใช้เทคนิคการถามคำถาม การเล่าเรื่อง การยกตัวอย่าง เป็นต้น

3) การเตรียมเนื้อหาและแหล่งเรียนรู้ ผู้สอนควรเตรียมเนื้อหา แหล่งค้นคว้าหาความรู้หรือแหล่งเรียนรู้ต่างๆ ตลอดจนวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นและสิ่งอำนวยความสะดวกไว้ให้พร้อม รวมทั้งการกำหนดสถานการณ์อย่างหลากหลาย เพื่อให้ผู้เรียนมีโอกาสนำเอาประสบการณ์เก่ามาใช้แก้ปัญหา

4) การสร้างบรรยากาศในการเรียนรู้ ผู้สอนควรเสริมบรรยากาศการเรียนรู้ที่ดี ใช้เวลา ให้อิสระแก่ผู้เรียนในการศึกษาค้นคว้า ส่งเสริมให้ผู้เรียนกล้าแสดงความคิดเห็นของตนเองอย่างเต็มที่

5) การดูแลช่วยเหลือ ผู้สอนควรช่วยทบทวนความรู้เดิมที่จำเป็นให้แก่ผู้เรียน คอยดูแลช่วยเหลือ ควบคุมให้การคิดแก้ปัญหาของผู้เรียนเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่มให้ดำเนินไปด้วยดี รวมทั้งส่งเสริมให้มีความสนใจในการคิดแก้ปัญหา

สรุป การคิดแก้ปัญหา เป็นรูปแบบหรือวิธีการจัดการกับปัญหาอย่างเป็นระบบและมีกระบวนการในการแก้ปัญหาที่พบ ซึ่งเป็นแนวทางในการส่งเสริมนักศึกษาให้รู้จักการฝึกทักษะการคิดแก้ปัญหาเพื่อนำไปปรับใช้ทั้งในชีวิตประจำวันและในการศึกษาเล่าเรียน อีกทั้งยังสามารถพัฒนาความสามารถนี้ไปบูรณาการการเรียนรู้ต่อไป

การคิดแก้ปัญหอนาคต

การคิดแก้ปัญหอนาคต หมายถึง รูปแบบการคิดหรือเทคนิคการคิดที่มีกระบวนการที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนพัฒนาความสามารถ การสร้างจินตนาการเกี่ยวกับการแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์ การระดมสมองเพื่อรวบรวมวิธีแก้ปัญหาที่มีความหลากหลาย อันจะช่วยให้ผู้เรียนเกิดกระบวนการคิดเป็นขั้นตอนในการจัดการกับปัญหาที่อาจเกิดขึ้นทั้งในปัจจุบันและในอนาคต ซึ่งประกอบด้วยกระบวนการคิดแก้ปัญหอนาคตสำหรับผู้เรียนและแนวทางการส่งเสริมการฝึกการคิดแก้ปัญหอนาคตสำหรับผู้สอน ดังนี้

1. กระบวนการคิดแก้ปัญหอนาคตสำหรับผู้เรียน

กระบวนการคิดแก้ปัญหอนาคตสำหรับผู้เรียน (กระทรวงศึกษาธิการ, 2542; วิชา เล่าเรียนดี, 2555) สรุปความได้ว่ามี 6 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การระดมสมองเพื่อค้นพบปัญหา (Brainstorming Problems) หลังจากที่นักเรียนได้อ่านและอภิปรายร่วมกันถึงสภาพการณ์ที่ถูกกำหนดให้แล้ว นักเรียนจะต้องพิจารณาถึงปัญหาที่มีความเกี่ยวข้องกับสภาพการณ์นั้น ๆ มา โดยเริ่มจากการระดมสมองหาปัญหาที่เกี่ยวข้องมาให้มากที่สุดแล้วเลือกมา 20 ปัญหาที่นักเรียนคิดว่าจะมีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับหัวข้อมากที่สุด คำถามนำในการช่วยคิดเช่นอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่สุดเราอยากรู้อะไร เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 2 การค้นหาและสรุปปัญหาหลัก (Underlying Problems) ในขั้นนี้ขึ้นอยู่กับปัญหาที่เลือกไว้ในขั้นที่ 1 ที่บอกถึงความสำคัญของปัญหาแล้วทำการเลือกปัญหาที่ต้องการเน้นมา 10 ปัญหาให้เขียนปัญหาที่ต้องการเน้นในรูปประโยคคำถาม เริ่มต้นด้วยคำว่า “มีวิธีการใดบ้างที่เราจะ....” หรือ “เราจะทำอย่างไร....” ปัญหาของนักเรียนจะต้องบอกได้ชัดเจนว่านักเรียนต้องการอะไร ทำไมจึงต้องเลือกวิธีนี้ ฯลฯ คำถามเหล่านี้จะช่วยในการตัดสินใจเลือกปัญหาที่ต้องเน้น

ขั้นตอนที่ 3 การระดมสมองเพื่อคิดหาวิธีการแก้ปัญหา (Brainstorming Pollution) ให้นักเรียนระดมสมองหาวิธีการแก้ปัญหาที่เป็นไปได้มากที่สุด แล้วเลือกวิธีที่เกี่ยวข้องและสำคัญมากที่สุดมา 20 ข้อ โดยให้เขียนวิธีการแก้ปัญหาแต่ละข้อให้ละเอียดว่าใครจะเป็นผู้แก้ปัญหาคือทำอะไร จะทำอย่างไร จะแก้ปัญหาได้อย่างไร ที่ไหนเวลาใด

ขั้นตอนที่ 4 การเลือกเกณฑ์เพื่อใช้ในการประเมินวิธีการแก้ปัญหา (Selecting Criteria to Evaluate Solution) ในขั้นนี้นักเรียนจะต้องเลือกวิธีการแก้ปัญหาที่ดีที่สุดจากขั้นที่ 3 โดยระดมสมองหาเกณฑ์ที่จะช่วยในการตัดสินใจเลือกหาวิธีการแก้ปัญหาที่ดีที่สุดมาให้มากที่สุด แล้วเลือกมา 5 เกณฑ์ ที่นักเรียนคิดว่าจะมีความสำคัญมากที่สุดที่จะนำมาประเมินเกณฑ์แต่ละเกณฑ์ อาจจะมีจุดที่ต้องการเน้นต่างกัน คำถามนำที่ช่วยในการคิดเช่น วิธีการแก้ปัญหาใดที่จะช่วยลดค่าใช้จ่ายมากที่สุด หรือใช้เวลาน้อยที่สุด เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 5 การประเมินผลเพื่อคิดหาวิธีการแก้ปัญหาที่ดีที่สุด (Evaluate Solution) จากขั้นที่ 3 ให้นักเรียนเลือกวิธีการแก้ปัญหาที่มีความเกี่ยวข้องและสำคัญมากที่สุดมา 10 วิธี และนำเกณฑ์ที่คิดได้จากขั้นที่ 4 มาเขียนลงในตาราง โดยให้เกณฑ์อยู่หัวตารางทางขวามือ ส่วนวิธีการแก้ปัญหาทั้ง 10 ข้อนั้น เขียนลงในตารางทางซ้ายมือ ส่วนการให้คะแนนในการตัดสินใจที่จะเลือกวิธีการแก้ปัญหาที่ดีที่สุดจากตารางทำได้ดังนี้ เกณฑ์การให้คะแนนแต่ละเกณฑ์จะ

ขึ้นอยู่กับความสำคัญที่เกี่ยวข้องกับวิธีการแก้ปัญหาแต่ละข้อคะแนนของเกณฑ์ที่มีความสำคัญมากที่สุด ในแต่ละข้อจะได้คะแนนเต็ม 10 คะแนน หรือถ้ามีวิธีการแก้ปัญหามีจำนวนข้อแตกต่างกันไปเช่น 5 ข้อคะแนนเต็มก็จะเป็น 5 คะแนน เมื่อพิจารณาครบทั้ง 10 ข้อ แล้วให้รวมคะแนนที่ได้จากการให้คะแนนในแต่ละเกณฑ์ของแต่ละข้อลงในช่องรวมคะแนนจนครบทุกข้อพิจารณาว่า ข้อใดที่มีคะแนนสูงสุดแสดงว่าเป็นวิธีการแก้ปัญหาที่ดีที่สุด

ขั้นตอนที่ 6 การนำเสนอวิธีการแก้ปัญหาที่ดีที่สุด (Describing the Best Solution) นักเรียนจะต้องอธิบายถึงวิธีการแก้ปัญหาที่ดีที่สุดนั้น โดยอธิบายว่าจะแก้ปัญหาวัยวิธีใด จะปฏิบัติจริงได้อย่างไร ทำไมวิธีการนี้จึงแก้ปัญหาของนักเรียนได้และมีความสัมพันธ์กับสภาพการณ์อนาคตนั้นอย่างไร วิธีการนำเสนอรวมถึงการใช้สื่อในการนำเสนอ

2. แนวทางการส่งเสริมการฝึกการคิดแก้ปัญหาอนาคตสำหรับผู้สอน

แนวทางการส่งเสริมการฝึกการคิดแก้ปัญหาอนาคตสำหรับผู้สอน วิชา เล่าเรียนดี (2547) กล่าวไว้ว่าการคิดแก้ปัญหาอนาคต หมายถึง รูปแบบการคิดแก้ปัญหาที่ต้องใช้ทั้งความสามารถในการคิดเชิงวิเคราะห์ คิดอย่างมีวิจารณญาณ และคิดสร้างสรรค์ โดยมีแนวทางการส่งเสริมการฝึกการคิดแก้ปัญหาอนาคตผู้สอน ดังนี้

1) การรับรู้ถึงสภาพการณ์ที่ยังไม่ปรากฏขึ้น หรือสถานการณ์ทั่ว ๆ ไป ที่อาจจะนำไปสู่ปัญหาความสูญเสียในอนาคตและให้นำสถานการณ์ทั่ว ๆ ไปมาเข้าสู่ระบบการคิดแก้ปัญหา หรือค้นหาคำตอบที่แปลกใหม่ ซึ่งมีเป้าหมายการคิดที่มีคุณค่า มีประโยชน์สำหรับทางแก้ไขปัญหาเหตุการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต ในสังคมหรือเกิดขึ้นกับตนเอง

2) การใช้เทคนิคการระดมสมองทุกขั้นตอนเพื่อค้นหาปัญหาต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น

3) เรียงลำดับความสำคัญของปัญหา โดยเรียงจากใหญ่ไปหาเล็กหรือจากสำคัญที่สุดไปหาทั่วไป

4) ระดมสมองเพื่อหาวิธีการแก้ปัญหา ให้มีความหลากหลายวิธี

5) เลือกและกำหนดเพื่อใช้ประเมินวิธีแก้ปัญหาที่เหมาะสมที่สุด ปฏิบัติได้ในเวลาที่กำหนด

6) ประเมินเพื่อให้ได้วิธีการแก้ปัญหาที่ดีที่สุดและนำเสนอวิธีการแก้ปัญหานั้น โดยการอธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมให้มองเห็นขั้นตอนวิธีการปฏิบัติ (ภายในกลุ่ม)

7) ประเมินผลสำเร็จ โดยประเมินผลการแก้ปัญหากลุ่มปฏิบัติงานร่วมกัน การนำเสนอผลงานและความรู้สึกนึกคิดทั้งต่อปัญหาและวิธีแก้ปัญหานั้น ๆ ซึ่งทั้ง 6 ขั้นตอน จะต้องใช้กิจกรรมการค้นหาข้อเท็จจริง การค้นหาปัญหาและค้นพบปัญหา การค้นหาแนวคิด การค้นหาคำตอบ และการยอมรับผลการตอบ

อีกอย่างหนึ่ง ทักษะคิดที่จำเป็นสำหรับการคิดแก้ปัญหาอนาคต ต้องอาศัยทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณ คิดสร้างสรรค์ และคิดแก้ปัญหา รวมทั้งความสามารถในการคิดแบบต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1) ความคล่องแคล่วในการคิด (Fluency Thinking) หมายถึง ความสามารถในการคิดหาคำตอบได้อย่างคล่องแคล่วรวดเร็ว คิดหาคำตอบได้เป็นจำนวนมาก ๆ ในเวลาจำกัด ความสามารถดังกล่าวต้องมีการฝึกมีการส่งเสริมและพัฒนาอย่างต่อเนื่องที่สำคัญต้องส่งเสริมการอ่านและการคิดให้มากขึ้น

2) ความยืดหยุ่นในการคิด (Flexibility Thinking) หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการคิดหาคำตอบได้หลายประเภทหลายรูปแบบหลายทิศทาง ซึ่งความสามารถดังกล่าวก็เช่นเดียวกัน ย่อมมาจากการได้ประสบการณ์ตรงจากการเรียนรู้ ฝึกหัดอย่างต่อเนื่องเช่นกัน

3) ความคิดริเริ่ม (Originality Thinking) หมายถึง การคิด ความคิด การปฏิบัติใหม่ ๆ เป็นทักษะของความคิดแปลกใหม่ แตกต่างจากความคิดปกติธรรมดา ไม่ซ้ำกับความคิดทั่ว ๆ ไป การคิดริเริ่ม การสร้างสิ่งแปลกใหม่ อาจจะเป็นเรื่องยากสำหรับหลาย ๆ คน แต่สามารถฝึกและพัฒนาได้ จึงมีการจัดโอกาสให้ได้คิดได้ปฏิบัติและมีการส่งเสริมคุณค่า

สรุป การคิดแก้ปัญหาอนาคต เป็นรูปแบบเฉพาะของผู้สอนที่นำมาบริหารจัดการเรียนรู้หรือการบูรณาการให้สอดคล้องกับสถานการณ์ต่าง ๆ อาทิ กรณีตัวอย่าง กรณีศึกษา ปัญหาชีวิต ปัญหาสังคม เป็นต้น โดยมีลำดับขั้นตอนในการเรียนรู้ปัญหาและวิธีการแก้ปัญหา เพื่อนำเสนอวิธีการคิดแก้ปัญหาทั้งในปัจจุบันและอนาคต ทั้งนี้ การนำเทคนิคการคิดแก้ปัญหาอนาคตไปใช้จะต้องคำนึงถึงบริบทของผู้เรียนเป็นสำคัญ

การจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการคิดแก้ปัญหาและการคิดแก้ปัญหาอนาคต

การจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการคิดแก้ปัญหาและการคิดแก้ปัญหาอนาคต เป็นการบูรณาการการเรียนการสอน ด้วยกระบวนการบริหารจัดการด้วยเทคนิค เพื่อมุ่งเน้นพัฒนาผู้เรียนให้มีความสามารถต่าง ๆ ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานของการ ดำรงชีวิตและส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต สามารถนำหลักการนี้ไปปรับใช้ในการเรียนการสอนได้ทุกสาขาวิชา ทั้งแบบ กลุ่มและแบบเดี่ยว ซึ่งในที่นี้ได้กำหนดการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการคิดแก้ปัญหาและการคิดแก้ปัญหาอนาคต ดัง ตารางต่อไปนี้

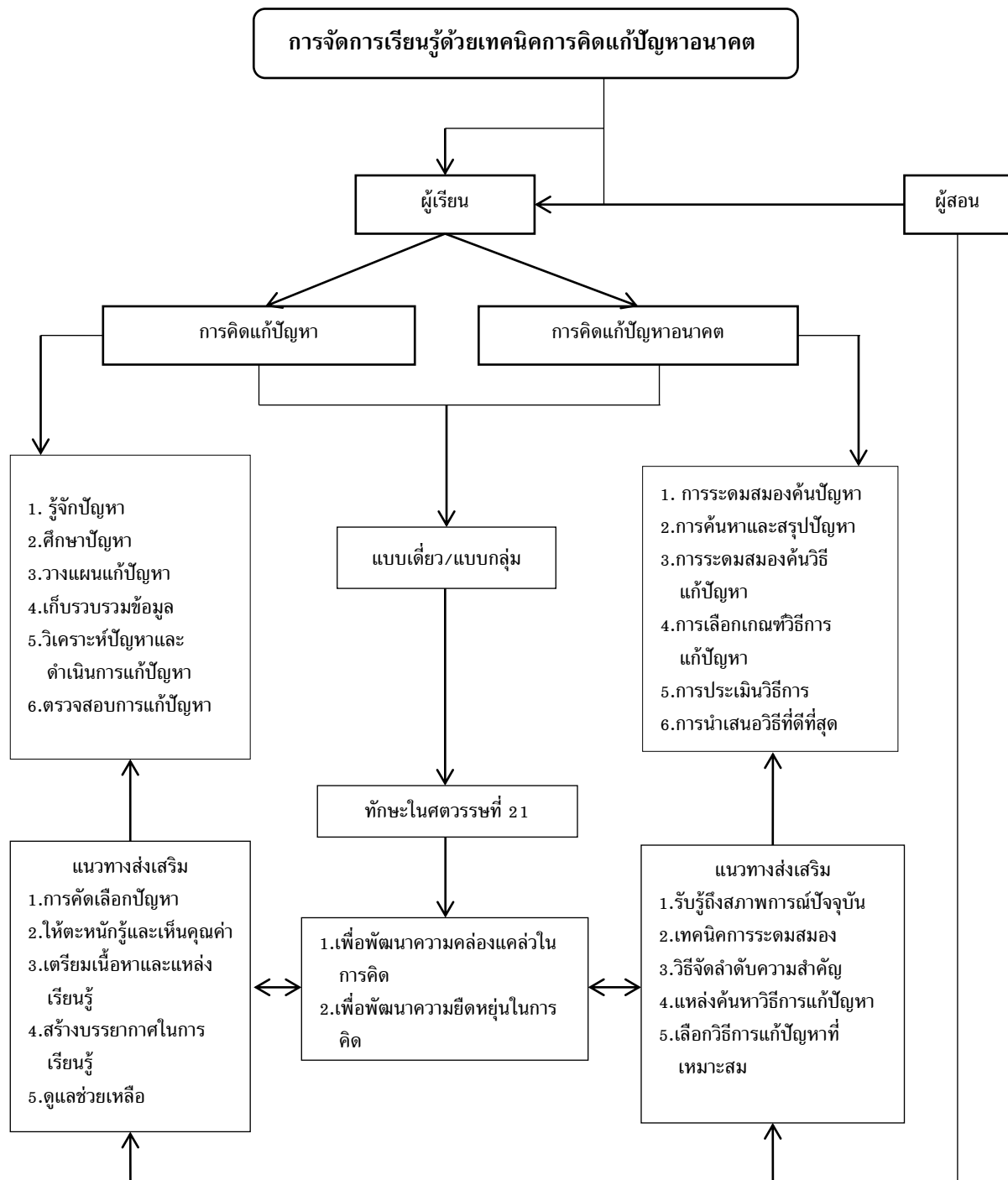
ตารางที่ 1 การจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการคิดแก้ปัญหาและการคิดแก้ปัญหาอนาคต

การคิดแก้ปัญหา	การคิดแก้ปัญหาอนาคต	การจัดการเรียนรู้ (ผู้สอน)
1. รู้จักปัญหา	1. การระดมสมองเพื่อ ค้นพบปัญหาต่างๆ	1. ผู้สอนกำหนดเนื้อหา หัวข้อ กรณีตัวอย่าง ข้อสงสัย คำถาม เป็นต้น 2. ให้ผู้เรียนแบ่งกลุ่มประมาณ 5 – 6 คน เพื่อช่วยกันระดม สมองในการค้นคว้าปัญหาหรือหาสาเหตุของปัญหาจาก หัวข้อที่ได้รับ แล้วเขียนเป็นข้อ ๆ โดยไม่จำกัดปัญหาที่พบ
2. ศึกษาปัญหา	2. การค้นหาและสรุป ปัญหาที่สำคัญที่สุด	1. ผู้เรียนคัดเลือกปัญหาที่สำคัญที่สุด มาจำนวน 10 ข้อ โดย เรียงลำดับจากปัญหาข้อที่สำคัญที่สุดไปหาข้อที่สำคัญน้อย ที่สุด โดยจัดทำเป็นตาราง
3. วางแผนแก้ปัญหา	3. การระดมสมองเพื่อคิด หาวิธีการและแนว ทางการแก้ปัญหา	1. ผู้เรียนช่วยกันระดมสมองคิดหาวิธีการและแนวทางการ แก้ปัญหาทั้ง 10 ข้อ โดยบอกวิธีการแก้ปัญหาและแนว ทางการปฏิบัติ พร้อมทั้งอธิบายเหตุผลว่าวิธีการแก้ปัญหานี้ มีความเหมาะสมอย่างไร หรือมีประสิทธิภาพในการ แก้ปัญหาได้อย่างไร
4. เก็บรวบรวมข้อมูล	4. การกำหนดและเลือก เกณฑ์ที่เหมาะสมเพื่อ ในการประเมินวิธีการ แก้ปัญหา	1. ผู้เรียนร่วมกันคัดเลือกวิธีการและแนวทางการแก้ปัญหา จาก 10 ข้อ มาเพียง 3 ข้อ เพื่อดำเนินการแก้ปัญหตาม แผนปฏิบัติการ แล้วเขียนสรุปผลของแต่ละข้อ
5. วิเคราะห์ปัญหาและ ดำเนินการแก้ปัญหา	5. การประเมินผลเพื่อหา วิธีแก้ปัญหาที่ดีที่สุดและมีความเหมาะสมมากที่สุด	1. ผู้เรียนนำผลการดำเนินการทั้ง 3 ข้อ มาประเมินผลเพื่อ เปรียบเทียบหาวิธีแก้ปัญหที่ดีที่สุดและมีความเหมาะสม มากที่สุด ซึ่งจะระบุลักษณะเด่นและลักษณะด้อย โดย สมาชิกกลุ่มมีมติร่วมกัน
6. ตรวจสอบการ แก้ปัญหา	6. การเสนอวิธีแก้ปัญหาค่ ดีที่สุดในการแก้ปัญหา และแผนปฏิบัติการ	1. ผู้เรียนนำเสนอวิธีแก้ปัญหาค่ ดีที่สุดในการแก้ปัญหาและ แผนปฏิบัติการในชั้นเรียน เพื่อร่วมแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ทศนคติการคิดแก้ปัญหา ประสพการณ์ระหว่างกลุ่มอื่น ๆ

สรุป การจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการคิดแก้ปัญหาอนาคต เป็นการนำเทคนิคการคิดแก้ปัญหาอนาคตทั้ง 6 ขั้นตอน มาเป็นแผนการเรียนการสอนตามหัวข้อที่กำหนดไว้ โดยผู้สอนเป็นผู้กำหนดหัวข้อของปัญหา แล้วให้นักศึกษาทำ การเรียนรู้การคิดแก้ปัญหาและการคิดแก้ปัญหาอนาคตทั้งแบบเดี่ยวและแบบกลุ่มตามขั้นตอน ซึ่งในแต่ละขั้นตอนจะมี ผู้สอนให้คำแนะนำและอำนวยความสะดวกในเรื่องต่างๆ แก่ผู้เรียนตลอดเวลาในการจัดการเรียนรู้

บทสรุป

การคิดแก้ปัญหาอนาคต หมายถึง รูปแบบการคิดหรือเทคนิคการคิดที่มีกระบวนการที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนพัฒนาความสามารถ การสร้างจินตนาการเกี่ยวกับการแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์ การระดมสมองเพื่อรวบรวมวิธีแก้ปัญหาที่มีความหลากหลาย อันจะช่วยให้ผู้เรียนเกิดกระบวนการคิดเป็นขั้นตอนในการจัดการกับปัญหาที่อาจเกิดขึ้นทั้งในปัจจุบันและในอนาคต เพื่อประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันที่เป็นปัญหา เพื่อให้ได้คำตอบและนำไปสู่การแก้ปัญหาอย่างมีระบบ รวมถึงการคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ทั้งนี้ เทคนิคการคิดแก้ปัญหาอนาคต ยังเป็นกระบวนการจัดการเรียนรู้หรือเป็นวิธีการที่มีรูปแบบเฉพาะอย่างใดอย่างหนึ่งที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีทักษะการคิดแก้ปัญหาอนาคต และทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ซึ่งสามารถสรุปการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการคิดแก้ปัญหาอนาคต ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 1 การจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการคิดแก้ปัญหาอนาคต

ที่มา: อรรถพงษ์ ผิวเหลือง (2565)

เอกสารอ้างอิง

- กุลิสรา จิตรชนวนิช. (2562). *การจัดการเรียนรู้*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). *หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐานพุทธศักราช 2551*. กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ.
- จุฑามาศ แหนจอ. (2562). *จิตวิทยาการรู้คิด*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: แกรนด์พอยท์.
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2542). *คู่มือการจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษระดับประถมศึกษา*. กรุงเทพฯ: การศาสนา.
- ทิตนา แหมมณี. (2562). *ศาสตร์การสอน : องค์ความรู้เพื่อการจัดการกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ*. (พิมพ์ครั้งที่ 23). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พสุธิดา ตันตราจิน และธีระวัฒน์ จันทิก. (2559). การพัฒนาภาวะผู้นำของบุคลากรรุ่นใหม่เพื่อมุ่งสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้. *วารสารวิชาการ ฉบับภาษาไทย มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และศิลปะ*, 9(1), 932-948.
- วัชรวิภา เล่าเรียนดี. (2555). *การศึกษาปัญหาการนิเทศภายในสถานศึกษาตามความคิดเห็นของผู้บริหาร*. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์.
- วัชรวิภา เล่าเรียนดี. (2547). *เทคนิควิธีการจัดการเรียนรู้สำหรับครูมืออาชีพ*. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุวิทย์ มูลคำ. (2551). *ครบเครื่องเรื่องการศึกษา*. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- สำนักนโยบายและแผนฯ. (2559). *The opportunity ส่องโอกาส สร้างอาชีพ*. กรุงเทพฯ: บริษัท โคคูณ แอนด์ โค จำกัด.
- อรรถพงษ์ ผิวเหลือง และคณะ. (2565). *การจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงาน: แนวคิดเพื่อพัฒนาการสอนอ่านและเขียนภาษาไทย*. *วารสารบัณฑิตศึกษามหาจุฬาลงกรณ์*, 9(1), 24-36.
- Bloom, B.S. (Ed.). Engelhart, M.D., Furst, E.J., Hill, W.H., Krathwohl, D.R. (1956). *Taxonomy of Educational Objectives, Handbook: The Cognitive Domain*. New York: David McKayCo Inc.
- Guilford, J.P. (1967). *The Nature of Human Intelligence*. NewYork: McGraw Hill.

การวิเคราะห์นโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุของไทย

THE ANALYSIS OF THAI ELDERLY PENSION POLICY

สุรีย์พร สลัปสี^{1*} พงษ์พัทธ์ วัฒนพงศ์ศิริ²Sureeporn Salapsri¹ Pongpat Wattanapongsiri²^{1,2} สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี^{1,2} Department of Public Administration, Faculty of Humanities and Social Sciences, Dhonburi Rajabhat University

บทคัดย่อ

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่เผชิญกับสังคมผู้สูงอายุโดยรัฐจำเป็นต้องมีการกำหนดนโยบายด้านสวัสดิการสังคม ซึ่งนโยบายสวัสดิการสังคมแก่ผู้สูงอายุที่สำคัญ ได้แก่ นโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอและวิเคราะห์นโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุของประเทศไทย ตั้งแต่ขั้นตอนการกำหนดนโยบาย การนำนโยบายไปปฏิบัติ และการประเมินผลนโยบายผ่านตัวแบบต่างๆ โดยใช้การศึกษาจากเอกสาร และผลการศึกษาพบว่า นโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุเป็นการดำเนินการที่มีมาอย่างต่อเนื่อง และเป็นนโยบายที่เป็นไปตามแนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐตามรัฐธรรมนูญ รวมถึงรัฐบาลในแต่ละคณะยังได้นำผลสะท้อนกลับจากนโยบายมาปรับปรุงเปลี่ยนแปลงหลักเกณฑ์ ขั้นตอนกระบวนการในการดำเนินนโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุให้มีประสิทธิภาพและสร้างความเป็นธรรมได้สูงสุด สำหรับข้อเสนอแนะเพื่อนำไปสู่การพัฒนา นโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ ควรมีระบบการส่งเสริมภาคีเครือข่ายหรือภาคส่วนอื่นของสังคมเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลสวัสดิการสำหรับผู้สูงอายุในประเทศไทยด้วย

คำสำคัญ: นโยบาย, เบี้ยยังชีพ, ผู้สูงอายุ

ABSTRACT

Thailand is one of the countries facing an aging society, where the government needs to formulate social welfare policies. The important social welfare policy for the elderly is the Elderly Pension Policy. This article aims to present and analyze three parts of Thailand's old age pension policy; policy-making, implementation, and policy evaluation through various models by studying the documents. The results showed that the elderly pension policy is a continuous operation. This policy operates on the basic policy of the state under the constitution. Including the government has taken the feedback from the policy to improve the rules and procedures for implementing the elderly pension policy to be effective and promote fairness as much as possible. Recommendations for the development of the elderly pension policy, There should be a system to promote network partners to participate in the welfare care for the elderly in Thailand.

Keywords: Policy, Pension, Elderly

* E-mail address: sureepornsalapsri@gmail.com ¹ pongpat.tor@gmail.com ²

บทนำ

ภาวะประชากรสูงอายุเป็นแนวโน้มที่สำคัญที่สุดของศตวรรษที่ 21 ภาวะดังกล่าวมีความสำคัญและส่งผลกระทบอย่างมากต่อทุกด้านของสังคม ประเทศไทยก้าวเข้าสู่สังคมสูงอายุมานับตั้งแต่ พ.ศ. 2548 และกำลังจะก้าวเข้าสู่การเป็นสังคมสูงอายุระดับสมบูรณ์ใน พ.ศ. 2564 หมายถึง สังคมที่มีผู้สูงอายุมากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด โดยคาดการณ์ว่า ใน พ.ศ. 2574 ประเทศไทยจะก้าวเข้าสู่สังคมสูงอายุระดับสุดยอด คือ มีผู้สูงอายุมากกว่าร้อยละ 28 ของประชากรทั้งหมด ทั้งนี้ ผู้สูงอายุของประเทศไทย ใน พ.ศ. 2564 มีจำนวนทั้งสิ้น 12,126,016 คน เป็นชายจำนวน 5,352,987 คน และหญิง 6,773,029 คน (กรมกิจการผู้สูงอายุ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2565) ทั้งนี้ การเข้าสู่สังคมสูงอายุกระทบต่อการพัฒนาประเทศและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยในระยะยาว ทั้งประเด็นงบประมาณ เศรษฐกิจ และคุณภาพชีวิตของประชาชนโดยรวม

สำหรับนโยบายหลักที่เป็นประโยชน์ต่อผู้สูงอายุในประเทศไทย ได้แก่ โครงการเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุตาม พ.ร.บ. ผู้สูงอายุ ตามมาตรา 11 (11) ของพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ (พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546, 2546) เป็นโครงการที่จ่ายเงินรายเดือนแก่ผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปทุกคนที่ไม่อยู่ภายใต้โครงการบำนาญอื่นใดของรัฐ ซึ่งรัฐบาลจ่ายเบี้ยยังชีพโดยเพิ่มสิทธิประโยชน์ตามช่วงอายุ แทนที่จะจ่ายผลประโยชน์รายเดือนอัตราเดียวแก่ผู้รับประโยชน์ที่มีสิทธิทุกราย โดยนโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุถือเป็นสวัสดิการสังคมประเภทหนึ่ง ที่รัฐบาลจัดสรรแก่ผู้สูงอายุ โดยผ่านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน โดยการสงเคราะห์เบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ เริ่มในปี พ.ศ. 2536 โดยกรมประชาสงเคราะห์ กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ภายใต้โครงการ “กองทุนส่งเสริมสวัสดิการ ผู้สูงอายุและครอบครัวในชุมชน (เบี้ยยังชีพ)” องค์การภาครัฐที่รับผิดชอบ คือ กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ต่อมาในปี พ.ศ. 2544 จึงได้มีการถ่ายโอนงานเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย เป็นผู้ดูแล โดยให้อบต.และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกระดับ มีหน้าที่ในการดูแลและจัดการเกี่ยวกับการสงเคราะห์เบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ ดังนั้น จะเห็นได้ว่านโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุเป็นนโยบายสำคัญของรัฐบาล ซึ่งมีการศึกษาวิเคราะห์นโยบายในหลากหลายมุมมอง

จากความสำคัญของนโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุดังกล่าวนี้ ผู้เขียนจึงมีความสนใจที่จะวิเคราะห์นโยบายดังกล่าว โดยอยู่บนพื้นฐานของทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์นโยบาย อาทิ ตัวแบบต่าง ๆ ในการกำหนดนโยบาย การนำนโยบายไปปฏิบัติ และการประเมินผลนโยบาย อีกทั้งในบทความนี้ยังได้เสนอความเป็นมาและสาระสำคัญของนโยบาย และข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงนโยบายและการปฏิบัติในอนาคตด้วย

ความเป็นมาและสาระสำคัญของนโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ

โครงการสร้างหลักประกันด้านรายได้แก่ผู้สูงอายุหรือเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ เป็นการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้สูงอายุ ซึ่งรัฐบาลได้ให้ความสำคัญมาอย่างยาวนาน เห็นได้จากการจัดตั้งสถานสงเคราะห์ผู้สูงอายุขึ้นเป็นแห่งแรกในประเทศ เมื่อปี พ.ศ. 2496 โดยมีจุดประสงค์เพื่อให้การอุปการะแก่ผู้สูงอายุที่ไร้ญาติและไม่มีที่พึ่งพาอาศัย หลังจากนั้น รัฐบาลได้มีการจัดตั้งสถานสงเคราะห์และมีการจัดบริการต่าง ๆ เพิ่มขึ้นด้วย เช่น การจัดตั้งศูนย์บริการผู้สูงอายุ โครงการกองทุนส่งเสริมสวัสดิการผู้สูงอายุในชุมชน เป็นต้น ทั้งนี้ การจัดตั้งโครงการกองทุนส่งเสริมกิจการผู้สูงอายุได้ถูกตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2527 โดยกรมประชาสงเคราะห์ โดยมีวัตถุประสงค์ 4 ประการคือ 1) ส่งเสริมการค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับผู้สูงอายุ 2) การจัดตั้งศูนย์บริการทางสังคมเพื่อให้บริการต่าง ๆ แก่ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่กับครอบครัว 3) การสมทบเป็นค่าใช้จ่ายก่อสร้างสถานสงเคราะห์เพื่อให้การอุปการะเลี้ยงดูผู้สูงอายุที่ไม่มีบุตรหลานอุปการะเลี้ยงดู และ 4) ดำเนินการจัดกิจกรรมอื่น ๆ ที่คณะกรรมการผู้สูงอายุแห่งชาติมอบหมายให้ดำเนินการ ผลการดำเนินการของกองทุนส่งเสริมกิจการผู้สูงอายุพบว่า มีกิจกรรมค่อนข้างจำกัด และไม่สามารถที่จะกระจายบริการให้ครอบคลุมกับผู้สูงอายุในชุมชนได้เท่าที่ควร กรมประชาสงเคราะห์จึงพิจารณาที่จะให้กองทุนฯ นั้นเอื้อประโยชน์สำหรับผู้สูงอายุที่ประสบกับปัญหาและช่วยเหลือตัวเองไม่ได้ ทั้งในเขตเมืองและเขตชนบท เพื่อเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตให้อยู่ในชุมชนได้อย่างเหมาะสม ประธานสภาผู้สูงอายุแห่งประเทศไทยฯ ได้ขอให้รัฐบาลมีนโยบายให้สวัสดิการผู้สูงอายุยากจนหรือถูกทอดทิ้ง ขาดผู้อุปการะเลี้ยงดู ไม่สามารถประกอบอาชีพเลี้ยงตนเองได้ในลักษณะเงินสงเคราะห์เบี้ยยังชีพรายเดือนเป็นราย ๆ ไป รายละ 200 บาท โดยผ่านความเห็นชอบของคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 3 มกราคม พ.ศ. 2535 และได้มีการมอบหมายให้กรมประชาสงเคราะห์ดำเนินโครงการ “กองทุนส่งเสริมสวัสดิการผู้สูงอายุและครอบครัวในชุมชน (การสงเคราะห์เบี้ยยังชีพ)” ซึ่งนโยบายเบี้ย

ยังชีพผู้สูงอายุเริ่มดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรมในรัฐบาลสมัยนายชวน หลีกภัย โดยมีการดำเนินงานของนโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุโดยผ่านกลไกของศูนย์สงเคราะห์ราษฎรประจำหมู่บ้าน (บุญมี โททำ, ภักดี โพธิ์สิงห์, ชญานิน กฤติยะโชติ, 2561)

ในปี พ.ศ. 2536 เมื่อกรมประชาสงเคราะห์ได้มาร่วมอยู่กับกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม กรมประชาสงเคราะห์ที่ได้โอนงานบริการเบี้ยยังชีพไปให้กรมแรงงานและสวัสดิการเป็นผู้ดูแลและดำเนินงานแทน ประกอบกับนโยบายของรัฐเกี่ยวกับการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นที่กำหนดไว้ในกฎหมายรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2540 ส่งผลให้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติกำหนดแผนขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ปี พ.ศ. 2542 ทำให้ในปี พ.ศ. 2544 กรมประชาสงเคราะห์ได้เริ่มดำเนินการถ่ายโอนภารกิจของบริการเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุมาให้กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่นร่วมกับกรุงเทพมหานครดำเนินการแทน โดยให้ถือแนวปฏิบัติตามระเบียบกรมประชาสงเคราะห์ว่าด้วยการจ่ายเงินสงเคราะห์เพื่อการยังชีพผู้สูงอายุ ปี พ.ศ. 2543 และมีมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม พ.ศ. 2544 และวันที่ 19 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2545 ได้มีการอนุมัติเปลี่ยนแปลงการจ่ายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุเป็นราย 6 เดือน ๆ ละ 2 งวด ๆ ละ 1,800 บาท รวมเป็นเงินทั้งหมด 3,600 บาท (เดือนละ 300 บาท) ต่อมาในปี พ.ศ. 2546 งบประมาณเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุไปอยู่กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย เป็นผู้ดำเนินการแทนสำนักงานพัฒนาสังคมและสวัสดิการจังหวัด (ธนัตถ์นันท์ เอียดพวง, 2554)

ตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 ในปี พ.ศ. 2546 งบประมาณเบี้ยยังชีพได้ถูกถ่ายโอนไปอยู่ที่กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทยใช้ระเบียบเดิมของกรมประชาสงเคราะห์ โดยให้มีการประสานงานกับสำนักงานพัฒนาสังคมและสวัสดิการจังหวัดไปก่อน แต่คงใช้ระเบียบเดิมของกรมประชาสงเคราะห์ ปี พ.ศ. 2543 และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) ปี พ.ศ. 2545 เช่นเดิม ต่อมาเพื่อให้การโอนงานดังกล่าวมีความชัดเจนในทางปฏิบัติ รัฐจึงได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานเกี่ยวกับการให้สงเคราะห์เบี้ยยังชีพผู้สูงอายุปีงบประมาณ พ.ศ. 2546 สำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อใช้ควบคุมกับระเบียบประชาสงเคราะห์ และตามมาตรา 11 ได้กำหนดให้ผู้สูงอายุมีสิทธิรับการคุ้มครอง การส่งเสริม และการสนับสนุนในด้านต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ของโครงการ ได้แก่ เพื่อส่งเสริมผู้สูงอายุที่ไม่มีรายได้เพียงพอแก่การยังชีพ หรือถูกทอดทิ้ง หรือขาดผู้อุปการะเลี้ยงดู หรือไม่สามารถประกอบอาชีพเลี้ยงตนเองได้ ให้สามารถมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และสามารถใช้ชีวิตอยู่ได้อย่างมีคุณค่าภายในชุมชนได้อย่างมีความสุข (ธนัตถ์นันท์ เอียดพวง, 2554)

เมื่อองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้รับการถ่ายโอนภารกิจเรื่องเบี้ยยังชีพสำหรับผู้สูงอายุมาแล้วนั้น ได้มีการปฏิบัติตามระเบียบกระทรวงมหาดไทยว่าด้วยการจ่ายเงินสงเคราะห์เพื่อการยังชีพขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2548 และจากมติคณะรัฐมนตรีที่ได้มีการปรับเพิ่มเงินสงเคราะห์เพื่อการยังชีพผู้สูงอายุ อนุมัติเมื่อวันที่ 12 ธันวาคม พ.ศ. 2549 นั้น ได้ปรับเพิ่มเงินสงเคราะห์เพื่อการยังชีพผู้สูงอายุเป็นคนละ 500 บาทต่อเดือน และในสมัยรัฐบาลนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี ได้ดำเนินการนโยบายเร่งด่วนในโครงการสร้างหลักประกันด้านรายได้แก่ผู้สูงอายุ เพื่อเป็นการขยายเบี้ยยังชีพ 500 บาท ให้ครอบคลุมประชาชนผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไปทุกคนที่ยังไม่ได้รับสิทธิโดยถ้วนหน้า กล่าวคือ เป็นการจัดสวัสดิการเบี้ยยังชีพแก่ผู้สูงอายุอย่างถ้วนหน้า และได้กำหนดระเบียบกระทรวงมหาดไทยว่าด้วยหลักเกณฑ์การจ่ายเงินเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2552 ซึ่งมีหน่วยงานที่มีภารกิจหลักที่ต้องดำเนินการขึ้นทะเบียนจ่ายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุให้เป็นไปตามระเบียบคณะกรรมการผู้สูงอายุแห่งชาติว่าด้วยหลักเกณฑ์การจ่ายเงินเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ พ.ศ. 2552 ได้แก่ กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น กรุงเทพมหานครและเมืองพัทยา สำหรับคุณสมบัติผู้ที่มีสิทธิได้รับเงินเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุนั้นจะต้องมีและไม่มียกเว้นห้าม คือมีสัญชาติไทย อายุหกสิบปีบริบูรณ์ขึ้นไป ไม่เป็นผู้ได้รับสวัสดิการหรือสิทธิประโยชน์อื่นใดจากหน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่ ผู้รับเงินบำนาญ ผู้รับเงินเบี้ยยังชีพตามระเบียบของกระทรวงมหาดไทย หรือกรุงเทพมหานคร ผู้สูงอายุที่อยู่ในสถานสงเคราะห์ของรัฐหรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ที่ได้รับเงินเดือน ค่าตอบแทน รายได้ประจำ หรือผลประโยชน์ตอบแทนอย่างอื่นที่รัฐหรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจัดให้เป็นประจำ

ต่อมาในสมัยรัฐบาลของนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร (พ.ศ. 2554) ได้มีการปรับเปลี่ยนนโยบายการจ่ายเบี้ยยังชีพสำหรับผู้สูงอายุให้เป็นไปตามนโยบายรัฐบาล เพื่อให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ จึงปรับการจ่ายเบี้ยยังชีพเพื่อให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดี โดยปรับเป็นขั้นบันได ดังนี้

ผู้สูงอายุ ซึ่งมีอายุ 60 – 69 ปีจะได้รับเบี้ยยังชีพ อัตรา 600 บาท/คน/เดือน

ผู้สูงอายุ ซึ่งมีอายุ 70 – 79 ปีจะได้รับเบี้ยยังชีพ อัตรา 700 บาท/คน/เดือน

ผู้สูงอายุ ซึ่งมีอายุ 80 – 89 ปีจะได้รับเบี้ยยังชีพ อัตรา 800 บาท/คน/เดือน

ผู้สูงอายุ ซึ่งมีอายุ 90 ปี ขึ้นไป จะได้รับเบี้ยยังชีพ อัตรา 1,000 บาท/คน/เดือน

ทั้งนี้ จากการปรับเปลี่ยนการจ่ายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุในสมัยรัฐบาลของนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร เป็นต้นมา จนถึงรัฐบาลปัจจุบัน โดยพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีก็ได้ดำเนินโครงการสร้างหลักประกันรายได้แก่ผู้สูงอายุอย่างต่อเนื่อง ในการจ่ายเบี้ยยังชีพให้แก่ผู้สูงอายุ โดยมีอัตราการจ่ายเบี้ยยังชีพต่อเดือน คือ อายุ 60-69 ปี จะได้รับ 600 บาท อายุ 70-79 ปี จะได้รับ 700 บาท อายุ 80-89 ปี จะได้รับ 800 บาท และอายุ 90 ปีขึ้นไป จะได้รับ 1,000 บาท ในด้านงบประมาณของภาครัฐนั้น ปัจจุบันภาครัฐใช้งบประมาณดูแลผู้สูงอายุเป็นจำนวนมาก ทั้งงบประมาณสำหรับเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ และงบประมาณด้านสุขภาพ โดยมีแนวโน้มที่จะเพิ่มมากขึ้นทุกปี ตามสัดส่วนของผู้สูงอายุ ทั้งนี้ การจัดสรรงบประมาณเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ ตั้งแต่ พ.ศ. 2552 รัฐบาลจัดสรรงบประมาณสำหรับเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ จำนวน 21,963,075,000 บาท จนถึงปัจจุบันใช้งบประมาณ 66,359,650,800 บาท งบประมาณด้านสุขภาพ ผลการศึกษาจากโครงการการประมาณค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพจากผลของการสร้างเสริมสุขภาพ TDRI สนับสนุนโดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ พบว่า ค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพของประเทศไทยในอดีตถึงปัจจุบันมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว สัดส่วนค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพต่อค่าใช้จ่ายทั้งหมดของรัฐบาลมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ประมาณการค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพของไทยในอีก 15 ปีข้างหน้าตามหลัก OECD จะมีค่าประมาณ 4.8 – 6.3 แสนล้านบาท เมื่อผนวกกับปัจจัยสังคมสูงวัย ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นไปถึง 1.4 – 1.8 ล้านล้านบาท ซึ่งหากใน พ.ศ. 2575 รัฐบาลยังไม่ออกมาตราการควบคุมพฤติกรรมการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุ คาดว่าจะทำให้ค่าใช้จ่ายสูงขึ้นไปถึง 2.2 ล้านล้านบาท (ประชาชาติธุรกิจ, 2561) ดังนั้น จะเห็นได้ว่า นโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุนั้นเป็นนโยบายด้านสวัสดิการสังคมสำหรับรัฐบาลที่มีการดำเนินการต่อเนื่อง เพื่อเป็นการช่วยเหลือผู้สูงอายุ

การวิเคราะห์นโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุในมิติการกำหนดนโยบาย

จากความเป็นมาและสาระสำคัญของนโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุดังกล่าวข้างต้น ตามทัศนะของผู้เขียนจะวิเคราะห์ถึงจุดเด่นและจุดด้อยของตัวสาระนโยบาย โดยพิจารณาจากตัวแบบในการวิเคราะห์นโยบายในมุมมองต่าง ๆ พบว่า ตัวแบบที่ใช้ในการวิเคราะห์นโยบายสาธารณะแบ่งออกเป็น 2 แนวทางที่สำคัญ ได้แก่ แนวทางที่ว่าด้วยการกำหนดนโยบายโดยการเพิ่มส่วนของนโยบาย (The Incrementalist Approach) และแนวทางที่ว่าด้วยการกำหนดนโยบายโดยใช้ตัวแบบหลักเหตุผล (The Rationalistic Approach) (Etzioni, 1967) ทั้งสองแนวทางมีจุดเน้นและมุมมองในการพิจารณานโยบายที่ต่างกัน โดยตัวแบบส่วนเพิ่ม (The Incrementalist Approach) จะมีลักษณะสำคัญอยู่ที่นโยบายจะมีที่มาจาก การแปรเปลี่ยนไปจากอดีต ซึ่งการกำหนดนโยบายไม่จำเป็นต้องทำตัวแบบเหตุผล หรือการตัดสินใจนโยบายใหม่ โดยพิจารณาข้อมูลทั้งหมด เพราะจะทำให้ไม่เสียเวลาไปหาข้อมูลใหม่เพราะเวลามีจำกัด เพื่อสร้างทางเลือกของนโยบายใหม่ และในส่วนของตัวแบบหลักเหตุผล (The Rationalistic Approach) จะมีลักษณะสำคัญอยู่ที่การกำหนดนโยบายเป็นตัดสินใจที่สมเหตุสมผล โดยพิจารณาจากหลาย ๆ ทางเลือก และเลือกทางเลือกที่สมเหตุสมผลมากที่สุด

สำหรับนโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุนั้น เมื่อผู้เขียนพิจารณาจากความเป็นมาของนโยบายฯ จะพบว่า นโยบายนี้ใช้ตัวแบบ (Model) ในการกำหนดนโยบายตามตัวแบบส่วนเพิ่มนโยบายเป็นหลักสำคัญ เพราะเป็นนโยบายที่มีจุดกำเนิดมาจากชนชั้นนำหรือรัฐบาลในขณะนั้น และในรัฐบาลในสมัยต่อมาก็จะมีการปรับปรุงสาระของนโยบายเพิ่มเติมขึ้นมาให้เหมาะสมตามสถานการณ์ช่วงนั้น ดังรายละเอียดต่อไปนี้ ประเด็นเกี่ยวกับสวัสดิการผู้สูงอายุเป็นเรื่องสำคัญที่ไม่ว่าจะเป็นพรรคการเมืองหรือรัฐบาลกำหนดให้เป็นนโยบายสำคัญ โดยมีการระบุแนวนโยบายแห่งรัฐ ว่าด้วยผู้สูงอายุไว้รัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2521 เป็นต้นมา มีการกำหนดไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 5 เป็นต้นมา รวมทั้งนโยบายของรัฐบาลก็ระบุแนวนโยบายไว้ โดยเน้นที่การสงเคราะห์คนชราที่เป็นผู้ยากไร้ ประกอบกับข้อเรียกร้องของสมาคมสภาผู้สูงอายุแห่งประเทศไทย ทำหนังสือถึงรัฐบาลสมัยนายอานันท์ ปันยารชุน ขอให้รัฐบาลมีนโยบายจัดสวัสดิการให้กับผู้สูงอายุโดยเฉพาะการรักษาพยาบาลให้ผู้สูงอายุฟรีได้กลายเป็นตัวผลักดันทางการเมืองที่สำคัญทำให้รัฐบาลจัดทำ

นโยบายผู้สูงอายุ เรียกว่า นโยบายและมาตรการสำหรับผู้สูงอายุระยะยาว (พ.ศ. 2535-2554) ซึ่งก็เป็นที่มาของนโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุในระยะต่อมา

ดังนั้น ไม่ว่าจะเป็นแผนระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุแห่งชาติ (พ.ศ. 2525-2545) และฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2545-2564) นโยบายและมาตรการสำหรับผู้สูงอายุระยะยาว (พ.ศ. 2535-2554) ตลอดจนพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 เกิดขึ้นจากการขับเคลื่อนของข้าราชการและหน่วยงานภาครัฐในการกำหนดนโยบาย ในระยะต่อมา นโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุเริ่มดำเนินการอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมในรัฐบาลสมัยนายชวน หลีกภัย ก็เป็นลักษณะการดำเนินนโยบายต่อเนื่องมาจากการกำหนดนโยบายจากข้าราชการและคณะรัฐมนตรีในระยะแรก ซึ่งในปี พ.ศ. 2536 สวัสดิการของผู้สูงอายุก็ถูกก่อตั้งเป็นรูปธรรม โดยรัฐบาลสมัยนายชวน หลีกภัย มีมติคณะรัฐมนตรีเห็นชอบให้จัดตั้งกองทุนสวัสดิการผู้สูงอายุในชุมชน (เบี้ยยังชีพ) พ.ศ. 2536 ขึ้น จากนั้นโครงการเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุก็ได้ถูกนำไปดำเนินการต่อเนื่องจากรัฐบาลคณะต่าง ๆ และได้มีการปรับอัตราการจ่ายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ในขณะนั้น ๆ ทั้งนี้ สมัยรัฐบาลนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ และสมัยรัฐบาลนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร ได้กำหนดนโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุเป็นนโยบายเร่งด่วน และปรับเปลี่ยนอัตราการจ่ายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุให้มีความเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจมากขึ้น ตลอดจนสมัยรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา คณะปัจจุบันก็ได้ดำเนินนโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุตลอดมา ทั้งนี้ จะพบว่า การกำหนดนโยบายเบี้ยยังชีพหากมองในมุมมองของตัวแบบหลักเหตุผล ซึ่งเป็นการวิเคราะห์นโยบายสาธารณะในฐานะที่เป็นผลประโยชน์สูงสุดทางสังคมก็จะพบว่า นโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุนั้นมุ่งไปที่ผลประโยชน์สูงสุดทางสังคม โดยเป็นการจัดสวัสดิการสังคมให้แก่ผู้สูงอายุ เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถดำรงชีพในสังคมได้ เพราะประเด็นผู้สูงอายุเป็นประเด็นสำคัญที่ประเทศต่าง ๆ และองค์การระหว่างประเทศ เช่น สหประชาชาติ ให้ความสำคัญมาอย่างยาวนาน เพราะจำนวนผู้สูงอายุทั่วโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และหลายประเทศจะเข้าสู่ภาวะสังคมผู้สูงอายุในที่สุด ประเทศไทยก็เช่นเดียวกัน ไทยจึงได้ตระหนักถึงปัญหาและความต้องการของผู้สูงอายุ และได้มีการจัดบริการสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุขึ้น

การวิเคราะห์นโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุในมิติการนำนโยบายไปปฏิบัติ

จากการกำหนดนโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ ในเชิงของการนำนโยบายไปปฏิบัติที่ผ่านมาจะพบว่า นโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุเป็นตัวอย่างหนึ่งของการดำเนินนโยบายอย่างต่อเนื่องเพียงแต่อาจมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้เป็นตามสถานการณ์ที่เหมาะสมในขณะนั้น อาทิ การปรับเปลี่ยนแบบการจ่ายเบี้ยยังชีพตามอัตราเพิ่มขึ้นแบบขั้นบันไดตามช่วงอายุ นอกจากนี้ นโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุยังเป็นไปตามหลักการและเหตุผลตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 เพื่อให้การดำเนินการเกี่ยวกับการคุ้มครอง การส่งเสริมและการสนับสนุนต่อสิทธิประโยชน์ของผู้สูงอายุเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยที่เกี่ยวกับสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุ ได้แก่ ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2534 หมวด 5 แนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐ มาตรา 81 และต่อมาในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 ก็เพิ่มสิทธิเข้าไปหลายประการ ในหมวด 5 แนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐ มาตรา 54 และมาตรา 80 จนมาถึงรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 บทบัญญัติที่บรรจุหลักการให้ความช่วยเหลือผู้สูงอายุได้รับการรับรองสิทธิผู้สูงอายุในหมวด 3 สิทธิและเสรีภาพของชนชาวไทย มาตรา 40 (6) และหมวดแนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐ มาตรา 53 ปัจจุบัน มีการบัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ในหมวด 3 สิทธิและเสรีภาพของ ปวงชนชาวไทยมาตรา 27 และมาตรา 48 และในหมวด 5 หน้าที่ของรัฐ มาตรา 71 วรรค 3 และวรรค 4 เป็นต้น จะเห็นได้ว่าประเทศไทยได้ให้ความสำคัญในเรื่องสิทธิและสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุโดยบัญญัติรองรับ สิทธิไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยติดต่อกันถึง 4 ฉบับ คือ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2534 รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 และถึงปัจจุบันรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 จึงมีความน่าสนใจว่า ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญในด้านสิทธิของประชาชนมากขึ้น โดยเฉพาะการปรับเปลี่ยนมุมมองสวัสดิการจากเรื่องการช่วยเหลือและสงเคราะห์ผู้สูงอายุในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2534 มาตรา 81 “รัฐจึงช่วยเหลือและสงเคราะห์ผู้สูงอายุและผู้พิการให้มีสุขภาพ กำลังใจ และความหวังในชีวิต เพื่อสามารถ ดำรงตนอยู่ได้ตามสมควร” ซึ่งเป็นการให้ความช่วยเหลือแบบสังคมสงเคราะห์ มาเป็นการให้สวัสดิการในฐานะสิทธิตั้งแต่รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 ถึงรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 นอกจากนี้ยังเพิ่มเป็น

หน้าที่ของรัฐในหมวด 5 มาตรา 71 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 (สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, สำนักวิชาการ, 2562)

จากที่กล่าวมาข้างต้น ข้อดีของสาระนโยบายนี้เป็นการดำเนินการที่มีมาอย่างต่อเนื่อง และเป็นนโยบายที่เป็นไปตามแนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐตามรัฐธรรมนูญ อีกทั้งรัฐบาลในแต่ละคณะยังได้นำผลสะท้อนกลับจากนโยบายมาปรับปรุงเปลี่ยนแปลงหลักเกณฑ์ ขั้นตอน กระบวนการในการดำเนินนโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุให้มีประสิทธิภาพและสร้างความเป็นธรรมได้สูงสุด เช่น ปรับเปลี่ยนจากการกำหนดจำนวนผู้รับสิทธิในแต่ละหมู่บ้าน และมีการคัดเลือกจากคณะกรรมการ มาเป็นการจ่ายแบบถ้วนหน้าสำหรับบุคคลที่มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ เป็นต้น นอกจากนี้ ในส่วนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการนำนโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุไปปฏิบัตินั้น มีการกำหนดคู่มือการปฏิบัติงานเบี้ยยังชีพขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งมีหลักเกณฑ์การปฏิบัติที่ชัดเจน

อย่างไรก็ตาม นโยบายฯ นี้ ก็ยังคงพบข้อถ้อยของสาระนโยบายก็คือ ตามหลักการในการจ่ายแบบถ้วนหน้าทุกคนเป็นหลักการที่ดี หากพิจารณาเกี่ยวกับระดับของการให้สวัสดิการนั้น ในกรณีผู้ด้อยโอกาสนั้นควรได้รับสวัสดิการสูงกว่ากรณีทั่วไปหากผู้สูงอายุประสบปัญหาความยากลำบากในการดำรงชีวิตอันเนื่องจากความชรา เนื่องจากสภาพร่างกายไม่เอื้ออำนวยจนอาจจำเป็นต้องได้รับการดูแลเพิ่มเติม เช่น ต้องการผู้ช่วยในการเดินทาง เป็นต้น บางครั้งเรียกผู้สูงอายุกลุ่มนี้ว่าผู้สูงอายุในภาวะพึ่งพิง ส่วนผู้สูงอายุที่ไม่มีภาวะดังกล่าวก็ไม่จำเป็นต้องได้รับสวัสดิการส่วนเพิ่ม อีกกรณีของความด้อยโอกาสคือ กรณีที่ผู้สูงอายุที่ยากจน เนื่องจากความจนทำให้สวัสดิการค่าครองชีพในระดับที่ได้รับไม่เพียงพอต่อการดำรงชีวิตขั้นพื้นฐานได้ จึงควรได้รับสวัสดิการส่วนนี้เพิ่มขึ้นเช่นกัน ทั้งนี้ หากจะปรับปรุงข้อถ้อยของนโยบายฯ นี้ ผู้เขียนจึงเห็นว่า ควรมีการจัดสรรเบี้ยยังชีพแบบกรณีพิเศษเพิ่มเติมในกรณีที่ผู้สูงอายุที่ยากจนและอยู่ในภาวะพึ่งพิง ซึ่งเป็นการให้สวัสดิการสังคมแบบเจาะจงแก่ผู้สูงอายุในกลุ่มที่น่าจะมีปัญหาการดำรงชีพในวัยชรา ซึ่งการจัดสรรเบี้ยยังชีพแบบกรณีพิเศษเพิ่มเติมในลักษณะนี้อาจจะขึ้นอยู่กับความพร้อมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่นั้น

การวิเคราะห์นโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุในมิติการประเมินผล

นโยบายหลักที่เป็นประโยชน์ต่อผู้สูงอายุที่ยากจนโดยเฉพาะที่เป็นแรงงานนอกระบบคือ นโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุเป็นนโยบายที่จ่ายเงินรายเดือนแก่ผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปทุกคนที่ไม่อยู่ภายใต้โครงการบำนาญอื่นใดของรัฐ ซึ่งรัฐบาลจ่ายเบี้ยยังชีพโดยเพิ่มสิทธิประโยชน์ตามช่วงอายุ แทนที่จะจ่ายผลประโยชน์รายเดือนอัตราเดียวแก่ผู้รับประโยชน์ที่มีสิทธิทุกราย อย่างไรก็ตามไม่ได้มีการระบุจำนวนเงินหรือรูปแบบของบำนาญ เพียงแต่ให้สิทธิผู้สูงอายุที่จะได้รับการสงเคราะห์เบี้ยยังชีพตามความจำเป็นอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม ส่งผลให้ขาดความไม่แน่นอนเรื่องจำนวนเงินและรูปแบบของบำนาญ ซึ่งอาจจะเปลี่ยนจากการให้แบบถ้วนหน้ามาเป็นแบบมีเงื่อนไขเจาะจงได้และจำนวนเงินบำนาญก็สามารถเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับรัฐบาลเป็นผู้กำหนด

ก่อนปี พ.ศ. 2552 รัฐบาลไทยได้สนับสนุนเงินเบี้ยยังชีพให้แก่ผู้สูงอายุที่ยากจนและไม่ได้รับความช่วยเหลือจากสมาชิกในครอบครัว ทั้งนี้ แต่เดิมการนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นแบบสั่งการของรัฐบาล ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 โดยกรมประชาสงเคราะห์ กระทรวงมหาดไทย ได้มอบหมายให้กำนัน ผู้ใหญ่บ้านสำรวจผู้สูงอายุในหมู่บ้านของตน เพื่อให้เงินสงเคราะห์ แต่มีผู้สูงอายุได้รับเงินเบี้ยยังชีพไม่มากนัก แม้ว่าเกณฑ์การคัดเลือกจะชัดเจนแต่การนำไปปฏิบัติกลับทำได้ไม่มีประสิทธิภาพ ผู้รับเบี้ยยังชีพจำนวนมากอาจจะไม่ได้มีความยากจนจริง จึงกล่าวได้ว่า ผลของการนำนโยบายไปปฏิบัติในระยะแรกที่ใช้วิธีการจำกัดจำนวนผู้ได้รับสิทธินั้น ก่อให้เกิดผลในทางลบเพราะจำนวนผู้ได้รับสิทธิเบี้ยยังชีพไม่ได้สะท้อนตัวเลขของผู้สูงอายุอย่างแท้จริง

ดังนั้น นโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุตั้งแต่สมัยรัฐบาลนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ เป็นต้นมา มีการปรับเปลี่ยนการจ่ายเบี้ยยังชีพจากเดิมที่มีการจำกัดจำนวนผู้ได้รับสิทธิและมีการคัดเลือกแบบมีเงื่อนไขเจาะจงมาเป็นการจ่ายเบี้ยยังชีพแบบถ้วนหน้า ซึ่งจ่ายให้แก่ผู้สูงอายุทุกคนหากมีคุณสมบัติเข้าหลักเกณฑ์ที่รัฐบาลกำหนดไว้ โดยใช้เกณฑ์อายุและไม่ใช่ผู้ได้รับสวัสดิการหรือสิทธิประโยชน์อื่นใดจากหน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งกล่าวได้ว่าการพิจารณาการจ่ายเบี้ยยังชีพในลักษณะเป็นประโยชน์แก่ประชาชนโดยรวม ไม่ว่าจะมิฐานะใดก็ตาม แต่ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับรัฐบาลก็คือ งบประมาณที่ใช้ดำเนินการดังกล่าว ผิดกับการที่อัตราการจัดจ่ายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุได้ปรับการจ่ายเป็น

แบบขั้นบันได ภาครัฐจึงเป็นผู้รับภาระค่าใช้จ่ายทั้งหมด ทำให้ภาครัฐมีขนาดรายจ่ายมาก เพราะสัดส่วนของผู้สูงอายุมีจำนวนมากขึ้นทุกปี

ทั้งนี้ หากพิจารณาจากเกณฑ์ต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในการประเมินนโยบาย (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2545) ได้แก่ ประการที่หนึ่ง ความพอเพียง (Adequacy) ซึ่งหมายถึง ความสามารถในการดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ของนโยบาย ภายใต้เงื่อนไขทางทรัพยากรที่มีอยู่ จะพบว่า นโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุมีการดำเนินการที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของนโยบายที่มุ่งให้สวัสดิการแก่ผู้สูงอายุ ประการที่สอง ความเท่าเทียม (Equality) พิจารณาได้จากการกระจายผลของนโยบายและความพยายามของกลุ่มต่าง ๆ ที่จะได้รับความเป็นธรรมหรือความเท่าเทียมกัน กล่าวคือ จากนโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุทำให้รัฐสามารถกระจายทรัพยากรที่เป็นผลประโยชน์แก่ประชาชนผู้สูงอายุอย่างเป็นรูปธรรม แม้ว่านโยบายนี้รัฐจะต้องใช้งบประมาณในการดำเนินการจำนวนมากก็ตาม ประการที่สาม การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) นโยบายนั้นตอบสนองความต้องการให้ความพึงพอใจมีคุณค่าต่อสังคมมากน้อยเพียงไร และนโยบายนั้นสนองความต้องการของกลุ่มที่ได้รับประโยชน์คือกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ กล่าวได้ว่านโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุเป็นนโยบายที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายซึ่งก็คือผู้สูงอายุได้เป็นอย่างดี โดยผู้สูงอายุได้มีการลงทะเบียนขอรับเบี้ยยังชีพจำนวนมากขึ้นทุกปี และประการที่สี่ ความเหมาะสม (Appropriateness) เกณฑ์ความเหมาะสมจะต้องพิจารณาถึงคุณค่าของวัตถุประสงค์ของนโยบาย ซึ่งนโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุเป็นนโยบายทางด้านสวัสดิการสังคมที่รัฐให้แก่ผู้สูงอายุที่มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ทุกคนแบบถ้วนหน้า ทำให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของนโยบายที่ตั้งไว้คือเป็นนโยบายที่มีไว้สำหรับการช่วยเหลือผู้สูงอายุเพื่อให้รายได้ประจำทุกเดือน

อย่างไรก็ตาม ไม่ว่านโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุจะถูกปรับเปลี่ยนเป็นการจ่ายสวัสดิการแบบถ้วนหน้าหรือแบบเจาะจงที่มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย สิ่งหนึ่งที่ไม่ควรกระทำในการกำหนดนโยบายประเภทนี้ก็คือการจำกัดจำนวนผู้ได้รับสิทธิสำหรับสวัสดิการพื้นฐาน กล่าวคือผู้มีสิทธิตามเงื่อนไขเช่นเดียวกัน บางคนได้รับสวัสดิการ บางคนไม่ได้รับสวัสดิการ เนื่องด้วยเหตุผลว่างบประมาณไม่เพียงพอ ดังเช่นการให้เบี้ยยังชีพผู้สูงอายุที่ยากจนในอดีตซึ่งแต่ละหมู่บ้านจะได้รับไม่เกิน 5 คน ทั้งที่บางหมู่บ้านมีคนชราที่ยากจนและไม่มีลูกหลานดูแลมากกว่านั้น ซึ่งในปัจจุบันได้มีการปรับเปลี่ยนหลักเกณฑ์การจัดสรรเบี้ยยังชีพสำหรับผู้สูงอายุเป็นแบบถ้วนหน้า กล่าวคือ ผู้สูงอายุที่มีคุณสมบัติเข้าหลักเกณฑ์การจัดสรรเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ ๆ ก็จะได้รับเบี้ยยังชีพทุกคน ดังนั้น ในมิติของการประเมินผลนโยบายสาธารณะที่เกี่ยวข้องกับการจัดสวัสดิการสังคม จึงควรใช้หลักเกณฑ์ความเท่าเทียมและความเหมาะสมของนโยบายเป็นสำคัญเพื่อเป็นการลดความเหลื่อมล้ำและสร้างความเท่าเทียมในเกิดขึ้นในสังคมให้ได้มากที่สุด

ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงนโยบายและการปฏิบัติในอนาคต

ในการปรับปรุงนโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุในอนาคตนั้น ผู้เขียนเห็นว่า ควรจะมีการปรับปรุงพัฒนาตั้งแต่กระบวนการกำหนดนโยบาย การนำนโยบายไปปฏิบัติ และการประเมินผลนโยบาย อันเป็นขั้นตอนกระบวนการหลักที่สำคัญของการศึกษานโยบายสาธารณะ เพื่อให้การศึกษานโยบายสาธารณะมีความครอบคลุมทั้งกระบวนการ โดยมีข้อเสนอแนะนี้

ขั้นตอนการกำหนดนโยบาย จะพบว่า นโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบันเป็นการใช้ตัวแบบ (Model) ในการกำหนดนโยบายตามกระบวนการทัศน์ตัวแบบส่วนเพิ่มเป็นหลักสำคัญ เพราะเป็นนโยบายที่มีจุดกำเนิดมาจากชนชั้นนำหรือรัฐบาลในขณะนั้น ๆ ซึ่งหากพิจารณาแล้วการกำหนดนโยบายแบบนี้จะเน้นความสัมพันธ์ทางการเมืองและการได้รับคะแนนนิยมจากฝ่ายการเมืองเป็นหลัก โดยอาจไม่ได้คำนึงถึงหลักเหตุผลตามแนวทางของกระบวนการทัศน์ตัวแบบหลักเหตุผลที่ต้องดูถึงหลักต้นทุนและผลประโยชน์ที่ได้รับที่เพียงพอ จนเกิดข้อควรพิจารณาต่อมาในเรื่องของงบประมาณที่ใช้ดำเนินการที่ต้องได้รับการจัดสรรมากขึ้นเรื่อย ๆ จากจำนวนผู้สูงอายุของประเทศไทยที่มีมากขึ้น ดังนั้น ข้อเสนอแนะของผู้เขียนต่อการกำหนดนโยบายก็คือ ผู้กำหนดนโยบายควรพิจารณาแบบ (Model) ในการกำหนดนโยบายโดยใช้ตัวแบบผสมผสาน (Mixed Scanning) (Etzioni, 1967) เนื่องจากเป็นการผสมผสานในการใช้ตัวแบบเหตุผลและตัวแบบส่วนที่เพิ่มเข้าด้วยกัน ตัวแบบนี้ในขั้นแรกจะพิจารณาภาพรวมทั้งหมดของนโยบาย รวมถึงค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนของนโยบายก่อนแล้วจึงมุ่งสนใจเฉพาะจุดที่สนใจเป็นพิเศษเฉพาะส่วน เช่น จำนวนผู้สูงอายุที่เข้าหลักเกณฑ์ขอรับเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุได้ รวมไปถึงถ้ารัฐบาลคณะใดจะปรับเปลี่ยนเพิ่มส่วนนโยบายก็ต้องพิจารณาเพิ่ม เช่น การจ่ายแบบอัตราเดียวกันทุกช่วงอายุ หรือจ่ายแบบขั้นบันไดตามช่วงอายุที่เพิ่มขึ้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ผู้กำหนดนโยบายจะต้องมีข้อมูลเพื่อ

ประกอบการพิจารณาอย่างถี่ถ้วน ฉะนั้น ตัวแบบผสมผสานนี้จะได้ใช้ข้อดีของแต่ละตัวแบบทั้งตัวแบบเหตุผล และตัวแบบส่วนที่เพิ่มไปลดข้อจำกัดหรือข้อเสียที่ใช้แบบใดแบบหนึ่งเพียงอย่างเดียวได้ นอกจากนี้ จะพบว่า มีปรากฏการณ์และปัจจัยหลายอย่างที่น่าไปสู่การกำหนดนโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ ไม่ว่าจะเป็นสถานการณ์จำนวนผู้สูงอายุ แนวคิดการจัดสวัสดิการสังคมเพื่อผู้สูงอายุเพื่อให้มีรายได้เลี้ยงชีพตนได้ รวมถึงปัจจัยทางการเมือง ณ ขณะนั้นที่ส่งผลต่อแนวคิดการกำหนดนโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุด้วย

ขั้นตอนการนำนโยบายไปปฏิบัติ จากการศึกษาข้อมูลการนำนโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุไปปฏิบัตินั้นจะพบว่า ดำเนินการแบบสั่งการเป็นสำคัญ โดยมีรัฐบาลและหน่วยราชการในระดับต่างๆ เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนนโยบายมาตลอด ซึ่งพิจารณาจากมุมมองของผู้กำหนดนโยบาย ซึ่งการนำนโยบายไปปฏิบัติจะต้องเริ่มจากเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติหรือข้าราชการ เพื่อดำเนินการตามนโยบายอย่างเหมาะสมเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมาย ดังนั้น ความสามารถในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่จึงเป็นตัวแปรสำคัญต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ ฉะนั้น ผู้เขียนจึงมีข้อเสนอสำหรับการนำนโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุไปปฏิบัติโดยการสร้างภาคีสวัสดิการสำหรับสวัสดิการผู้สูงอายุ เพราะการจัดสวัสดิการผู้สูงอายุไม่ควรเป็นหน้าที่ของภาครัฐเพียงฝ่ายเดียว แต่ควรมีระบบการส่งเสริมภาคีเครือข่ายหรือเชิญชวนให้ภาคส่วนอื่นของสังคมเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลสวัสดิการสำหรับผู้สูงอายุในประเทศไทยด้วย โดยภาคีที่สำคัญคือรัฐบาล ท้องถิ่น ชุมชนองค์กรอิสระ และภาคเอกชน ทั้งนี้ ในการนำนโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุไปปฏิบัติในปัจจุบัน หลังจากมีการกระจายอำนาจการปกครองทำให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีบทบาทหลักในการดำเนินนโยบายฯ ไม่ว่าจะเป็นการสำรวจจำนวนผู้สูงอายุ การรับคำขอแจ้งความจำนงค์ รวมไปถึงการดำเนินการจ่ายเบี้ยยังชีพ อย่างไรก็ตาม ตามหลักการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นเป็นการส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีศักยภาพในการดูแลพื้นที่ของตนเองได้ รวมถึงมีบทบาทในการจัดทำงบประมาณเพื่อจัดสวัสดิการต่างๆ ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่นได้เอง ในส่วนของภาคเอกชน ควรหาแนวทางในการปรับกิจกรรมเพื่อสังคมที่ภาคเอกชนทำอยู่ ให้เอื้อต่อสวัสดิการสำหรับผู้สูงอายุมากขึ้น รวมไปถึงการสงเคราะห์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การช่วยเหลือผู้สูงอายุที่ยากจนในพื้นที่องค์กรเหล่านั้นตั้งอยู่ เป็นต้น ในส่วนของชุมชนฯ หลายแห่งมีการจัดสวัสดิการให้กับผู้สูงอายุในพื้นที่อยู่แล้ว จึงควรส่งเสริมให้มีความยั่งยืน เช่น การส่งเสริมความยั่งยืนทางการเงิน ช่วยให้คำแนะนำด้านการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายของผู้สูงอายุ และในชุมชนที่ยังไม่มีสวัสดิการสำหรับผู้สูงอายุก็ควรเร่งผลักดันให้เกิดขึ้นด้วย

ทั้งนี้ รัฐบาลต้องใช้แนวทางที่เน้นบทบาทมุมมองของข้าราชการหรือเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติ หรือคนที่น่าไปปฏิบัติจริงที่มีบทบาทสำคัญในการเป็นผู้ที่นำนโยบายไปปฏิบัติเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จ อีกทั้งเจ้าหน้าที่เหล่านั้นยังเป็นผู้ให้บริการที่มีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับประชาชนและมีบทบาทในการใช้ดุลยพินิจ การควบคุมและจัดสรรทรัพยากรของหน่วยงานรัฐที่จะให้บริการแก่ประชาชนด้วย เพราะบุคคลเหล่านั้นจะเป็นผู้ที่รับทราบปัญหาและความต้องการของประชาชนในแต่ละพื้นที่ซึ่งอาจมีปัญหาและความต้องการที่ต่างกัน

ขั้นตอนการประเมินผลนโยบาย จะพบว่า นโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุมุ่งเน้นการประเมินผลโดยการวัดในเชิงปริมาณ เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับผลที่เกิดขึ้นจากนโยบาย ไม่ว่าจะเป็นการวัดความสำเร็จของนโยบายโดยพิจารณาข้อมูลจากจำนวนผู้สูงอายุที่ได้รับเบี้ยยังชีพ จำนวนเงินงบประมาณสำหรับการจัดสรรเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบจะมีการทาวิจัยเพื่อประเมินผลนโยบายโดยดูว่าผลของนโยบายเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของนโยบายหรือไม่ อย่างไร ซึ่งจะเน้นการหาข้อสรุปทั่วไปและเป็นการศึกษาเชิงประจักษ์ ซึ่งการศึกษาลักษณะนี้ง่ายต่อการวิเคราะห์เพื่อวัดประสิทธิภาพและประสิทธิผล และใช้ประสิทธิภาพและประสิทธิผลเป็นเครื่องมือในการวัดความสำเร็จของนโยบาย นอกจากนี้ สิ่งสำคัญประการหนึ่งในการศึกษานโยบายสาธารณะก็คือการสร้างนโยบายสาธารณะที่มีพื้นฐานมาจากการมีส่วนร่วมของประชาชนมิใช่มาจากการสั่งงานจากฝ่ายการเมืองแต่เพียงอย่างเดียว ดังนั้น เจ้าหน้าที่รัฐจึงต้องมีหน้าที่ส่งเสริมการสนทนาหรือการถกแถลงในเรื่องต่างๆ เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนานโยบายสาธารณะต่อไป

บทสรุป

นโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุเป็นนโยบายด้านสวัสดิการสังคมให้แก่ผู้สูงอายุ เพื่อสร้างหลักประกันด้านรายได้แก่ผู้สูงอายุ โดยมีลักษณะเป็นเงินช่วยเหลือที่ภาครัฐจัดสรรไว้ให้กับผู้สูงอายุ โดยรัฐบาลได้จัดสรรงบประมาณไว้สำหรับเป็นเบี้ยยังชีพให้แก่ผู้สูงอายุทั่วประเทศที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป โดยจ่ายให้แบบขั้นบันได ทั้งนี้ การกำหนดนโยบายเบี้ยยังชีพ

ผู้สูงอายุนั้นมุ่งไปที่ผลประโยชน์สูงสุดทางสังคม โดยเป็นการจัดสวัสดิการสังคมให้แก่ประชาชนกลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถดำรงชีพในสังคมได้ การดำเนินนโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุได้มีมาอย่างต่อเนื่อง โดยมีการกำหนดนโยบายให้เป็นไปตามแนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐตามรัฐธรรมนูญ และมีการนำนโยบายไปปฏิบัติโดยหน่วยงานภาครัฐระดับต่าง ๆ ทั้งส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้สูงอายุให้มากที่สุด และนโยบายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และสร้างความเป็นธรรมในสังคมได้สูงสุด

เอกสารอ้างอิง

- กรมกิจการผู้สูงอายุ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2565). สวัสดิการผู้สูงอายุ. สืบค้น 13 สิงหาคม 2565. จาก <https://www.dop.go.th/th/known/side/1/1/1099>.
- ธเนศวรรัตน์ เอียดพวง. (2554). การประเมินโครงการเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ ศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์แท่น จังหวัดนครนายก. (สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขา นโยบายสาธารณะ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- บุญมี โทท่า, ภักดี โพธิ์สิงห์, ชญานิน กฤติยะโชติ. (2561). การนำนโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุไปปฏิบัติ. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ, 12(3), 149-158.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2561). รับสังคมผู้สูงวัย! TDRI คาดอีก 15 ปี คนไทยอาจใช้จ่ายด้านสุขภาพสูงถึง 2.2 ล้านล้าน บาท. สืบค้น 13 สิงหาคม 2565. จาก <https://www.prachachat.net/general/news-105651>.
- พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546. (2546). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 120 ตอนที่ 130 ก, หน้า 1-8.
- ศิริชัย กาญจนาวาสี. (2545). ทฤษฎีการประเมิน. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, สำนักวิชาการ. (2562). บทบัญญัติรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยเกี่ยวกับสวัสดิการผู้สูงอายุ. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- Etzioni, Amitai. (1967). "Mixed Scanning: A "Third" Approach to Decision Making,". *Public Administration Review*, 27(5), 385-392.

พลังบวร : ชุมชนคุณธรรม ลานธรรม ลานวิถีไทย

PALANG BOWON : VIRTUES COMMUNITY, LAND OF DHAMMA, THAI WAY OF LIFE

พระอธิการโสภณ ปิยธมฺโม^{1*} เอกราช โสมิตพิมานเวช² พระมหาพิสิฐ วิสิฏฐปญฺโญ³

Phraathikan Sophon Piyadhammo¹ Ekkarach Kositpimanvach² Phramaha Phisit Visittapañño³

^{1,2,3} มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น

^{1,2,3} Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Khon Kaen campus

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับหลักการ แนวคิด และแนวทางการดำเนินงานโครงการพลังบวร ชุมชนคุณธรรม ลานธรรม ลานวิถีไทย โดยมีองค์ประกอบดังนี้ 1) การนำหลักธรรมทางศาสนาไปบูรณาการใช้ในการดำเนินชีวิตได้อย่างเหมาะสม เกิดคุณธรรมจริยธรรม นำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดี 2) การน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อนำไปปรับใช้ในการดำเนินชีวิตได้อย่างเหมาะสม นำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดี 3) มีความสามารถนำทุนทางวัฒนธรรมและเสริมสร้างคุณค่าทางสังคม สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจแก่ชุมชน นำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดี 4) เกิดการบูรณาการความร่วมมือในการขยายผลเครือข่ายชุมชนคุณธรรมสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดี ดังนั้น การดำเนินงานโครงการชุมชนคุณธรรมพลังบวรจึงเป็นแนวทางหนึ่งที่ทำให้ชุมชนและสังคมเกิดความเข้มแข็ง สร้างภาคีเครือข่ายทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมทั่วประเทศ เพื่อร่วมสร้างสังคมคุณธรรมที่ยั่งยืน ส่งเสริมให้วัดเปิดพื้นที่เป็นแหล่งเรียนรู้หลักธรรมทางศาสนา บ่มเพาะคุณธรรมจริยธรรม โดยอาศัยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในชุมชน พัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ซึ่งชุมชนคุณธรรมขับเคลื่อนการดำเนินงานด้วยกลไก “พลังบวร” (บ้าน, วัด, โรงเรียน) โดยยึดหลักการมีส่วนร่วม “ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบ, และร่วมรับผลประโยชน์”

คำสำคัญ: พลังบวร, ชุมชนคุณธรรม, ลานธรรม, ลานวิถีไทย

* E-mail address: kingkaewsophon@gmail.com ¹ ekkarad2552@gmail.com ² pisit.sueb@mcu.ac.th ³

ABSTRACT

The purpose of this article to present the content on the principles, concepts and guidelines of the Palang Bowon Project, Moral Community, Land of Dhamma, and Thai Way of Life. The components are as follows: 1) the application of religious principles to integrate them into an appropriate way of life; morality and ethics leading to the development of a good quality of life, 2) adopting the Sufficiency Economy Philosophy to be able to use it in a proper way of life leading to a better quality of life, 3) having the ability to lead cultural capital and enhance social values can create added economic value to the community leading to the development of a good quality of life, and 4) There was an integration of cooperation in the expansion of the moral community network, to the development of good quality of life. Therefore, the implementation of the Palang Bowon Moral Community Project is one approach that strengthens the community and society. Build a network of partners from government agencies, the private sector, and civil society across the country. To join in building a sustainable ethical society Encourage the temple to open the area as a learning center for religious principles Cultivate morals and ethics through the participation of all sectors in the community develop a strong community to create economic value The moral community drives its operations with the “Palang Bowon” mechanism (houses, temples, schools) based on the principle of participation “to think, share, share responsibility, and receive benefits”.

Keywords: Palang Bowon, Virtues Community, Land of Dhamma, Thai Way of Life

บทนำ

การดำเนินงานโครงการพลังบวร ชุมชนคุณธรรม ลานธรรม ลานวิถีไทยภายใต้กรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (2560-2580) เป็นยุทธศาสตร์แรกของประเทศได้กำหนดวิสัยทัศน์ไว้ว่า “ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศที่พัฒนาแล้วด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” เพื่อเป็นการสนองนโยบายของรัฐบาล กระทรวงวัฒนธรรม และดำเนินงานตามแผนแม่บทส่งเสริมคุณธรรมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2559-2564) กรมการศาสนาซึ่งมีภารกิจให้การอุปถัมภ์คุ้มครองพระพุทธศาสนา และศาสนาอื่นที่ทางราชการรับรอง รวมทั้งบ่มเพาะ ส่งเสริมให้ประชาชนทุกระดับนำหลักธรรมทางศาสนาไปปรับใช้ในการดำเนินชีวิตอย่างมีคุณภาพ มีคุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่พึงประสงค์ (กรมการศาสนา, กระทรวงวัฒนธรรม, 2565)

กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม จึงมีแนวคิดนำสถาบันหลักของชาติ ประกอบด้วย สถาบันชาติ สถาบันศาสนา และสถาบันพระมหากษัตริย์ มาเป็นแกนกลางเสริมสร้างความมั่นคงให้แก่ประเทศชาติ โดยใช้พลังบวร (บ้าน วัด/ศาสนสถาน โรงเรียน/ราชการ) และนโยบายประชารัฐ เป็นกลไกสำคัญส่งเสริมให้ประชาชนตั้งแต่ระดับบุคคล ระดับชุมชน ระดับสังคม ร่วมเทิดทูนสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ ทำนุบำรุงศาสนา ยึดมั่นในหลักธรรมคำสอนที่ตนเคารพนับถือ มีการน้อมนำศาสตร์พระราชาตามหลัก “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ไปพัฒนาคุณภาพชีวิตอย่างเหมาะสมสืบสานประเพณี วิถีวัฒนธรรมที่ดีงาม ภูมิปัญญาของท้องถิ่น และพัฒนาต่อยอดทุนทางวัฒนธรรม เพื่อสร้างคุณค่าทางสังคม และมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้ประชาชนมีอาชีพ เสริมสร้างรายได้แก่ชุมชนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น (กรมการศาสนา, กระทรวงวัฒนธรรม, 2565)

รัฐบาลได้กำหนดยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ด้านความมั่นคง ให้มีการเสริมสร้างความมั่นคงของสถาบันหลักและการปกครองระบบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นพระประมุข ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคน ให้มีการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคนตลอดช่วงชีวิต ปลุกฝังระเบียบวินัย คุณธรรมจริยธรรม จิตสาธารณะ ค่านิยมที่พึงประสงค์ ด้านการสร้างโอกาสความเสมอภาคและเท่าเทียมกันทางสังคม สร้างความเข้มแข็งของสถาบันทางสังคม ทุนทางวัฒนธรรมและความเข้มแข็งของชุมชน รวมทั้งด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ ให้มีการพัฒนาสมรรถนะมุ่งผลสัมฤทธิ์ผลประโยชน์เพื่อส่วนรวมและมีการบูรณาการเชิงพื้นที่ ดังนั้น กระทรวงวัฒนธรรม

จึงกำหนดกรอบการใช้วัฒนธรรมเพื่อพัฒนาประเทศใน 3 มิติ คือ การสร้างคนดีสังคมดีด้วยมิติทางวัฒนธรรม การสร้างรายได้ ความมั่งคั่งจากทุนทรัพยากรทางวัฒนธรรม ใช้วัฒนธรรมเสริมสร้างภาพลักษณ์ เกียรติภูมิและความสัมพันธ์อันดีกับต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นประสาน บูรณาการความร่วมมือจากทุกภาคส่วนร่วมขับเคลื่อนทุนและมิติทางวัฒนธรรมร่วมสร้างให้ประเทศชาติเกิดความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน (กรมการศาสนา, กระทรวงวัฒนธรรม, 2565)

พลังบวร : ชุมชนคุณธรรม ลานธรรม ลานวิถีไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้วัดหรือศาสนสถานเป็นศูนย์รวมจิตใจของคนในชุมชนร่วมกับชุมชนเปิดพื้นที่วัดเป็นแหล่งเรียนรู้ตามศาสตร์พระราชา “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” บ่มเพาะคุณธรรม จริยธรรม สืบสานประเพณี วิถีวัฒนธรรมไทยที่งดงาม ส่งเสริมให้มีการนำพลังบวร (บ้าน วัด โรงเรียน หรือราชการ) เป็นกลไกสำคัญในการร่วมสร้างสังคมคุณธรรมให้เกิดขึ้นอย่างยั่งยืนและเพื่อส่งเสริมให้เด็ก เยาวชนและประชาชนทั่วไปที่เข้าร่วมกิจกรรมยึดมั่นในหลักธรรมทางศาสนา น้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้ในการดำเนินชีวิตได้อย่างเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสังคม (เอกราช โฆสิตพิมาณเวช และ พา อักษรเสือ, 2561) จากยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี “มุ่งพัฒนาประเทศให้เกิดความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ส่งเสริมให้ประชาชนนำมิติทางศาสนาและวัฒนธรรมมาเป็นกลไกสำคัญในการเสริมสร้างให้ประชาชนภายในประเทศมีภูมิคุ้มกันชุมชน เกิดความเข้มแข็งอย่างยั่งยืนอีกทั้งยังเป็นไปตามแนวทางของแผนแม่บทส่งเสริมคุณธรรมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรมโดยกรมการศาสนา จึงได้ให้การส่งเสริมสนับสนุนบ่มเพาะ พัฒนาคุณธรรม จริยธรรมแก่คนในสังคม โดยเฉพาะกลุ่มเด็กและเยาวชน ซึ่งถือว่าเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศชาติ รวมทั้งมุ่งเน้นสร้างขยายเครือข่ายชุมชนคุณธรรม ร่วมสร้างสังคมคุณธรรมทั่วประเทศผ่านกลไกพลังบวร (บ้าน วัด โรงเรียน หรือราชการ) บูรณาการความร่วมมือขับเคลื่อนการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพ โดยมีเป้าหมายสูงสุดคือสังคมไทยเป็นสังคมคุณธรรมที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน (กรมการศาสนา, กระทรวงวัฒนธรรม, 2565)

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับหลักการ แนวคิด และแนวทางการดำเนินงานโครงการพลังบวร ชุมชนคุณธรรม ลานธรรม ลานวิถีไทย ซึ่งผู้เขียนจะได้นำเสนอใน 5 ประเด็นต่อไปนี้ คือ 1) การขับเคลื่อนชุมชนคุณธรรมร่วมสร้างสังคมคุณธรรมที่ยั่งยืน 2) หลักการดำเนินงานขับเคลื่อนพลังบวร 3) ยุทธศาสตร์และแนวทางการดำเนินงานโครงการพลังบวร 4) กระบวนการดำเนินงานพลังบวร: ชุมชนคุณธรรม ลานธรรม ลานวิถีไทย และ 5) พลังบวร : ชุมชนคุณธรรม ลานธรรม ลานวิถีไทย สู่การพัฒนาสังคมคุณธรรม ชุมชนเข้มแข็งยั่งยืน มีรายละเอียดต่อไปนี้

การขับเคลื่อนชุมชนคุณธรรมร่วมสร้างสังคมคุณธรรมที่ยั่งยืน

1. หลักการ

ปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 กรมการศาสนาได้นำหลักการสร้างสังคมคุณธรรมมาบูรณาการในการดำเนินงานโครงการพลังบวร : ชุมชนคุณธรรม ลานธรรม ลานวิถีไทย โดยร่วมกับภาคคณะสงฆ์ องค์การทางศาสนา ภาคีเครือข่ายทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม ร่วมสร้างและขยายเครือข่ายชุมชนคุณธรรมทั่วประเทศ เพื่อร่วมสร้างสังคมคุณธรรมที่ยั่งยืน โดยส่งเสริมให้วัด/ศาสนสถาน ร่วมสร้าง “คนดี สังคมดี” โดยเปิดพื้นที่เป็นแหล่งเรียนรู้หลักธรรม/คำสอนทางศาสนา บ่มเพาะคุณธรรมจริยธรรม เป็นแหล่งเรียนรู้ศาสตร์พระราชาตามหลัก “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” รวมทั้งให้วัด/ศาสนสถานร่วมกับชุมชน สืบสานวิถีวัฒนธรรมอันดีงาม พัฒนาทุนทางวัฒนธรรมผลิตภัณฑ์ทางภูมิปัญญา (แผนปฏิบัติการโครงการพลังบวร : ชุมชนคุณธรรม ลานธรรม ลานวิถีไทยวัดโพธิ์ขาว จังหวัดอำนาจเจริญ, 2564)

การส่งเสริมการท่องเที่ยวและบริการทางวัฒนธรรม เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ซึ่งชุมชนคุณธรรมขับเคลื่อนการดำเนินงานด้วยกลไก “พลังบวร” (บ้าน วัด/ศาสนสถาน โรงเรียน/ราชการ) ใช้หลักการมีส่วนร่วม “ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบ และร่วมรับผลประโยชน์” และมีการบูรณาการความร่วมมือหน่วยงานในพื้นที่สนับสนุนการดำเนินงานของชุมชนส่งผลให้การดำเนินงานเป็นอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้คนในชุมชนเคารพเทิดทูนชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ ดำรงตนยึดมั่นในหลักธรรมทางศาสนาที่เคารพนับถือ น้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาพัฒนาคุณภาพชีวิต บนวิถีประเพณี วัฒนธรรมไทยที่งดงาม รวมทั้งมีการพัฒนาต่อยอดทุนทางวัฒนธรรม นวัตกรรมทางภูมิปัญญา เสริมสร้างอาชีพ รายได้ แก่คนในชุมชน ส่งผลให้เศรษฐกิจชุมชนเข้มแข็งยั่งยืน นำพาชาติสู่ความมั่งคั่ง มั่งคั่ง

กรณีศึกษาโครงการบวรสันติสุข เกิดจากแนวคิดการเผยแผ่พระพุทธศาสนาที่ปรับเปลี่ยนตามยุคสมัย ในศตวรรษที่ 21 เป็นการจัดกิจกรรมทางศาสนา การทำวัตรสวดมนต์ เจริญสมาธิภาวนา การเสนาธรรม ตอบปัญหาธรรมะ วิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน ที่บ้านของศรัทธาญาติโยม ที่มีจิตศรัทธาเป็นเจ้าภาพในเวลาช่วงหัวค่ำจนถึง 3 ทุ่ม เมื่อมีนโยบายการขับเคลื่อนคุณธรรมค่านิยม 12 ประการ ของ คสช.และรัฐบาลเข้าร่วม ทุกหน่วยงานในตำบลแม่สา บ้าน วัด โรงเรียน ต่างนำมาปฏิบัติทั้งในบทบาทหน้าที่ของตนเอง และร่วมกันดำเนินงานในลักษณะการบูรณาการร่วมกัน ภายใต้โครงการบวรสันติสุข สร้างความรัก ความสามัคคีสามารถเป็นแบบอย่างที่ดี เป็นต้นแบบชุมชนส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม ให้ชุมชนที่สนใจสามารถนำไปปรับใช้ตามบริบทของตนเองได้ (ยุรธ จินา และรณิศา จินา, 2560)

เพื่อให้การดำเนินงานโครงการพลังบวร : ชุมชนคุณธรรม ลานธรรม ลานวิถีไทย ของศาสนสถานเครือข่าย ชุมชนคุณธรรม เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและบรรลุวัตถุประสงค์ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ กรมการศาสนา ได้จัดทำแนวทางการดำเนินงานโครงการพลังบวร : ชุมชนคุณธรรม ลานธรรม ลานวิถีไทย เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างสังคมคุณธรรมในสังคมไทยภายใต้พระมิต ประกอบด้วย หลักการดำเนินงานขับเคลื่อนพลังบวร กรอบแนวคิด การดำเนินงานพลังบวร : ชุมชนคุณธรรม ลานธรรม ลานวิถีไทย ยุทธศาสตร์และแนวทางการดำเนินงาน (กรมการศาสนา , กระทรวงวัฒนธรรม, 2565)

2. วัตถุประสงค์การดำเนินงานโครงการ

2.1 เพื่อส่งเสริมให้วัด/ศาสนสถาน เป็นศูนย์รวมจิตใจของคนในชุมชนและร่วมกับชุมชนเปิดพื้นที่วัดเป็นแหล่งเรียนรู้ศาสตร์พระราชา “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” บ่มเพาะด้านคุณธรรมจริยธรรม สืบสานประเพณี วิถีวัฒนธรรมไทยที่งดงาม

2.2 เพื่อส่งเสริมให้มีการนำพลังบวร (บ้าน/ชุมชน วัด/ศาสนสถาน โรงเรียน/ราชการ) เป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมแก่เด็ก เยาวชนและประชาชนทั่วไป

2.3 เพื่อส่งเสริมให้พลังบวรเป็นกลไกสำคัญในการร่วมสร้างสังคมคุณธรรมให้เกิดขึ้นอย่างยั่งยืน

2.4 เพื่อส่งเสริมให้เด็ก เยาวชนและประชาชนทั่วไป ที่เข้าร่วมกิจกรรมยึดมั่นในหลักธรรมทางศาสนาอันมีนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้ในการดำเนินชีวิตได้อย่างเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสังคม (แบบรายงานผลการดำเนินงานโครงการพลังบวรชุมชนคุณธรรมลานธรรม ลานวิถีไทย วัดโพธิ์ขาว จังหวัดอำนาจเจริญ, 2564)

สรุปได้ว่า การขับเคลื่อนชุมชนคุณธรรมนับเป็นหลักการสำคัญในการสร้างสังคมคุณธรรมที่สามารถนำมาบูรณาการในการดำเนินการโครงการพลังบวร ชุมชนคุณธรรม ลานธรรม ลานวิถีไทย โดยกรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม ได้ร่วมคณะสงฆ์ องค์การทางศาสนา ภาคีเครือข่ายทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม ร่วมกันขับเคลื่อนเพื่อให้เกิดผลการดำเนินงาน ให้สอดคล้องกับบริบททางสังคม ชุมชนคุณธรรมที่มีอยู่ทั่วประเทศ การดำเนินการตามนโยบายภาครัฐ ได้บูรณาการให้ควบคู่วิถีวัฒนธรรมและประเพณีอันดีงามของแต่ละท้องถิ่น ภูมิภาค โดยมีวัด/ศาสนสถาน ร่วมกับชุมชนสืบสานวิถีวัฒนธรรมอันดีงามพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ศาสตร์พระราชาตามหลัก “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” มุ่งสู่การพัฒนาให้เกิดเป็นสังคมคุณธรรม ชุมชนเข้มแข็งยั่งยืน นำพาประเทศชาติสู่ความมั่งคั่ง มั่งคั่ง และยั่งยืน

หลักการดำเนินงานขับเคลื่อนพลังบวร

กรมการศาสนา มีแนวคิดและหลักการขับเคลื่อนชุมชนคุณธรรม โดยมีวัด/ศาสนสถาน เป็นศูนย์กลางของชุมชนที่จะร่วมกันวิเคราะห์สถานการณ์บริบทของชุมชน กำหนดปัญหาที่อยากแก้ ความดีที่อยากทำ ร่วมกันวางแผนงานโครงการหรือกำหนดกิจกรรมร่วมกัน ระหว่างเจ้าอาวาสวัด/ผู้นำศาสนสถานกับผู้นำชุมชน และประชาชนในพื้นที่ เน้น “การสร้างจิตสำนึก” และกระตุ้นให้เกิดเป็นพลังของคนในชุมชน ให้คนในชุมชนเกิดความรัก ความสามัคคี และมีพลังที่จะสร้างความเข้มแข็ง ให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ โดยมีหลักการดำเนินงานขับเคลื่อนชุมชนคุณธรรม ดังนี้

1. ค้นหาอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชนหรือความต้องการพัฒนาชุมชน “ปัญหาที่อยากแก้ ความดีที่อยากทำ” โดยอาจดำเนินการในลักษณะการทำประชาคม/ประชุมร่วมคิดวิเคราะห์ “ปัญหาที่อยากแก้ ความดีที่อยากทำ” ตั้งคณะทำงานฯ ชุมชนร่วมกันกำหนดแผนการดำเนินงาน

2. นำหลักการทรงงาน “ระเบิดจากข้างใน” “เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา” เป็นหลักการดำเนินงานขับเคลื่อนชุมชนคุณธรรมในพื้นที่

3. ใช้กระบวนการ “พลังบวร” (บ้าน วัด/ศาสนสถาน โรงเรียน/ราชการ) เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงาน

4. การพัฒนาชุมชนเน้นพัฒนาเชิงพื้นที่ (Area Based Approach) โดยมุ่งเน้นเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมคุณภาพชีวิตคนในชุมชนซึ่งเป็นรากฐานสำคัญความเข้มแข็งของชุมชน

5. นำสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ และศาสตร์พระราชา มาเป็นแกนกลางในการพัฒนาคน เสริมสร้างให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งและยั่งยืน

6. เชื่อมโยงการขับเคลื่อนชุมชนคุณธรรมระดับต่าง ๆ เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน (ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบ และร่วมรับผลประโยชน์)

7. ส่งเสริมให้คนในชุมชนพึ่งพาตนเอง พึ่งพากันเอง รวมพลังพัฒนาต่อยอดทุนทางวัฒนธรรม ความหลากหลายทางทรัพยากร สิ่งแวดล้อม สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน

8. บูรณาการความร่วมมือกับทุกภาคส่วนอย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรมเพื่อส่งเสริมให้เกิดชุมชนคุณธรรมในทุกพื้นที่

9. สร้างเครือข่ายชุมชนคุณธรรมสู่สังคมคุณธรรมอย่างยั่งยืน โดยส่งเสริมให้คนในชุมชนยึดมั่นในหลักธรรมทางศาสนา น้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในการพัฒนาคุณภาพชีวิต และร่วมสืบสาน ประเพณี วิถีวัฒนธรรมที่ดีงาม

10. ใช้กระบวนการคุ้มบ้าน กลุ่มบ้าน หรือกลุ่มสนใจของคนในชุมชนขับเคลื่อนการดำเนินงานและติดตามประเมินผลในพื้นที่

11. ขยายเครือข่ายชุมชนคุณธรรมโดยใช้หลักการสร้างชุมชนคุณธรรมต้นแบบเป็นศูนย์กลางแห่งการเรียนรู้และถ่ายทอดการดำเนินงาน (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดอำนาจเจริญ, 2565)

สรุปได้ว่า แนวคิดและหลักการขับเคลื่อนชุมชนคุณธรรม กำหนดให้วัด/ศาสนสถาน เป็นศูนย์กลางของชุมชนที่จะร่วมกันวิเคราะห์สถานการณ์บริบทของชุมชน กำหนดพื้นที่เป้าหมายและสะท้อนปัญหาในการที่ร่วมกันแก้ไข ร่วมกันพัฒนาตามศักยภาพบริบทของชุมชน สังคม ในการร่วมกันวางแผนงาน โครงการหรือกำหนดกิจกรรมร่วมกัน ระหว่างเจ้าอาวาสวัด/ผู้นำศาสนสถานกับผู้นำชุมชน และประชาชนในพื้นที่ โดยเน้นการสร้างจิตสำนึกร่วมกันโดยมีคณะทำงานชุมชนร่วมกันกำหนดแผนการดำเนินงาน ใช้กระบวนการพลังบวรเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาเสริมสร้างให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งและยั่งยืน เกิดการพึ่งพาตนเองได้อย่างเข้มแข็ง สามารถร่วมกันสร้างเครือข่ายชุมชนคุณธรรมสู่สังคมคุณธรรมอย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์และแนวทางการดำเนินงานโครงการพลังบวร

1. ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างค่านิยมและจิตสำนึกให้ประชาชนมีคุณธรรมจริยธรรมภายใต้หลักธรรมทางศาสนา

1.1 เป้าประสงค์: เพื่อรณรงค์ส่งเสริมให้คนในชุมชนยึดมั่นในหลักธรรมทางศาสนาที่ตนเคารพนับถือทั้งด้านร่างกายและจิตใจ

1.2 กลยุทธ์: ส่งเสริมการนำหลักธรรมคำสอนทางศาสนาไปประพฤติปฏิบัติในชีวิตประจำวัน

1.3 แนวทางการดำเนินงาน

1.3.1 ร่วมกับชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดทำแผนส่งเสริมคุณธรรมของชุมชน หรือจัดทำแผนแก้ไขปัญหาชุมชน/จัดทำแผนพัฒนาชุมชน

1.3.2 ร่วมกับชุมชนร่วมกันจัดทำธรรมนูญชุมชนคุณธรรม เช่น ส่งเสริมให้คนในชุมชนรักษาศีล ๕ ในวันธรรมสวนะ และวันสำคัญทางศาสนา เช่น ขันนมหันเพียร ประหยัดซื้อสัตย์ สุจริต เสียสละอดทน ไม่ทะเลาะวิวาท และลด ละ เลิก อบายมุข หรือส่งเสริมให้คนในชุมชนปฏิบัติตามหลักคำสอนทางศาสนา หรือข้อปฏิบัติตามหลักธรรมทางศาสนา

1.3.3 ร่วมกับชุมชนรณรงค์ส่งเสริมให้คนในชุมชนยึดมั่นในหลักธรรมคำสอนทางศาสนาที่ตนเคารพ นับถือ เช่น ศาสนาพุทธ : ส่งเสริมให้คนในชุมชนการรักษาศีล ๕

1.3.4 ร่วมกับชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดกิจกรรมทางศาสนา/อบรมคุณธรรมจริยธรรมในวันสำคัญของชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์

1.3.5 จัดทำโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตเข้าวัดวันธรรมสวนะ รักษาศีล ๕ สวดมนต์ไหว้พระหรือพัฒนาคุณภาพชีวิต ร่วมประกอบศาสนกิจในศาสนสถาน

1.3.6 นำนักเรียนเข้าวัดในวันธรรมสวนะ ปฏิบัติธรรมในช่วงเข้าพรรษา หรือนำนักเรียนปฏิบัติศาสนกิจในช่วงเดือนรอมฎอน หรือนำนักเรียนสวดภาวนาจิต หรือประกอบพิธีมิสซา (พิธีบูชาขอบพระคุณ)

1.3.7 ร่วมกับชุมชน โรงเรียน หน่วยงานราชการ จัดกิจกรรมทางศาสนาตามประเพณีและความเชื่อ เพื่อถวายเป็นพระราชกุศลหรือเฉลิมพระเกียรติแด่พระบรมวงศานุวงศ์ เช่น การสวดมนต์ข้ามปี ปฏิบัติธรรม เทศน์มหาชาติ ละหมาด สวดดูอาร์ จัดพิธีมิสซาขอพรพระเจ้า

1.3.8 จัดอบรมให้ความรู้เรื่องศาสนพิธี และมารยาทไทยในศาสนพิธีแก่เด็ก เยาวชนในสถานศึกษา

1.3.9 จัดอบรมเยาวชนภาคฤดูร้อน เข้าค่ายพุทธบุตร บวชศีลจาริณี

สรุปได้ว่า ทุกคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมเสริมพลังใจ ร่วมตัดสินใจด้วยความจริงใจต่อกัน ของทุกคนในชุมชนโดยยึดหลักธรรมทางศาสนา มาเสริมสร้างคุณธรรมจริยธรรมให้เกิดขึ้นโดยทุกคนในชุมชน ได้น้อมนำหลักธรรมคำสอนทางศาสนาไปประพฤติปฏิบัติในชีวิตประจำวัน เป็นการสร้างค่านิยมและจิตสำนึกที่ดีต่อกัน ร่วมกันจัดทำธรรมนูญชุมชนคุณธรรมเพื่อเป็นแผนในการดำเนินการให้เกิดเป็นผลสำเร็จมุ่งสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิต

2. ยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมให้ประชาชนน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต

2.1 เป้าประสงค์ เพื่อรณรงค์ส่งเสริมให้คนในชุมชนนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้ในการดำเนินชีวิต

2.2 กลยุทธ์ : ส่งเสริมให้ประชาชนทุกระดับนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปประพฤติปฏิบัติในชีวิตประจำวัน

2.3 แนวทางการดำเนินงาน

2.3.1 มีการจัดประชุม หรือจัดวิทยากรมาบรรยายให้ความรู้เรื่อง “ความพออยู่ พอกินและพอเพียง” แก่คนในชุมชน จัดศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงในสถานศึกษาหรือวัด/ศาสนสถาน

2.3.2 ส่งเสริมให้พระสงฆ์บรรยายธรรมเรื่อง “ความพอเพียง” ในวันธรรมสวนะ/วันสำคัญทางศาสนา

2.3.3 ส่งเสริมให้โรงเรียนจัดตั้งชมรมพอเพียง หรือจัดอบรมให้ความรู้แก่นักเรียนเรื่องการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายประจำวัน/เดือน และการเก็บออมเพื่อเป็นทุนการศึกษา

2.3.4 แกนนำชุมชนร่วมกับพัฒนาชุมชน เกษตรตำบล โรงเรียน จัดเวทีประชาคมให้ความรู้เรื่อง “การน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดี” แก่คนในชุมชน เช่น

- การให้ความรู้เรื่องเศรษฐกิจพอเพียง การปลูกพืชเกษตรอินทรีย์ การประหยัดไฟฟ้า น้ำประปา/น้ำมันเชื้อเพลิง และลดรายจ่ายที่ไม่จำเป็น เช่น การลดซื้อสินค้าฟุ่มเฟือย

- ส่งเสริมการใช้เวลาว่างเสริมสร้างรายได้โดยอบรมอาชีพเสริมจากทุนภูมิปัญญาและทรัพยากรท้องถิ่น

2.3.5 จัดกิจกรรมส่งเสริมการเก็บออมเงิน เช่น เป็นสมาชิกกลุ่มออมทรัพย์ กลุ่มสัจจะออมทรัพย์ สหกรณ์ออมทรัพย์ฯ กลุ่มสวัสดิการชุมชน กองทุนหมู่บ้าน กองทุนอื่นๆ และธนาคาร

2.3.6 จัดตลาดนัดผลิตภัณฑ์ชุมชนคุณธรรม ให้คนในชุมชนนำผลิตผลทางการเกษตร ทางวัฒนธรรม/ภูมิปัญญา มาแลกเปลี่ยน หรือจำหน่ายในราคาถูก ภายในวัดหรือศาสนสถาน

2.3.7 จัดตลาดนัดพอเพียงในโรงเรียน เก็บผักผลไม้ นำผักที่เด็กปลูกมาจำหน่ายเพื่อเสริมสร้างรายได้

สรุปได้ว่า การน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงพัฒนาคุณภาพชีวิต เป็นแนวทางในการสร้างความมั่นคงให้กับตนเอง ชุมชน บนพื้นฐานของการพึ่งพาตนเอง สามารถจัดทำเป็นแผนในการบริหารจัดการภายในชุมชน

ส่งเสริมให้เด็ก เยาวชนและประชาชนทั่วไปภายในชุมชนมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดี รวมกลุ่มในการพัฒนาอาชีพจากทุนภูมิปัญญาและทรัพยากรท้องถิ่นที่มีอยู่ภายในชุมชน เพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนคุณธรรม เสริมสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนด้วยความมั่นคง

3. ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมการนำทุนทางวัฒนธรรมเสริมสร้างคุณค่าทางสังคมและมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจแก่ชุมชน

3.1 เป้าประสงค์ เพื่อส่งเสริมให้คนในชุมชนนำอัตลักษณ์ของชุมชน ทุนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาของท้องถิ่น ความหลากหลายทางทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม มาสืบสานประเพณีวัฒนธรรมอันดีงาม เสริมสร้างความสามัคคี การเกื้อกูล แบ่งปันสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและเสริมสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน

3.2 กลยุทธ์การดำเนินงาน

3.2.1 กลยุทธ์ที่ 1 บูรณาการความร่วมมืออนุรักษ์สืบสานประเพณี วิถีวัฒนธรรมอันดีงามของไทยและท้องถิ่น

แนวทางการดำเนินงาน

1. สร้างจิตสำนึกให้คนในชุมชนรักความเป็นไทย รักชาติ จงรักภักดีต่อสถาบันพระมหากษัตริย์ โดยใช้ภาษาไทย/อนุรักษ์ สืบสาน ประเพณี วิถีวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของท้องถิ่น เช่น ภาษาถิ่น ประเพณีพื้นบ้าน อาหารพื้นถิ่น และภูมิปัญญาของท้องถิ่น รวมทั้งรณรงค์ประชาสัมพันธ์วิถีวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของท้องถิ่น ให้คนภายนอกรับรู้

2. ส่งเสริมให้มีครูภูมิปัญญาท้องถิ่น ปราชญ์ชาวบ้าน ถ่ายทอดองค์ความรู้แก่เด็ก เยาวชนและประชาชนที่สนใจ เช่น การตัดตุ๊กตอลาย ตอกลายมัดหมี่ การทอผ้าลายกลองมโหระทึก

3. วัด/ศาสนสถานร่วมกับโรงเรียน ชุมชน หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาสังคม ร่วมส่งเสริมสืบสานประเพณี วัฒนธรรมไทยอันดีงามของไทยแก่เด็กและเยาวชน เช่น ประเพณีการสงฆ์น้ำพระธาตุ แท้ไม้คำโพธิ์โดยร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ลอยผ้าป่าทางเรือ งานแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างชาติพันธุ์ บาตรน้ำผึ้ง หรือจัดกิจกรรมตามประเพณีทางศาสนาตามความเชื่อ

3.2.2 กลยุทธ์ที่ 2 นำอัตลักษณ์ ทุนทางวัฒนธรรม และความหลากหลายทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้แก่คนในชุมชน

แนวทางการดำเนินงาน

1. จัดตั้งพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านของชุมชนภายในศาสนสถานหรือชุมชน
2. ส่งเสริมให้ปราชญ์ชาวบ้าน/ครูภูมิปัญญาท้องถิ่น ร่วมส่งเสริมผลิตสินค้าและพัฒนาต่อยอดสินค้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่นแก่ชาวบ้านในชุมชน เช่น การแปรรูปผ้าขาวม้าเป็นเสื้อหรือของใช้
3. จัดตลาดนัดภูมิปัญญาในสถานศึกษา/ในชุมชน
4. ส่งเสริมให้คนในชุมชนรวมกลุ่มทำโฮมสเตย์วิถีชุมชน รวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมตามศักยภาพของชุมชน

สรุปได้ว่า ชุมชนคุณธรรมได้รับการส่งเสริมการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยมีความสามารถในการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมตามศักยภาพของชุมชน เป็นแนวทางหนึ่งในการสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน นอกจากนั้นหน่วยงานภาครัฐ ภาคประชาสังคม มีส่วนร่วมในการส่งเสริมสืบสานประเพณีวัฒนธรรมอันดีงามของไทย ให้แก่เด็ก เยาวชนและประชาชนทั่วไป สนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนให้มีศักยภาพสามารถพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมและเกิดเป็นมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของชุมชนได้มั่นคง

4. ยุทธศาสตร์ที่ 4 การขยายผลและการพัฒนาเครือข่ายชุมชนคุณธรรม

4.1 เป้าประสงค์ เพื่อพัฒนาสมรรถนะการบริหารจัดการขับเคลื่อนการดำเนินงานชุมชนคุณธรรมแก่เครือข่ายชุมชนคุณธรรม รวมทั้งส่งเสริมบูรณาการความร่วมมือทุกภาคส่วนร่วมสนับสนุน ส่งเสริมการขยายเครือข่ายชุมชนคุณธรรมร่วมสร้างสังคมคุณธรรมที่เข้มแข็งและยั่งยืนทุกพื้นที่ทั่วประเทศ

4.2 กลยุทธ์การดำเนินงาน

4.2.1 กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนากลไกการขับเคลื่อนชุมชนคุณธรรมพลังบวรแก่เครือข่ายชุมชนคุณธรรม

แนวทางการดำเนินงาน

1. พัฒนาสมรรถนะการบริหารจัดการดำเนินงานขับเคลื่อนชุมชนคุณธรรมแก่บุคลากรและองค์กรเครือข่าย โดยจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการขับเคลื่อนชุมชนคุณธรรม พร้อมศึกษาดูงานชุมชนต้นแบบ

2. ประชาสัมพันธ์การดำเนินงานขับเคลื่อนชุมชนคุณธรรมผ่านสื่อสาธารณะ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์และสื่อสารสนเทศ

3. ประสานไปยังหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ร่วมสนับสนุนการขับเคลื่อนการดำเนินงานทั้งด้านวิชาการ บุคลากร วัสดุ อุปกรณ์และสถานที่

4.2.2 กลยุทธ์ที่ 2 บูรณาการความร่วมมือขยายเครือข่ายชุมชนคุณธรรมร่วมสร้างสังคมคุณธรรม

แนวทางการดำเนินงาน

1. ประชาสัมพันธ์เชิญชวนเครือข่ายหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ในพื้นที่นอกพื้นที่ร่วมเป็นเครือข่ายชุมชนคุณธรรมเพื่อสร้างสังคมคุณธรรมที่ยั่งยืน

2. ขยายเครือข่ายชุมชนคุณธรรมในพื้นที่/นอกพื้นที่ โดยคัดเลือกวัดที่มีความพร้อมเป็นเครือข่ายชุมชนคุณธรรมเข้ารับการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการขับเคลื่อนชุมชนคุณธรรมด้วยพลังบวรพร้อมการทำงานและนำผลการศึกษาริเริ่มไปขยายผลการดำเนินร่วมกับชุมชนในพื้นที่ (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดอำนาจเจริญ, 2565)

การขับเคลื่อนชุมชนคุณธรรมด้วยพลังบวร เป็นการเสริมสร้างคุณธรรมจริยธรรมให้เกิดขึ้นในชุมชน สังคม เกิดความเข้มแข็งในครอบครัว ชุมชน เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนเกิดจิตสำนึกที่ดีมีจิตอาสา ทำให้ประเทศไทยของเรามีการพัฒนาสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ประชาชนมีความสุข ภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยมีการบูรณาการแบบมีส่วนร่วมทุกภาคส่วน ผ่านกลไกประชารัฐในการเพิ่มประสิทธิภาพการสร้างความสุข พัฒนาคุณภาพชีวิตให้แก่ประชาชน อาศัยองค์ความรู้จากชุมชน ท้องถิ่นสภาพการดำเนินชีวิตของคนในชุมชน โดยมุ่งเน้นการอนุรักษ์สืบสานประเพณีวัฒนธรรมอันดีงามของประเทศชาติ ให้เกิดการพัฒนาด้อยอดทนทางวัฒนธรรมเพื่อเสริมสร้างรายได้ เกิดการพัฒนาอาชีพของคนในชุมชนได้อย่างมั่นคง โดยมีการพัฒนาเครือข่ายชุมชนคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง (โสภณ ปิยธมโม, พระสอนดำ วาสทโท, และ ละเอียต จงกลณี, 2564)

สรุปได้ว่า พัฒนาสมรรถนะการบริหารจัดการขับเคลื่อนการดำเนินงานชุมชนคุณธรรมแก่เครือข่ายชุมชนคุณธรรม รวมทั้งส่งเสริมบูรณาการความร่วมมือทุกภาคส่วนร่วมสนับสนุน ส่งเสริมการขยายเครือข่ายชุมชนคุณธรรมร่วมสร้างสังคมคุณธรรมที่เข้มแข็งและยั่งยืน ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกคนในชุมชนในการขับเคลื่อนให้เกิดผลสำเร็จเป็นไปตามวัตถุประสงค์ สามารถพัฒนากลไกการขับเคลื่อนชุมชนคุณธรรมพลังบวรแก่เครือข่ายชุมชนคุณธรรม โดยบูรณาการความร่วมมือขยายเครือข่ายชุมชนคุณธรรมร่วมสร้างสังคมคุณธรรม เมื่อชุมชนคุณธรรมเกิดความเข้มแข็งแล้วสามารถนำผลของการดำเนินการสู่การขยายเครือข่ายชุมชนคุณธรรมอื่น ๆ ได้อย่างกว้างขวางมากขึ้น เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาชุมชน สังคม ได้อย่างมั่นคงสามารถพัฒนาศักยภาพความเป็นอยู่ที่ดีของคนในชุมชนเกิดการพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมควบคู่กับการพัฒนาประเทศในสถานะที่กำลังเผชิญกับปัญหาการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา COVID 19 ทำให้คนในชุมชนมีความสัมพันธ์เกื้อกูลกันและสามารถพึ่งพาอาศัยกันได้อย่างมีความสุข

กระบวนการดำเนินงานพลังบวร: ชุมชนคุณธรรม ลานธรรม ลานวิถีไทย

ปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 กรมการศาสนา ได้กำหนดเป้าหมายการดำเนินงานโครงการพลังบวร : ชุมชนคุณธรรม ลานธรรม ลานวิถีไทย เพื่อส่งเสริมให้เครือข่ายชุมชนคุณธรรมนำศาสตร์พระราชากลไกพลังบวร ร่วมเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่สถาบันหลักทางสังคม เสริมสร้างศักยภาพคนตลอดช่วงชีวิต โดยร่วมกับประชาชนเครือข่ายในพื้นที่จัดกิจกรรมสร้างจิตสำนึกเกิดทุนสถาบันชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ ปลุกฝังระเบียบวินัย คุณธรรมจริยธรรม จิตสาธารณะ ค่านิยมที่พึงประสงค์ รวมทั้งนำทุนทางวัฒนธรรมเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน เพื่อร่วมพัฒนาสังคมไทยให้เป็นสังคมที่มีความสงบสุขร่มเย็น (กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม, 2465)

1. กิจกรรม

ส่งเสริม สนับสนุนให้วัด/ศาสนสถานของศาสนาพุทธ ศาสนาอิสลาม ศาสนาคริสต์ ศาสนาพราหมณ์-ฮินดู และศาสนาซิกข์ทั่วประเทศ ร่วมกับชุมชน หน่วยงานในพื้นที่ จัดกิจกรรมทางศาสนา ส่งเสริมการเรียนรู้หลักธรรมทางศาสนา เพื่อบ่มเพาะคุณธรรมจริยธรรม นำศาสตร์พระราชา “หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” มาพัฒนาคุณภาพชีวิต สืบสานประเพณี วัฒนธรรมอันดีงาม และพัฒนาต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์เสริมสร้างอาชีพ รายได้ แก่คนในชุมชน รวมทั้งส่งเสริมวัด/ศาสนสถาน เป็นศูนย์รวมใจร่วมเทิดทูนสถาบันชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ โดยมีสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเป็นผู้ประสานงาน ที่ปรึกษา อำนาจความสะดวกให้การสนับสนุนการดำเนินงานและกำกับ ติดตามประเมินผลการดำเนินงานเพื่อรายงานผลต่อกรมการศาสนา

2. เป้าหมาย

2.1 วัด/ศาสนสถานของศาสนาพุทธ ศาสนาอิสลาม ศาสนาคริสต์ ศาสนาพราหมณ์-ฮินดูและศาสนาซิกข์ที่ เข้าร่วมเป็นเครือข่ายพลังบวร : ชุมชนคุณธรรม ลานธรรม ลานวิถีไทย จำนวน 3,000 แห่ง

2.2 เด็ก เยาวชน และประชาชนทั่วไป กลุ่มเป้าหมายไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ยึดมั่นในหลักธรรมทางศาสนา (รักษาศีล 5 ปฏิบัติตามหลักธรรมคำสอนทางศาสนาที่เคารพนับถือ) น้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็น หลักในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและมีการดำรงชีวิตตามวิถีวัฒนธรรมไทย (กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม, 2465)

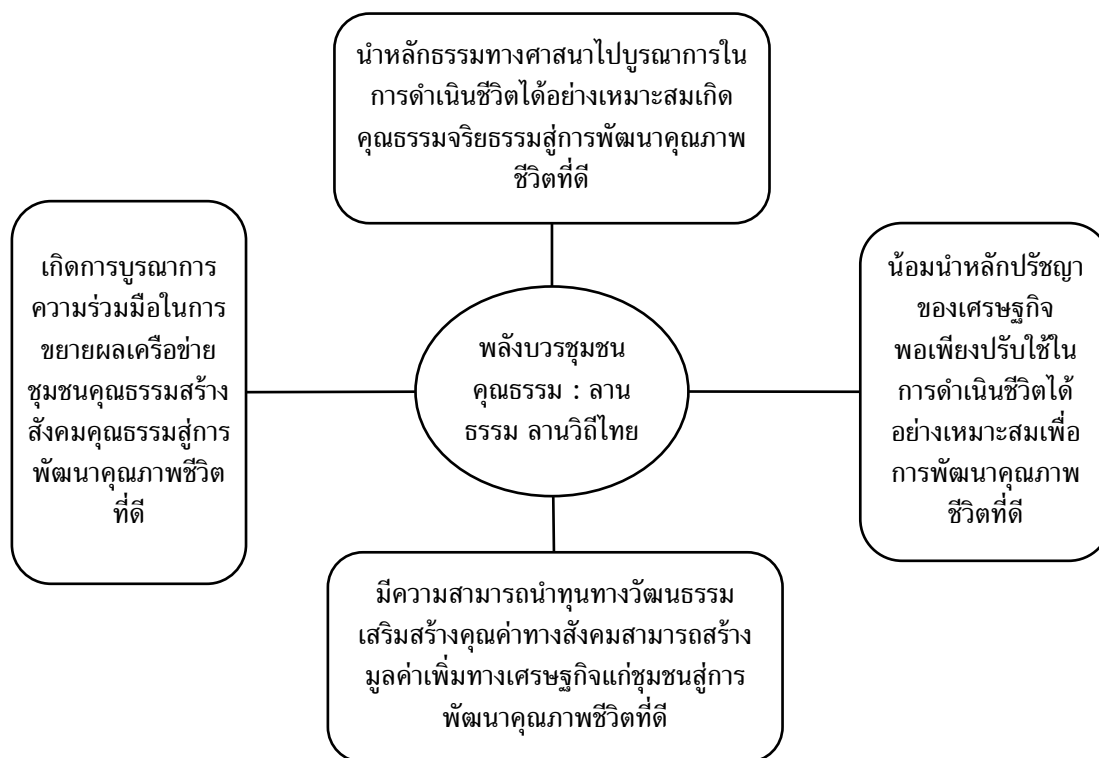
สรุปได้ว่า การขับเคลื่อนโครงการพลังบวรชุมชนคุณธรรมลานธรรม ลานวิถีไทย จะประสบผลสำเร็จเป็นไปตาม วัตถุประสงค์ได้นั้น กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม ต้องได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากวัด/ศาสนสถานต่าง ๆ ที่มีอยู่ 3,000 กว่าแห่งทั่วประเทศ ร่วมกับชุมชนได้ร่วมกันขับเคลื่อนจัดกิจกรรมทางศาสนา ส่งเสริมการเรียนรู้หลักธรรมทาง ศาสนา เพื่อบ่มเพาะคุณธรรมจริยธรรม นำศาสตร์พระราชา “หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” มาพัฒนาคุณภาพชีวิต สืบสานประเพณี วัฒนธรรมอันดีงาม วัด/ศาสนสถานเป็นศูนย์รวมใจร่วมเทิดทูนสถาบันชาติ ศาสนา และ พระมหากษัตริย์ โดยมีสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเป็นผู้ประสานงาน

พลังบวร : ชุมชนคุณธรรม ลานธรรม ลานวิถีไทย สู่การพัฒนาสังคมคุณธรรม ชุมชนเข้มแข็งยั่งยืน

การดำเนินการโครงการพลังบวรชุมชนคุณธรรม ลานธรรม ลานวิถีไทย โดยมีคณะสงฆ์ องค์การทางศาสนา ภาคี เครือข่ายทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม ร่วมกันขับเคลื่อนนับได้ว่าเป็นโครงการที่กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม ได้ร่วมกับวัด/ศาสนสถาน ที่มีอยู่ 3,000 กว่าแห่งทั่วประเทศ ได้ร่วมกันขับเคลื่อนจัดกิจกรรมทาง ศาสนาโดยน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง สู่การพัฒนาให้เกิดเป็นสังคมคุณธรรม ชุมชนเข้มแข็งยั่งยืน ตาม กรอบยุทธศาสตร์ในการดำเนินทั้ง 4 ด้าน คือ

- 1) สร้างค่านิยมและจิตสำนึกให้ประชาชนมีคุณธรรมจริยธรรมภายใต้หลักธรรมทางศาสนา
- 2) ส่งเสริมให้ประชาชนน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต
- 3) ส่งเสริมการนำทุนทางวัฒนธรรมเสริมสร้างคุณค่าทางสังคมและมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจแก่ชุมชน

4) การขยายผลและการพัฒนาเครือข่ายชุมชนคุณธรรม ผลที่ได้จากการดำเนินการตามโครงการสามารถทำให้เกิดเป็นพลังบวรชุมชนคุณธรรม ลานธรรม ลานวิถีไทย สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน พัฒนาศักยภาพในการดำเนิน ชีวิตประจำวันได้อย่างเหมาะสมพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน (ดังภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 พลังบวรชุมชนคุณธรรม : ลานธรรม ลานวิถีไทย

บทสรุป

การขับเคลื่อนชุมชนคุณธรรมนับเป็นหลักการสำคัญในการสร้างสังคมคุณธรรมที่สามารถนำมาบูรณาการในการดำเนินการโครงการพลังบวร ชุมชนคุณธรรม ลานธรรม ลานวิถีไทย โดยมีคณะสงฆ์ องค์การทางศาสนา ภาศิเครือข่ายทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม ร่วมกันขับเคลื่อน ภายใต้นโยบายและการกำกับของกรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม ชุมชนคุณธรรมร่วมสืบสานวิถีวัฒนธรรมอันดีงามพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ศาสตร์พระราชาตามหลัก “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” มุ่งสู่การพัฒนาให้เกิดเป็นสังคมคุณธรรม ทุกคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการร่วมคิด ร่วมทำ และร่วมรับผลประโยชน์ โดยยึดหลักธรรมทางศาสนามาเสริมสร้างคุณธรรมจริยธรรมให้เกิดขึ้นโดยทุกคนในชุมชน การดำเนินงานโครงการพลังบวรชุมชนคุณธรรมจึงเกิดเป็นประโยชน์ในการพัฒนาชุมชน วิถีชีวิตของคนในชุมชนได้รับการพัฒนาด้านคุณธรรมจริยธรรม เด็ก เยาวชน ประชาชนทั่วไปมีโอกาสเข้าวัดปฏิบัติธรรมเกิดการปลูกฝังค่านิยมและจิตสำนึกที่ดี สามารถพัฒนาวัด/ศาสนสถานให้เป็นแหล่งเรียนรู้ตามศาสตร์พระราชาเป็นแนวทางในการสร้างความมั่นคงให้กับตนเอง ชุมชน บนพื้นฐานของการพึ่งพาตนเองได้ สามารถจัดทำเป็นแผนในการบริหารจัดการภายในชุมชน พัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนที่มีอยู่ให้มีศักยภาพสามารถพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมให้เกิดรายได้แก่ชุมชน โดยบูรณาการความร่วมมือขยายเครือข่ายชุมชนคุณธรรมร่วมสร้างสังคมคุณธรรมสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดี

เอกสารอ้างอิง

- กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม. (2565). แนวทางการดำเนินงานโครงการพลังบวร : ชุมชน คุณธรรม ลานธรรม ลานวิถีไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม.
- ยุทธ จีนา และรมิตา จีนา. (2560). บวรสันติสุข : รูปแบบการมีส่วนร่วมของบ้าน วัด โรงเรียน ในการส่งเสริมคุณธรรม ค่านิยม 12 ประการ จังหวัดเชียงใหม่. วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร, 6(ฉบับพิเศษ), 47-60.
- วัดโพธิ์ขาว. (2564). แบบรายงานผลการดำเนินงานของชุมชนคุณธรรมวัดโพธิ์ขาว จังหวัดอำนาจเจริญ ภายใต้โครงการพลังบวร : ชุมชนคุณธรรม ลานธรรม ลานวิถีไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564. อำนาจเจริญ: วัดโพธิ์ขาว.

- _____. (2564). แผนปฏิบัติการโครงการพลังบวร: ชุมชนคุณธรรม ลานธรรม ลานวิถีไทย วัดโพธิ์ขาว จังหวัดอำนาจเจริญ 2564. อำนาจเจริญ: วัดโพธิ์ขาว.
- สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดอำนาจเจริญ. (2565). คู่มือแนวทางการดำเนินงานโครงการพลังบวร : ชุมชนคุณธรรม ลานธรรม ลานวิถีไทย. ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565. อำนาจเจริญ: สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดอำนาจเจริญ.
- โสภณ ปิยธมฺโม สอนดำ วาทสฺสโท และ ละเอียด จงกลณี. (2564). พลังบวร : พลังหลักของชุมชนคุณธรรม. วารสารวิชาการปัญญาปณิธาน, 6(1), 69-80.
- เอกราช โฆสิตพิมานเวช และ พา อักษรเสื่อ. (2561). รูปแบบการบริหารโรงเรียนเอกชนที่มีประสิทธิผล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 1. วารสารการบริหารการศึกษาและภาวะผู้นำ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, 6(22), 197-208.

การเคลื่อนไหวทางการเมืองบนฐานของการเคลื่อนไหวทางสังคมแนวใหม่: สื่อ สังคม และการเปลี่ยนแปลง

POLITICAL MOVEMENTS BASED ON NEW SOCIAL MOVEMENTS: MEDIA, SOCIETY AND CHANGE

พระมหาพิพัฒพงศ์ วงษ์ชาลี^{1*}

Phramaha Phipatpong Wongchalee¹

¹ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์ราชบุรี

¹ Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Ratchaburi Buddhist College

บทคัดย่อ

บทความนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อเสนอการเคลื่อนไหวทางการเมืองบนฐานของการเคลื่อนไหวทางสังคมแนวใหม่ สื่อ สังคม และการเปลี่ยนแปลง ผลการศึกษาพบว่า การเคลื่อนไหวทางสังคมใหม่เกิดจากอิทธิพลของเศรษฐกิจหลังอุตสาหกรรม ส่งผลให้เกิดคลื่นลูกใหม่ของขบวนการทางสังคมที่ต่างจากยุคเศรษฐกิจอุตสาหกรรม เพราะให้ความสำคัญกับสิ่งที่ไม่ใช่วัตถุทางเศรษฐกิจ สื่อมีอิทธิพลต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมจนเกิดการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม สื่อมีพัฒนาการมาจนปัจจุบัน เกิดอินเทอร์เน็ตสื่อใหม่ซึ่งได้ต่อบรรบบดิจิทัลกับการสื่อสารของรัฐ สื่อสังคมออนไลน์เป็นพลังเกิดการประท้วงมุ่งไปที่การเปลี่ยนแปลงทางสังคม

คำสำคัญ: การเคลื่อนไหวทางการเมือง, สังคมแนวใหม่, สื่อ, สังคม, การเปลี่ยนแปลง

ABSTRACT

The purpose of this article is to present a political movement based on new social movements, media, society, and change. The results showed that the new social movement was due to the influence of the post-industrial economy. This resulted in a new wave of social movements that were different from the industrial economy. The media has affected social movements up until the economic, political, and social transformations because it emphasizes non-economic objects. Up until today, media has changed, with the advent of the Internet, a brand-new, state-controlled, interactive digital media system. Protests for social change have been sparked by social media.

Keywords: Political Movement, New Society, Media, Society, Change

* E-mail address: phipatpong31@gmail.com ¹

บทนำ

หากกล่าวถึงการเคลื่อนไหวทางการเมือง (Political movement) อาจกล่าวได้ว่าเป็นความพยายามร่วมกันของกลุ่มคนในการเปลี่ยนแปลงนโยบายรัฐบาลหรือค่านิยมทางสังคม (Rochon, & Meyer, 1997) และมักจะเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุดมการณ์บางอย่าง (Nicholas, 1973) การเคลื่อนไหวทางการเมืองบางอย่างมีเป้าหมายเพื่อเปลี่ยนนโยบายของรัฐบาล เช่น ขบวนการต่อต้านสงคราม ขบวนการนิเวศวิทยา และขบวนการต่อต้านกระแสของโลกาภิวัตน์ ในการเคลื่อนไหวทางการเมืองจะมีผู้นำที่เรียกว่าหัวหน้ากลุ่มการเคลื่อนไหว ซึ่งหัวหน้ากลุ่มมักเป็นนักการเมืองเชิงปฏิบัติซึ่งความชอบธรรมขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพระยะสั้น ผู้นำขบวนการมักจะเป็นบุคคลพิเศษที่มีความชอบธรรมขึ้นอยู่กับความสามารถพิเศษ (Nicholas, 1973)

การเคลื่อนไหวทางการเมืองมักจะเป็นคำศัพท์ย่อยที่แยกออกมาจากโน้ตชนเรื่องการเคลื่อนไหวทางสังคม ซึ่งการเคลื่อนไหวทางสังคม ก็เป็นเสมือนการณรงค้อย่างหลวม ๆ ที่ไม่ยึดติดอย่างแน่นหนา แต่มันเป็นไปต่อเนื่องเพื่อสนับสนุนเป้าหมายทางสังคม โดยทั่วไปแล้วจะเป็นการดำเนินการหรือการป้องกันการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างหรือค่านิยมของสังคม คำจำกัดความทั้งหมดของการเคลื่อนไหวทางสังคมสะท้อนความคิดที่ว่า การเคลื่อนไหวทางสังคมมีความเกี่ยวข้องกับกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม พฤติกรรมของสมาชิกภายในการเคลื่อนไหวทางสังคมไม่ได้สะท้อนถึงสมมติฐานที่ว่าระเบียบสังคมจะดำเนินต่อไปตามหลักที่มันเป็น สะท้อนให้เห็นถึงศรัทธาที่ผู้คนโดยรวมสามารถทำให้เกิดหรือป้องกันการเปลี่ยนแปลงทางสังคมได้หากพวกเขาจะอุทิศตนเพื่อการแสวงหาเป้าหมาย นี่อาจเป็นการดำเนินการต่อต้าน หรือยกเลิกการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เป็นการดำเนินการแบบกลุ่มและอาจเกี่ยวข้องกับบุคคล องค์กร หรืออาจรวมทั้งสองอย่าง (Glasberg, & Shannon, 2010) การเคลื่อนไหวทางสังคมได้รับการอธิบายว่าเป็น “โครงสร้างองค์กรและกลยุทธ์ที่อาจช่วยให้ประชากรที่ถูกกดขี่เผชิญกับความท้าทายที่มีประสิทธิภาพและต่อต้านชนชั้นสูงที่มีอำนาจและได้เปรียบมากกว่า” ซึ่งเป็นการเคลื่อนไหวระดับล่างของสังคมเพื่อการปฏิวัติอำนาจของระดับบนของสังคม (Glasberg & Shannon, 2010) จึงเห็นได้ว่า การเคลื่อนไหวทางสังคมเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถอธิบายการเคลื่อนไหวทางการเมืองเพื่อเปลี่ยนแปลงสังคมได้ หรือกล่าวง่าย ๆ คือ “การเคลื่อนไหวทางสังคม” เป็นปฏิบัติการของกลุ่มคนที่มีเป้าหมายเดียวกัน คือ ต้องการเปลี่ยนแปลงสังคมที่พวกเขาอาศัยอยู่ในประเด็นต่าง ๆ เช่น การเมือง สิ่งแวดล้อม เชื้อชาติ สิทธิผู้หญิง LGBT โรคเอดส์ คนพิการ ฯลฯ (แอมเนสตี อินเตอร์เนชั่นแนล ประเทศไทย, 2560)

บทความนี้ต้องการที่จะนำเสนอและชี้ให้เห็นว่า การเคลื่อนไหวทางการเมืองบนฐานของการเคลื่อนไหวทางสังคมแนวใหม่ เป็นการเคลื่อนไหวที่สำคัญในปัจจุบัน และถูกขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงทางสังคมการเมืองอย่างเห็นได้ชัด และจะชี้ให้เห็นว่าการเคลื่อนไหวทางการเมืองนับเป็นการเคลื่อนไหวทางสังคมแนวใหม่ โดยในส่วนถัดไปจะนำเสนอการเคลื่อนไหวทางสังคมแนวใหม่ จากนั้นจะนำเสนอบริบทของการเคลื่อนไหวทางสังคมแนวใหม่ในฐานะกระบวนการของการเคลื่อนไหวทางการเมืองว่าด้วยสื่อ สังคม และการเปลี่ยนแปลง และส่วนสุดท้ายจะนำเสนอประเด็นสำคัญเชิงวิชาการของการเคลื่อนไหวทางการเมืองโดยการเคลื่อนไหวทางสังคมแนวใหม่

การเคลื่อนไหวทางสังคมแนวใหม่

ดังที่ทราบกันอย่างกว้างขวางว่า การเคลื่อนไหวทางสังคม (SMs) เป็นการดำเนินการที่ไม่ใช่การดำเนินการของรัฐ ซึ่งประกอบด้วยรูปแบบหลักที่เชื่อมโยงภาคประชาสังคมเข้ากับอำนาจทางการเมืองที่เป็นสถาบัน เช่น การประท้วงทางสังคมเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องเพื่อเรียกร้องประชาธิปไตย สวัสดิการ ความเสมอภาค และสิทธิของพลเมือง ความต้องการกว้าง ๆ เหล่านี้จำนวนมากจึงรวมอยู่ในนโยบายสาธารณะ เช่น ประกันสังคม การส่งเสริมสตรี โครงการด้านสิ่งแวดล้อม และอื่น ๆ ซึ่งแต่เดิมให้ความสำคัญกับการเคลื่อนไหวเพื่อเปลี่ยนแปลงมุมมองทางเศรษฐกิจและสังคม ดังนั้นการเคลื่อนไหวทางสังคมแบบเดิมจึงเกิดขึ้นในยุคอุตสาหกรรม ซึ่งพิจารณาตามหลักลัทธิมาร์กซิสต์ที่เชื่อว่าการเคลื่อนไหวทางสังคมจะมีศูนย์กลางอยู่ที่ชนชั้นแรงงาน การเคลื่อนไหวของชนชั้นแรงงานถูกมองว่าเป็นการกระทำที่ใช้เครื่องมือซึ่งเกี่ยวข้องกับเรื่องของการกระจายทางเศรษฐกิจ (Eyerman, 1984, Olofsson, 1988)

ส่วนการเคลื่อนไหวทางสังคมใหม่ (NSMs) ถูกอธิบายโดยทฤษฎีเกี่ยวกับขบวนการทางสังคมซึ่งระบุว่าเป็นการถือกำเนิดมาจากอิทธิพลของเศรษฐกิจหลังอุตสาหกรรม ที่เศรษฐกิจและทุนนิยมครอบคลุมไปทั้งระบบสังคมและวัฒนธรรมโดยรวม ทำให้หลาย ๆ อย่างเป็นสิ่งในเชิงอุตสาหกรรม ซึ่งส่งผลให้เกิดคลื่นลูกใหม่ของขบวนการทางสังคมที่แตกต่างจากขบวนการทางสังคมที่เกิดขึ้นในช่วงเศรษฐกิจอุตสาหกรรม อย่างเช่นในทฤษฎีของคาร์ล มาร์กซ์ ในขบวนการทางสังคมนิเวศนิยมเหล่านี้ ความกังวลทางสังคมและวัฒนธรรมมีความสำคัญมากกว่าการพิจารณาทางเศรษฐกิจในฐานะวัตถุประสงค์ที่เป็นเป้าหมายของการเคลื่อนไหวทางสังคม (Pena, & Medina, 2012) กล่าวให้ง่ายคือ ทฤษฎีมาร์กซ์แบบดั้งเดิมให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างสังคมเพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจและสังคม แต่การเคลื่อนไหวทางสังคมแนวใหม่จะให้ความสำคัญสิ่งที่มีชีวิตทางเศรษฐกิจ

ต่อข้อความดังกล่าว Alan Scott (1990) คิดว่า ลักษณะเด่นของการเคลื่อนไหวทางสังคมนิเวศนิยมที่เห็นได้ชัดเจนนที่สุดคือการเคลื่อนไหวทางสังคมและวัฒนธรรมเป็นหลักและส่วนการเคลื่อนไหวทางการเมืองเป็นเรื่องรองเท่านั้น เช่น ขบวนการวัฒนธรรมเยาวชนมุ่งเน้นการขับเคลื่อนทางสังคมผ่านนวัตกรรมทางวัฒนธรรม อย่างไรก็ดี Habermas อธิบายอย่างชัดเจนว่าการเคลื่อนไหวทางสังคมนิเวศนิยม ซึ่งเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต การตระหนักรู้ในตนเองของปัจเจกและสิทธิมนุษยชน ในขณะที่ “การเมืองเก่า” มุ่งเน้นไปที่ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ การเมือง และการทหาร เป็นสำคัญ (Charles, 2002) ยกตัวอย่างเช่น จุดเน้นที่ขยายขอบเขตจากประเด็นทางการเมืองไปสู่การรับรู้ทางสังคมและวัฒนธรรมและการยอมรับการรุกรานเพศ ดังนั้น การเคลื่อนไหวทางสังคมนิเวศนิยมจึงเป็นที่เข้าใจกันว่าเป็นสิ่งใหม่ เพราะพวกเขาเป็นการเคลื่อนไหวทางสังคมที่มุ่งเน้นความสำคัญของประเด็นทางวัฒนธรรมและสังคมอันดับแรกและสำคัญที่สุด

การเคลื่อนไหวทางสังคมนั้น เป็นการดำเนินการโดยภาคประชาสังคมเข้ากับอำนาจทางการเมืองที่เป็นสถาบัน ส่วนการเคลื่อนไหวทางสังคมใหม่เกิดจากอิทธิพลทางเศรษฐกิจหลังอุตสาหกรรม จะให้ความสำคัญกับสิ่งที่มีชีวิตทางเศรษฐกิจ ลักษณะเด่นของการเคลื่อนไหวทางสังคมนิเวศนิยมคือการเคลื่อนไหวทางสังคมและวัฒนธรรมเป็นหลัก ส่วนทางการเมืองเป็นเรื่องรอง การเคลื่อนไหวทางสังคมนิเวศนิยมคือการเมืองใหม่เกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ส่วนการเมืองเก่ามุ่งเน้นไปที่ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ การเมือง และการทหาร

การเมืองของการเปลี่ยนแปลง: สื่อ สังคม และการเปลี่ยนแปลง

อันที่จริงแล้วการเคลื่อนไหวทางสังคมเป็นเรื่องที่เราพบเห็นตามหน้าข่าวโดยทั่วไป เพียงแต่บางครั้งเราอาจเข้าใจปรากฏการณ์เหล่านี้ในฐานะการประท้วงหรือการเรียกร้อง แม้ว่านักวิชาการยังคงถกเถียงถึงคำจำกัดความที่ชัดเจนของการเคลื่อนไหวอยู่ แต่โดยรวมแล้วการเคลื่อนไหวทางสังคมคือการรวมตัวของคน กลุ่ม หรือองค์กรจำนวนหนึ่ง เพื่อสร้างข้อเรียกร้องร่วมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ซึ่งโดยมากเป็นการเรียกร้องต่อผู้มีอำนาจหรือคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งในสังคม สื่อที่ใช้ในการเคลื่อนไหวก็เป็นเรื่องที่นักวิชาการให้ความสนใจในการศึกษาไม่น้อย เช่น บทบาทของเพลงต่อการเคลื่อนไหวในสังคม อย่างเพลงเพื่อชีวิต หรือแม้แต่เพลงป๊อป ถูกใช้เป็นเครื่องมือในการกล่อมเกล้าให้คนรุ่นใหม่เข้าร่วมกลุ่มมวลชนหัวรุนแรงที่เชื่อในความเหนือกว่าของคนขาว ยิ่งในปัจจุบันที่สังคมออนไลน์กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสาร การศึกษาลักษณะการสื่อสารของการเคลื่อนไหวทางสังคมจึงได้รับความสนใจมาก (ปองขวัญ สวัสดิภักดิ์, 2560)

เมื่อก้าวถึงสื่อ ผู้เขียนหมายถึงสื่อในการสื่อสารมวลชน ซึ่งในการสื่อสารมวลชน สื่อคือช่องทางการสื่อสารหรือเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บและส่งมอบข้อมูลหรือข้อมูล คำนี้หมายถึงส่วนประกอบของอุตสาหกรรมสื่อสารมวลชน เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สิ่งพิมพ์ สื่อข่าว ภาพถ่าย ภาพยนตร์ การออกอากาศ (วิทยุและโทรทัศน์) สื่อดิจิทัล และโฆษณา ในอดีตเราในฐานะผู้รับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อเราจึงมีฐานะเป็นผู้ชมและรับรู้สื่อเป็นหลักเท่านั้น ในปี 1988 เจนิซ เรดเวย์ (Janice Radway) นักวิชาการด้านวัฒนธรรมศึกษาและ วรณกรรมชาวอเมริกันใช้คำว่า “ผู้ชม” (Audience) เพื่อกล่าวถึงปัจเจกบุคคลที่เป็นผู้ฟัง ในการสื่อสารด้วยวัจนภาษาแบบเผชิญหน้า (Face-to-Face Verbal Communication) ต่อมาจึงมีผู้นำคำนี้มาเรียกผู้บริโภคสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ก่อนกลายเป็นคำเรียกผู้รับสารของสื่อมวลชนโดยทั่วไป

มัทนา เจริญวงศ์ (2562) กล่าวว่า แม้ “ผู้ชม” จะเป็นคำที่นักวิชาการนิเทศศาสตร์คุ้นชิน ทว่าการระบุให้ชัดเจนแน่นอนว่าผู้ชมของสื่อเริ่มต้นและจบลงตรงที่ใดกลับเป็นสิ่งที่ยากขึ้นทุกขณะ เพราะโดยเนื้อแท้แล้ว เขตแดนและเงื่อนไขของ “ความเป็นผู้ชม” ไม่เคยหยุดยั้งหรือคงที่ เนื่องด้วยธรรมชาติของ “ความเป็นผู้ชม” เป็นเช่นนั้น นอกจากนี้ “ผู้ชม” ยังเป็นคำที่มีความหมายโดยนัยทางวัฒนธรรมและสังคม ซึ่งเกี่ยวข้องกับบริบทเฉพาะทางเวลาและสถานที่ ฉะนั้นมนุษย์จึงมิได้เป็นผู้ชมโดยธรรมชาติ ทว่าเป็นโดยวัฒนธรรม (Moore, 2000; Ross & Nightingale, 2003) เพราะผู้คนต่างเรียนรู้ที่จะแสดงออกและคิดว่าตนเป็นผู้ชมในสถานการณ์และบริบทเฉพาะ การศึกษาผู้ชมจึงควรกระทำโดยคำนึงถึงความสัมพันธ์กับบริบทและตัวบท เมื่อทบทวนลักษณะของผู้รับสารกับบริบทแวดล้อมในแต่ละยุคจะพบว่าความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสื่อและการสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ส่งผลต่อความเปลี่ยนแปลงของผู้รับสาร โดยเฉพาะการเกิดขึ้นของ “สื่อ” รูปแบบใหม่ๆ ซึ่งยังผลให้บริบททางวัฒนธรรมและสังคมของผู้รับสารเปลี่ยนแปลงไป นอกจากสร้างความเปลี่ยนแปลงโดยตรงต่อผู้รับสาร เช่น กลางศตวรรษที่ 19 วิทยุ โทรทัศน์ภาพยนตร์กลายเป็นสื่อบันเทิงที่ผลิตวัฒนธรรมสมัยนิยม ผู้ชมมิได้ถูกจำกัดอยู่เฉพาะในประเทศใดประเทศหนึ่ง ความเปลี่ยนแปลงครั้งต่อมาเกิดขึ้นพร้อมการอุบัติของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ทำให้แนวคิดผู้รับสารในช่วงปี 1990-1999 เปลี่ยนจาก “ผู้รับสารที่เป็นฝ่ายตั้งรับ” (Passive Audience) มาเป็น “ผู้เล่นที่มีปฏิสัมพันธ์” (Interactive Player) หลังจากการแพร่กระจายของอินเทอร์เน็ตและวารสารศาสตร์ 4.0 อาทิ เว็บไซต์ อีเมลล์ที่ได้ก้าวเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันและวัฒนธรรมของผู้คน

กระทั่งต้นศตวรรษที่ 21 การเดินทางของผู้รับสารมาถึงจุดเปลี่ยนสำคัญอีกครั้งหนึ่ง เมื่อเทคโนโลยีวารสารศาสตร์ 2.0 ช่วยให้ผู้รับสารก้าวข้ามเขตแดนระหว่างการเป็นผู้ส่งสารกับผู้รับสารมาเป็นทั้งผู้ส่งและผู้รับสาร ปรากฏการณ์ดังกล่าวส่งผลต่อองค์กรและสถาบันสื่ออย่างยากจะหลีกเลี่ยง เนื่องจากความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับสารกับสื่อเป็นความสัมพันธ์แบบ “เพราะมีสื่อจึงมีผู้รับสาร” และ “เพราะมีผู้รับสารจึงมีสื่อ” ต่างฝ่ายต่างเป็นส่วนหนึ่งของกันและกัน ผู้ชมเป็นส่วนหนึ่งของสื่อ ขณะเดียวกันสื่อก็เป็นส่วนหนึ่งของผู้ชม อย่างไรก็ตาม นอกจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารแล้ว ความต้องการมีส่วนร่วมทางการสื่อสารของพลเมืองเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่ผลักดันให้ผู้รับสารก้าวข้ามสถานะและบทบาทเดิมจาก “ผู้ชม” (Audience) มาเป็น “ผู้ใช้” (Users) ที่มีความตื่นตัว สนใจ และต้องการมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารสาธารณะผ่านช่องทางการสื่อสารอันหลากหลาย (มัทนา เจริญวงศ์, 2562)

ปัจจุบันสื่อออนไลน์ โดยเฉพาะสื่อแบบ 2.0 ที่ขยายขอบเขตและมีบทบาทต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างยิ่ง ซึ่งแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสังคม ได้ถูกอธิบายว่าเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้การกระจายข้อมูลข่าวสารเป็นไปอย่างรวดเร็ว ทุกทิศทาง และมีระบบตอบสนอง ด้วยเหตุนี้ผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม ผลของความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้เกิดแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญหลายด้าน แนวโน้มที่สำคัญที่เกิดจากเทคโนโลยีและเป็นที่ยกมาถกเถียงกันมาก

ในปัจจุบัน สื่อที่มีความรุนแรง (Radical Media) และมีการแพร่กระจายอย่างกว้างขวางได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของการเคลื่อนไหวทางสังคมแนวใหม่ (New Social Movements) ซึ่งเป็นกรอบวิธีคิดที่ได้รับการตรวจสอบแล้วในทางวิชาการในแง่ของความสำเร็จสำหรับการระดมแคมเปญผ่านข้อมูลของนักเคลื่อนไหว การศึกษาทางการเมือง และการวิพากษ์วิจารณ์อุดมการณ์ที่ครอบงำ (เช่น Atton, 2002; Downing, 2001; Rodriguez, 2001) โดยคำว่าสื่อที่มีความรุนแรงมิใช่สื่อที่จะสร้างความรุนแรงให้เกิดการแตกแยกทางสังคม แต่หากเป็นสื่อที่เกิดขึ้นมาเพื่อต่อต้านสื่อกระแสหลักที่ครอบงำความคิด ความเชื่อ และอุดมการณ์ของประชาชนที่มีอยู่ในสังคมการเมืองหนึ่งๆ สื่อดังกล่าวเป็นส่วนสำคัญในการสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่างๆ ส่วนมากกว่าที่จะเป็นสื่อกระแสหลักโดยรัฐเพียงอย่างเดียวเท่านั้น โดยที่ “นักข่าวนักเคลื่อนไหว” (Activist-Journalists) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสื่อที่มีความรุนแรงหรือสื่อแบบใหม่จะพยายามสร้างวาทกรรมตอบโต้กับผู้ที่มีบทบาทในสื่อกระแสหลัก (Atton, 2002) จะเห็นได้ว่า การสื่อสารแบบ 2.0 แบบนี้ ยังมีแนวทางให้เราเห็นว่ามันมิใช่สื่อที่ขาดการโต้ตอบและกระทำการกับสื่อกระแสหลักได้

มากไปกว่านั้น นักวิชาการด้านการสื่อสารได้เสนอแนะว่าอินเทอร์เน็ตสามารถใช้เป็นแหล่งข้อมูลสำคัญสำหรับการสื่อสารการเคลื่อนไหวทางสังคม โดยให้อิทธิพลในการสื่อสารแก่การเคลื่อนไหวซึ่งไม่มีในสื่อกระแสหลักหรือรูปแบบ

ทางเลือกของสื่อเคลื่อนไหว การเคลื่อนไหวทางสังคมสามารถใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหลีกเลี่ยงผู้เฝ้าประตูสื่อกระแสหลักหรือรัฐบาลที่กดขี่ และสื่อสารโดยตรงกับผู้ที่มีสิทธิเลือกตั้งและสาธารณชนในวงกว้าง (Boyd, 2003) นอกจากนี้ อินเทอร์เน็ตยังช่วยยกระดับสนามของการเล่นระหว่างองค์กรเคลื่อนไหวทางสังคม (SMO) กับสถาบันธุรกิจและรัฐบาลที่อุดมด้วยทรัพยากรของการถกเถียงโต้แย้งมากขึ้น ด้วยการผสมผสานความเร็วที่มากขึ้น และค่าใช้จ่ายน้อยลง และไม่จำเป็นต้องเผชิญกับข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ตั้งด้วย ทำให้อินเทอร์เน็ตเป็นส่วนเสริมสำคัญยิ่ง (Gross, 2003; Van Aelst and Walgrave, 2002; Stein, 2009)

ในช่วงไม่กี่ปีมานี้ การถือกำเนิดของอินเทอร์เน็ตและสื่อใหม่เชิงโต้ตอบแบบดิจิทัลกับการสื่อสารของรัฐได้สร้างความสนใจไปที่ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) เหล่านี้กับการเคลื่อนไหวทางสังคมทั่วโลกที่เกิดขึ้นใหม่และการประท้วงที่มุ่งเป้าไปที่การเปลี่ยนแปลงทางสังคม บางที่เห็นได้ชัดที่สุดก็คือ อินเทอร์เน็ตเสนอโอกาสในการสื่อสารและระดมกำลังทางการเมืองที่ถูกกดขี่ เร็วขึ้น และเป็นสากลมากขึ้น (Loader, 2008) ในปัจจุบันสื่อใหม่สามารถถ่ายทอดข้อมูลไปยังบุคคลได้โดยตรงโดยไม่ต้องมีการแทรกแซงจากกองบรรณาธิการหรือผู้เฝ้าประตูจากสถาบัน ซึ่งอยู่ในรูปแบบดั้งเดิม ดังนั้นสื่อใหม่ได้เพิ่มระดับความไม่แน่นอนและความไม่แน่นอนในกระบวนการสื่อสารทางการเมืองมากขึ้น ทำให้กระบวนการทำงานแม้จะง่ายตรงไปตรงมา แต่นักวิชาการบางกลุ่มก็ยังเห็นว่าสื่อใหม่อาจจะทำงานเคลื่อนไหวทางการเมืองล้มเหลวได้ เพราะไม่ได้มีการตรวจสอบข้อมูลที่น่าเชื่อถือ แต่ความหลากหลายของเนื้อหาที่เผยแพร่โดยสื่อใหม่ได้สร้างโอกาสต่าง ๆ เช่น ความสามารถในการแสดงความคิดเห็นมากขึ้น ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการเคลื่อนไหวทางสังคมแบบใหม่ภายใต้สื่อใหม่ และนำไปสู่การก่อตัวและการเกิดการเคลื่อนไหวทางการเมืองขึ้น เพราะสื่อใหม่พยายามให้ประชาชนมีส่วนร่วมโดยตรงในกิจกรรมทางการเมือง เช่น ลงคะแนนเสียง ติดต่อเจ้าหน้าที่ของรัฐ อาสาสมัครในชุมชนของตน และมีส่วนร่วมในการเคลื่อนไหวประท้วง (Hayes and Lawless, 2016)

โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อสังคมออนไลน์ได้กลายเป็นพลังที่แพร่หลายในการเมือง เปลี่ยนแปลงพลวัตการสื่อสารระหว่างผู้นำทางการเมือง นักข่าว และสาธารณชน พวกเขาได้เปิดช่องทางที่กว้างขึ้นสำหรับวาทกรรมและการอภิปรายทางการเมืองในที่สาธารณะ การวิจัยระบุว่า การเข้าถึงเครือข่ายโซเชียลมีเดียของผู้คนมีผลต่อความรู้สึกถึงประสิทธิภาพทางการเมืองและแนวโน้มที่จะมีส่วนร่วมในการเมือง (Gil de Zuniga, et al., 2010) งานศึกษาของอนลินา ไชยะ (2563) ได้ชี้ให้เห็นว่า หากจะทำให้การเปลี่ยนแปลงทางสังคมซึ่งเป็นผลจากการเข้าร่วมเรียกร้องโดยมีฉันทามติซึ่งสถาปนาขึ้นจากพื้นที่สาธารณะออนไลน์สามารถเกิดขึ้นได้ จะต้องกระตุ้นให้ประเด็นทางสังคมนั้น เป็นกระแสที่ถูกพูดถึงและให้ความสนใจอย่างมากจากประชาชน กล่าวคือ ความคิดเห็นสาธารณะและข้อเรียกร้องของกลุ่มขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมจะต้องดำเนินไปทั้งบนพื้นที่ในโลกออนไลน์กับการใช้สื่อกระแสหลักและปฏิบัติการทางสังคมในโลกแห่งความเป็นจริงควบคู่กันไป เพื่อทำให้เกิดประชาคมจากการสนับสนุนของประชาชน รวมถึงการเสริมสร้างความเข้มแข็งของขบวนการเคลื่อนไหวด้วยการสร้างเครือข่ายและจิตสำนึกแก่ประชาชน

สื่อมีอิทธิพลต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมมาก สื่อหมายถึงสื่อสารมวลชน มีพัฒนาการมาจากสื่อประเภทรับสารทางเดียวจนพัฒนามาเป็นสื่อรับสารสองทาง ในศตวรรษที่ 21 มีจุดเปลี่ยนที่สำคัญนั้นคือการเป็นผู้ส่งสารกับผู้รับสาร มาเป็นทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสาร จึงมีผลต่อองค์กรและสถาบันสื่อ ผู้ชมเป็นส่วนหนึ่งของสื่อ ในขณะเดียวกันสื่อก็เป็นส่วนหนึ่งของผู้ชม ผู้คนมีการตื่นตัว สนใจ และต้องการมีส่วนร่วมในสื่อ

ปัจจุบันสื่อออนไลน์โดยเฉพาะสื่อแบบ 2.0 ที่ขยายขอบเขตมีบทบาทต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างยิ่ง ทำให้เกิดผลกระทบด้านเศรษฐกิจ การเมืองและสังคม ขณะเดียวกันปัจจุบันสื่อที่มีความรุนแรงและมีการแพร่กระจายอย่างกว้างขวาง กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของการเคลื่อนไหวทางสังคมแนวใหม่ ซึ่งเป็นกรอบวิธีคิดที่ได้รับการตรวจสอบแล้วในทางวิชาการในแง่การระดมแคมเปญผ่านข้อมูลของนักเคลื่อนไหว การศึกษาทางการเมืองและการวิพากษ์อุดมการณ์ที่ครอบงำ สื่อที่มีความรุนแรงเป็นสื่อที่เกิดขึ้นมาเพื่อต่อต้านสื่อกระแสหลักที่ครอบงำความคิด ความเชื่อ และอุดมการณ์ของประชาชนที่มีอยู่ในสังคมการเมือง

ไม่นานมานี้การเกิดขึ้นจริงอินเทอร์เน็ตและสื่อใหม่เชิงโต้ตอบแบบดิจิทัลกับการสื่อสารของรัฐ ได้มุ่งสนใจไปที่ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารกับการเคลื่อนไหวทางสังคมทั่วโลกที่เกิดขึ้นใหม่ และการประท้วงที่มุ่งเป้าไปที่การเปลี่ยนแปลงทางสังคม สื่อสังคมออนไลน์ได้กลายเป็นพลังที่แพร่หลายในทางการเมือง เปลี่ยนแปลงพลวัตการสื่อสารระหว่างผู้นำทางการเมือง นักข่าว และสาธารณะชน

การเคลื่อนไหวทางการเมืองบนฐานของการเคลื่อนไหวทางสังคมแนวใหม่ผ่านสื่อใหม่

การเคลื่อนไหวทางการเมืองผ่านสื่อใหม่ถือว่าการเคลื่อนไหวทางสังคมแนวใหม่แบบหนึ่ง เพราะมักจะมุ่งเน้นไปที่ประเด็นสำคัญที่ผนวกกับประเด็นทางการเมืองและวัฒนธรรมมาคู่กัน เช่น ในงานศึกษาของ ธนากรณ์ อินทร (2564) อธิบายว่า สื่อสังคมออนไลน์เป็นรูปแบบการสื่อสารที่พัฒนาจากระบบอินเทอร์เน็ต และเป็นทางเลือกในการสร้างความเปลี่ยนแปลงในขบวนการประท้วงทางการเมืองในไทยในช่วงเวลาดังกล่าวนั้นด้วย อาทิ การแสดงความคิดเห็น การสื่อสารอย่างมีปฏิสัมพันธ์ การระดมผู้คนและ ทำกิจกรรมคู่ขนานกับการดำเนินกิจกรรมในพื้นที่ของขบวนการประท้วงตามปกติทั่วไป กลายเป็นพื้นที่ใหม่ของขบวนการประท้วงทางการเมืองสำหรับผู้คนในโลกออนไลน์ อย่างไรก็ตามการนำสื่อสังคมออนไลน์ยังเผชิญกับปัญหาที่อาจไม่ประสบความสำเร็จเมื่อนำมาใช้ในรูปแบบของขบวนการประท้วงทางการเมือง เช่น มองว่าเป็นเครื่องมือโดยปัจเจกบุคคลที่แบ่งแยกจากสังคม การใช้ถ้อยภาษาซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงสังคมการเมืองได้ และการดำเนินยุทธศาสตร์การเคลื่อนไหวที่ผิดพลาด เป็นต้น

การเคลื่อนไหวทางการเมืองกับสื่อจึงคู่กันมาตลอด โดยเฉพาะสื่อใหม่ที่มีอยู่หลากหลาย แลร์รี โดมอนต์ นักรัฐศาสตร์ชื่อดังในสายพลวัตทางสังคม ถึงกับเรียกโซเซียลมีเดียว่า ‘เทคโนโลยีเพื่อการปลดแอก’ (Liberating Technology) เลยทีเดียว โดยรวมแล้วงานวิจัยกลุ่มนี้มักอ้างถึงข้อดีของแพลตฟอร์มในการช่วยให้การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางการเมืองและการรวมตัวของกลุ่มคนที่คิดเห็นคล้ายกันนั้นเป็นไปได้ง่ายขึ้น ดังนั้นแนวโน้มที่คนจะออกมาชุมนุมกันก็จะเป็นไปได้มากขึ้นด้วย อย่างไรก็ตาม เมื่อเวลาผ่านไปงานวิจัยที่แสดงข้อกังขาต่อพลังของโซเซียลมีเดียก็เริ่มมีมากขึ้น เช่น งานเขียนของ มัลคอล์ม แกลดเวลล์ ที่กล่าวว่าพลวัตทางสังคมที่เริ่มจากโลกออนไลน์นั้นอาจไม่นำไปสู่การชุมนุมในโลกความจริงได้ง่ายนัก เนื่องจากรูปแบบตั้งต้นที่ประกอบไปด้วยกลุ่มคนที่ยึดโยงกันอย่างหลวมๆ และไร้ผู้นำ (Loose and Leaderless Network) รวมถึงปรากฏการณ์ Slacktivism ที่เกิดขึ้นเมื่อชาวเน็ตเลือกเคลื่อนไหวและแสดงความคิดเห็นในโลกออนไลน์รู้สึกไปว่าตนเองนั้นเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างความเปลี่ยนแปลง แม้ว่าความจริงคนเหล่านั้นจะทำเพียงนั่งอยู่หน้าจอคอมพิวเตอร์หรือไล่อ่านจ้อมูลอยู่เท่านั้นเอง (สุรัชณี ศรีโย, 2563)

ตั้งแต่แพลตฟอร์มโซเซียลเน็ตเวิร์กถือกำเนิดขึ้นในช่วงสิบกว่าปีที่ผ่านมานี้ เราได้เห็นการใช้แพลตฟอร์มเหล่านี้เป็นเครื่องมือเคลื่อนไหวทางการเมืองอยู่หลายต่อหลายครั้ง ทั้งอาหรับสปริงในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง การประท้วงในยูเครนและไทย ล่าสุดก็คือการประท้วงในฮ่องกง จุดร่วมของการเคลื่อนไหวที่กล่าวมานี้คือจุดประสงค์ของมัน ซึ่งก็คือการต้องการสร้างความเปลี่ยนแปลงทางการเมือง กล่าวคือผู้ชุมนุมต้องการให้มีการเปลี่ยนรัฐบาลนั่นเอง (สุรัชณี ศรีโย, 2563) ซึ่งจะเห็นได้จากการปรับเปลี่ยนการทำงานของนักการเมืองที่มุ่งเน้นตอบสนองประชาชนและนำเสนอผ่านสื่อ รวมไปถึงการที่นักการเมืองได้นำเอาข้อเสนอของประชาชนซึ่งใช้สื่อสังคมออนไลน์มาใช้เป็นกรอบการดำเนินการนโยบายทางการเมืองของตนเอง แม้แต่ในระดับรัฐบาลก็ยังได้รับอิทธิพลจากปรากฏการณ์ดังกล่าวในการดำเนินนโยบายของรัฐ

การเคลื่อนไหวทางการเมืองผ่านสื่อใหม่ถือว่าการเคลื่อนไหวทางสังคมแนวใหม่แบบหนึ่ง เพราะมุ่งเน้นไปที่ประเด็นสำคัญที่ผนวกกับประเด็นทางการเมืองและวัฒนธรรมคู่กัน การเคลื่อนไหวทางการเมืองกับสื่อจึงคู่กันมาตลอด พลวัตทางสังคมที่เริ่มจากโลกออนไลน์นั้น อาจนำไปสู่การชุมนุมในโลกความจริงได้ง่าย เนื่องจากรูปแบบตั้งต้นที่ประกอบด้วยกลุ่มคนที่ยึดโยงกันอย่างหลวมๆ และไร้ผู้นำ เราได้เห็นการใช้แพลตฟอร์มเป็นเครื่องมือเคลื่อนไหวทางการเมืองอยู่หลายต่อหลายครั้ง ทั้งอาหรับสปริงในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง การประท้วงในยูเครนและไทย รวมถึงในฮ่องกง

บทสรุป

การเคลื่อนไหวทางสังคมแนวใหม่ถือกำเนิดมาจากอิทธิพลของเศรษฐกิจหลังอุตสาหกรรม ส่งผลให้เกิดคลื่นลูกใหม่ของการขบวนการทางสังคมที่แตกต่างจากขบวนการทางสังคมที่เกิดขึ้นในช่วงเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ซึ่งการเคลื่อนไหวทางสังคมแนวใหม่จะให้ความสำคัญสิ่งที่ไม่ใช่วัตถุทางเศรษฐกิจ ลักษณะเด่นคือการเคลื่อนไหวทางสังคมและวัฒนธรรมเป็นหลัก การเคลื่อนไหวทางการเมืองเป็นรอง การเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่คือการเมืองใหม่เกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ส่วนการเมืองเก่าเน้นความมั่นคงทางเศรษฐกิจ การเมืองและการทหาร

สื่อมีอิทธิพลต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมมาก มีการพัฒนามาจากยุคสื่อสารทางเดียวมาเป็นสองทาง ต่อมาสื่อออนไลน์ อินเทอร์เน็ตมีบทบาทต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และสื่อยังกลายมาเป็นส่วนหนึ่งของการเคลื่อนไหวทางสังคมแนวใหม่ มุ่งเป้าไปที่การเปลี่ยนแปลงทางสังคม การเคลื่อนไหวทางการเมืองผ่านสื่อถือว่าการเคลื่อนไหวทางสังคมแนวใหม่แบบหนึ่ง เพราะมุ่งไปที่ประเด็นทางการเมืองและวัฒนธรรมคู่กัน ดังนั้น การเคลื่อนไหวทางการเมืองกับสื่อจึงคู่กันมาตลอด

เอกสารอ้างอิง

- ธนากรณ อินทร. (2564). สื่อสังคมออนไลน์กับการประจักษ์รูปแบบใหม่ : กรณีขบวนการเคลื่อนไหวทางการเมืองไทย 2563. *วารสารรัฐศาสตร์วิจารณ์*, 8(16), 50-74.
- นลินา ไชยะ. (2563). เศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยพื้นที่สาธารณะ การเคลื่อนไหวทางสังคม และสื่อสังคมออนไลน์. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏวราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 7(1), 14-31.
- ปองขวัญ สวัสดิภักดิ์. (2560). *สำรวจ Social Movement ที่สำคัญแห่งยุค*. สืบค้น 13 กุมภาพันธ์ 2565. จาก <https://workpointtoday.com/>.
- มัทนา เจริญวงศ์. (2562). *พลเมืองสร้างสื่อ สื่อสร้างพลเมือง*. นนทบุรี: ภาพพิมพ์.
- สุรัชณี ศรีโย. (2563). 'ลงถนน' ยังจำเป็นไหม ในยุคที่สังคมเคลื่อนไหวผ่านโซเชียลมีเดีย. สืบค้น 23 มีนาคม 2565. จาก <https://thestandard.co/political-rally/>
- แอมเนสตี้ อินเตอร์เนชั่นแนล ประเทศไทย. (2560). *Social Movement คืออะไร? ทำไมจึงสำคัญ?*. สืบค้น 12 มีนาคม 65. จาก <https://www.amnesty.or.th/latest/blog/47/>.
- Atton, C. (2002). *Alternative Media*. London: Sage.
- _____. (2002). News cultures and new social movements: Radical journalism and the mainstream media. *Journalism Studies*, 3(4), 491-505.
- Charles, N. (2002). *Feminism, the State and Social Policy*. London: Macmillan
- Downing, J. (2001). *Radical Media: rebellious communication and social movements*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Eyerman, R. (1984). Social movements and social theory. *Sociology*, 18(1), 71-82.
- Gil de Zúñiga, H., Jung, N., & Valenzuela, S. (2012). Social media use for news and individuals' social capital, civic engagement and political participation. *Journal of computer-mediated communication*, 17(3), 319-336.
- Glasberg, D. S., & Shannon, D. (2010). *Political sociology: Oppression, resistance, and the state*. London: Sage publications.
- Gross, L. (2003). The Gay Global Village in Cyberspace. In N. Couldry and J. Curran (Eds). *Contesting Media Power: Alternative Media in a Networked World*, (pp. 259-72). Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Hayes, D., & Lawless, J. L. (2016). As local news goes, so goes citizen engagement: Media, knowledge, and participation in US House Elections. *The Journal of Politics*, 77(2), 447-462.
- Loader, B. D. (2008). Social movements and new media. *Sociology Compass*, 2(6), 1920-1933.
- Moore, S. (2000). *Interpreting audiences: The ethnography of media consumption*. London: Sage.

- Nicholas, R. W. (1973). Social and political movements. *Annual Review of Anthropology*, 2(1), 63-84.
- Olofsson, G. (1988). After the working-class movement? An essay on what's 'new' and what's 'social' in the new social movements. *Acta Sociologica*, 31(1), 15-34.
- Pena, J. A., & Medina, I. (2012). New social movements, international security and the new social protests: the rise and fall of pacifism. *Revista UNISCI*, (28), 171-181.
- Rochon, T. R., & Meyer, D. S. (1997). *Coalitions & political movements: The lessons of the nuclear freeze*. Boulder, CO: L. Rienner.
- Rodriguez, C. (2001). *Fissures in the Mediascape: an international study of citizens' media*. Cresskill, NJ: Hampton.
- Ross, K., & Nightingale, V. (2003). *Media and audiences*. UK: McGraw-Hill Education.
- Scott, A. (1990). *Ideology and the new social movements*. London: Allen & Unwin Australia.
- Stein, L. (2009). Social movement web use in theory and practice: A content analysis of US movement websites. *New media & Society*, 11(5), 749-771.
- Van Aelst, P., & Walgrave, S. (2002). New media, new movements? The role of the internet in shaping the 'anti-globalization' movement. *Information, Communication & Society*, 5(4), 465-493.

ผ้าพะเหวด : สัญลักษณ์ประเพณีชาวพุทธอีสาน

PHA PHAWED: NORTHEASTERN BUDDHIST TRADITION SYMBOL

พระครูภัสสรกิตติคุณ (ประยูร ชุมโคตร)^{1*} วิทยา ทองดี²

Phrakhruphatsongkittikhun (Phrayoon Chumkhot)¹ Vitthaya Thongdee²

^{1,2} มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น

^{1,2} Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Khon Kaen campus

บทคัดย่อ

บทความนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อเสนอเกี่ยวกับผ้าพะเหวด ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ในประเพณีชาวพุทธอีสาน ผลการศึกษาพบว่า ผ้าพะเหวด คือ ผ้าผืนยาวเขียนภาพเล่าเรื่องพระเวสสันดรเพื่อใช้แห่ในงานบุญพระเหวด ผ้าพะเหวดเป็นสื่อที่แสดง ความหมายสัญลักษณ์ในคัมภีร์ทางพระพุทธศาสนาของตัวละคร ซึ่งสมมติว่าเป็นการแห่พระเวสสันดรเข้าเมือง สมัยก่อน ช่างแต้มรูปมักเป็นช่างพื้นบ้าน จึงใช้สีสันทึบแบบธรรมชาติ ไม่เคร่งครัดเรื่องสัดส่วนของรูปร่าง คน สัตว์ วัตถุสิ่งของ มากนัก ตามคติความเชื่อของชาวอีสาน ผ้าพะเหวดไม่ใช่แค่เครื่องประดับที่ใช้ในงานประเพณี ที่ตกแต่งให้ดูสวยงาม เท่านั้น แต่ยังมีแง่คิดและกุศโลบาย ที่ทำให้ผู้คนที่มาร่วมงานพิธีอันศักดิ์สิทธิ์ ได้รับรู้ในคำสอนของพระพุทธเจ้า ที่แฝง หลักธรรมคำสอนไว้ในรูปทรงและสีสันที่อยู่ในผ้าพะเหวด การร้อยเรียงของศิลปะ ล้วนมีกุศโลบายคำสอนที่แฝงอยู่เป็น จำนวนมาก มันเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตให้พ้นทุกข์

คำสำคัญ: ผ้าพะเหวด, สัญลักษณ์, พระพุทธศาสนา, ประเพณีชาวพุทธอีสาน

ABSTRACT

The purpose of this article is to present Pha Phawed, which is a symbol of Northeastern Buddhist tradition. The results showed that the Pha Phawed is a long piece of cloth that depicts the story of Vessantara Jataka for use in the procession of Vessantara ceremony. Pha Phawed is a medium to give symbolic meaning to the Buddhist scriptures of the characters. It is assumed that a procession of Vessantara Jataka into the city in the age of Vessantar king. Painter artisans were usually local artisans. Therefore, they use colors to imitate nature, It is not very strict about the proportions of shapes, people, animals, objects, and things according to the beliefs of the Northeastern people Pha Phawed is not only an ornament used in the traditions and it is also decorated to look beautiful. But there are also ideas and stratagem. It made people in the sacred ceremony learn the Buddha doctrine from the shape and color of the Pha Phawed. It will be a way to live out of suffering.

Keywords: Pha Phawed, Symbol, Buddhism, Northeastern Buddhist Tradition

* E-mail address: yatodchuay@hotmail.co.th ¹ vitthaya.thongdee@gmail.com ²

บทนำ

เวสสันดรชาดก คือชาดกหรือประมวลพระพุทธรูปเกี่ยวกับการบำเพ็ญทานบารมีของพระพุทธเจ้าสมัยที่พระองค์เสวยพระชาติเป็นพระเวสสันดรโพธิสัตว์ เวสสันดรชาดก (ช.ช. (ไทย) 28/1155/447.) เป็นแบบอย่างการให้ทานของชาวพุทธที่สำคัญที่สุด อิทธิพลของเวสสันดรชาดกต่อการนับถือพระพุทธศาสนาของชาวไทยทำให้เกิดมีบุญพระเวสสันดร ซึ่งในภาคอีสาน เรียกว่า “บุญผะเหวด” บุญผะเหวด หรืองานบุญมหาชาติ คืองานมหากุศลเป็นงานหนึ่งที่อยู่ในฮีตสิบสอง ซึ่งจัดในเดือนสี่ตามปฏิทินจันทรคติ การจัดงานนั้นทำขึ้นเพื่อเป็นการรำลึกถึงการบำเพ็ญบุญและการแสดงความเห็นแก่ตัวตามชาดกเรื่องพระเวสสันดรชาดก ดังนั้น ชาวไทยอีสานแต่โบราณจึงถือเป็นเทศกาลที่ประชาชนทั้งหลายพึงสนใจร่วมกระทำบุญบำเพ็ญบารมี และได้อนุรักษ์สืบทอดเป็นวัฒนธรรมสืบมา โดยในงานนั้นจะทำกันตามวัดประจำชุมชนหรือหมู่บ้านต่าง ๆ มีการจัดแต่งสถานที่เพื่อต้อนรับพุทธศาสนิกชนที่เข้ามาฟังเทศน์มหาชาติและ โดยงานจะจัดอยู่สองวันคือวันโฮม และวันที่ฟังเทศน์มหาชาติซึ่งในทั้งสองวันของงานนั้นจะมีกิจกรรมในงาน อย่างการแห่พระอุปคุต การฟังเทศน์มหาชาติ

การแห่ขบวนต่าง ๆ ทั้งการแห่ผะเหวดเข้าเมือง การแห่ต้นกัณฑ์จบ กัณฑ์หลอนหรือต้นเงินบริจาคที่ประชาชนนั้นจะมีการรวบรวมเงินเพื่อไปถวายวัดและมีการให้อาหารตอบแทนในการทำบุญอย่าง (ข้าวปุ้น) หรือขนมจีนเป็นสิ่งตอบแทน งานบุญผะเหวด จึงถือได้ว่าเป็นงานมหากุศลครั้งใหญ่ของพุทธศาสนิกชนโดยเฉพาะชาวอีสานของประเทศไทยบุญผะเหวด หรือบุญประเพณีเทศน์มหาชาติเป็นงานบุญประเพณีอีกงานหนึ่งประจำเดือน 4 ของชาวอีสาน คือบุญพิธี ที่เกี่ยวกับเรื่องราวของพระเวสสันดร หรือเทศน์มหาชาติ กระทำในวันใดวันหนึ่งของเดือนสี่ จึงเรียกอีกอย่างว่า บุญเดือนสี่ เป็นการทำบุญเพื่อเป็นเครื่องระลึกถึงพระชาติ ๆ หนึ่งขององค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า เป็นการบำเพ็ญทานบารมีครั้งยิ่งใหญ่ของพระเวสสันดรก่อนที่พระองค์จะกำเนิดมาเป็นพระโคตมสัมมาสัมพุทธเจ้า คือครั้งอุบัติเป็นพระเวสสันดรหากจะว่าไปแล้วบุญผะเหวดนี้ เป็นงานบุญประเพณีที่ยิ่งใหญ่ของชาวพุทธในภาคอีสาน ซึ่งจะจัดประเพณีบุญผะเหวดที่ยิ่งใหญ่มาก เพราะทางจังหวัดสนับสนุนประเพณีนี้อย่างเต็มที่กำลังเลิกละทีเดียว และมีความเชื่อสืบเนื่องมาจากเนื้อเรื่องที่ปรากฏในหนังสือเทศน์ “มัลลย์หมื่น มัลลย์แสน” ที่กล่าวถึงพระมัลลย์เถระขึ้นไปไหว้ พระธาตุเกษแก้วจุฬามณีบนสวรรค์ชั้นดาวดึงส์ และได้พบปะสนทนากับพระศรีอริยเมตไตรยโพธิสัตว์ ซึ่งพระองค์ได้ส่งข่าวมายังเมืองมนุษย์โลกว่า “ถ้ามนุษย์ต้องการเห็นพระองค์และเกิดมาร่วมพระชาติกับพระองค์จงอย่าฆ่าบิดาร มารดา หรือทำร้ายบิดามารดา สมณพราหมณ์ อาจารย์ อย่าทำร้ายพระพุทธเจ้าและยุยงพระสงฆ์ ให้แตกกัน ให้ตั้งใจฟังมหาเวส (เทศน์มหาชาติ) ให้ จบในวันเดียว” นี่เป็นความเชื่อของชาวอีสานสืบทอดมายาวนานแล้ว (พระธรรมธีรราชมหามุนี (โชดก ญาณสิทธิเถร), 2553)

สัญลักษณ์ในบุญผะเหวด นั้นมีหลายประเภทที่สื่อถึงว่าเป็นบุญผะเหวด บางท้องถิ่นในเขตอีสานก็มีหลายอย่าง บางท้องถิ่นก็มีไม่หลายอย่าง แต่อย่างนั้นก็สำคัญมากบ้าง น้อยบ้างสัญลักษณ์บางอย่างก็สำคัญมาก เพราะถ้าขาดแล้วถือว่า ไม่ใช่บุญผะเหวด แต่สัญลักษณ์บางอย่างถ้าขาดแล้ว ก็ยังคงเป็นบุญผะเหวด อยู่ นั่นเองสัญลักษณ์บางอย่างในบุญผะเหวด เมื่อครั้งสมัยหลายสิบปี ที่ผ่านมาก็ยังมีปรากฏให้เห็นเกือบแทบจะทุกท้องถิ่นของภาคอีสาน แต่ปัจจุบันนี้ บางท้องถิ่นก็ได้ขาดหายไปแล้ว สัญลักษณ์ คือสิ่งที่ถูกกำหนดขึ้น หรือนิยามขึ้นเพื่อใช้สื่อความหมายแทนอีกสิ่งหนึ่ง โดยความหมายอย่างกว้าง ท่านกำหนดเอาทั้งในสิ่งที่ป็นวัตถุ (Object) การกระทำ (Action) และความคิด (Idea) ตรงกับคำในภาษาอังกฤษ 2 ว่า Sign และ Symbol ปัจจุบันเป็นหน่วยหนึ่งในวิชาสัญลักษณ์ศาสตร์ (Semiotics) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับสัญลักษณ์ และวิธีการ (Process) เครื่องหมาย [indication] เครื่องบ่งชี้ [Designation] สิ่งเสมือน (Likeness) รวมไปถึงคำอุปมา (Analogy) คำอุปมา (Metaphor) ระบบสัญลักษณ์ (Symbolism) เครื่องแสดง (Signification) และการสื่อสาร (Communication) ที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อสื่อความถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งนอกเหนือจากตัวมันเอง (พรหมา พัทธกัศ, 2557)

แม้วิชาสัญลักษณ์จะเพิ่งเกิดมาได้ไม่นาน (ศตวรรษที่ 19) แต่จากหลักฐานทางโบราณคดีทำให้ทราบว่า มนุษย์รู้จักใช้สัญลักษณ์สื่อสารมาตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ คือก่อนที่จะมีการประดิษฐ์ตัวอักษรขึ้น ตัวอย่างเช่น ระบบความเชื่อและเรื่องราวจากหลักฐานทางโบราณคดี ทำให้ทราบว่า สิ่งที่มนุษย์ใช้เป็นสัญลักษณ์นั้นมีหลายประเภท เช่น พืช คน สัตว์ วัตถุสิ่งของ รูปทรงเรขาคณิต และอักษรภาพ และระบบสัญลักษณ์ที่ชัดเจนที่สุด Geertz ได้สาธิตให้เห็นจากศิลปะการแสดงของชาวบาห์ลี ในอินโดนีเซีย L'evi Strauss ได้แสดงให้เห็นในระบบศาสนาพื้นฐาน เช่น ระบบโทเท็ม (Totemism) ระบบนิทานปรัมปรา (Myth) และในระบบการบูชาบุญ (Sacrifice) ประชาชนชาวอีสานส่วนใหญ่ได้นับถือ

พระพุทธศาสนาและยังคงยึดถือประเพณีและปฏิบัติตาม ฮิตสิบสองคลองสิบสี่ ฮิตสิบสอง ฮิตนั้นมาจากคำว่าจารีต หมายถึงสิ่งที่ปฏิบัติยึดถือจนกลายเป็นประเพณีที่ติงามของชาวอีสาน เรียกว่า จาฮิตหรือฮิตสิบสองในหนึ่งปี วิถีชีวิตของชาวอีสานที่ดำรงชีพในสังคมเกษตรกรรมตามสภาพแวดล้อมธรรมชาติที่แห้งแล้งนั้น ในความเชื่อต่อการดำเนินชีวิตที่มีความเจริญรุ่งเรืองเกิดขึ้นแก่ครอบครัวและบ้านเมืองก็ต้องมีการประกอบพิธีกรรม เช่นสรวงบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลาย และร่วมกันทำบุญประเพณีตามพระพุทธศาสนาด้วยทุก ๆ เดือนในรอบปีนั้นมีการจัดงานประเพณีพื้นเมืองกันเป็นประจำ (พระครูศรีปัญญาวิกรม, 2558)

บทความนี้ต้องการที่จะนำเสนอและชี้ให้เห็นว่า ผ่าผะเหวดเป็นสัญลักษณ์ประเพณีชาวพุทธอีสาน โดยในส่วนถัดไปจะนำเสนอกำเนิดบุญผะเหวด จากนั้นจะนำเสนอความหมายของผ่าผะเหวด และส่วนสุดท้ายจะนำเสนอประเด็นสำคัญเชิงวิชาการของผ่าผะเหวดเป็นสัญลักษณ์ประเพณีชาวพุทธอีสาน

กำเนิดบุญผะเหวด

บุญผะเหวด หรือบุญพระเวส มาจากคำว่า “เวสสันดรชาดก” เป็นการบำเพ็ญทานบารมีของพระพุทธเจ้าเมื่อครั้งอดีตชาติ และได้ชื่อว่า เวสสันดร เพราะเกิดบนถนนของพวกพ่อค้า ดังในคัมภีร์กล่าวไว้ว่า “พระนางผุสดีทรงครรภ์ถ้วนไตรมาสแล้ว เมื่อทรงทำประทักษิณพระนคร ได้ประสูติเราในท่ามกลางถนนของพวกพ่อค้า ชื่อของเรามีได้เนื่องมาแต่พระมารดาและมีได้เกิดแต่พระบิดา เราเกิดที่ถนนของพวกพ่อค้า ฉะนั้น เราจึงชื่อว่า เวสสันดร” (ขุ.ชา. (ไทย) 28/1051/449)

คำว่า “เวสสันดร” เป็นสัญลักษณ์ของถนนของพ่อค้า หมายถึงถนนที่พวกพ่อค้าใช้สัญจรเดินทาง หรือ ทางทุรกันดาร จึงได้ชื่อว่า เวสสันดร เป็นการบำเพ็ญทานบารมีของพระพุทธเจ้าเมื่อครั้งอดีตชาติ ดังในคัมภีร์กล่าวไว้ว่า เมื่อเรายังเป็นเด็กเล็กเกิดได้ 8 ขวบ นั่งอยู่บนปราสาท คิดที่จะบริจาทาน ว่าเราพึงให้หทัย ดวงตา เนื้อ เลือด และร่างกาย เมื่อเราคิดจะบริจาทานตามสภาพความเป็นจริง ใจก็ไม่หวั่นไหวมุ่งมั่นอยู่ในกาลนั้น เหมือนแผ่นดินมีภูเขาสินธุและห่มไม้เป็นเครื่องประดับ ถ้าจะมีใครมาขอเรา เราก็นิยตบริจาคให้ (ขุ.ชา. (ไทย) 28/1051/450) คำว่า “เวสสันดร” จึงเป็นสัญลักษณ์ของการให้ทาน เพราะเมื่อพระองค์ประสูติได้ 8 ขวบพระองค์ก็มีความคิดที่จะให้ทานแล้วพระเวสสัน เป็นสัญลักษณ์ของความติงาม เพราะโดยทั่วไปชาวพุทธทั้งหลายย่อมรู้ดีว่า พระเวสสันดรเป็นการบำเพ็ญบารมีของพระพุทธเจ้าเมื่อครั้งอดีตกาล

คำว่า “บุญผะเหวด” เป็นสำเนียงของชาวอีสานที่มาจากคำว่า “บุญพระเวส” หรือ พระเวสสันดร เป็นประเพณีที่ยึดถือปฏิบัติสืบมา ตามคติความเชื่อของชาวอีสานที่ว่า หากผู้ใดได้ฟังเทศน์เรื่องพระเวสสันดรจบทั้ง 13 กัณฑ์ ภายในการเทศน์ครั้งเดียว ภายในวันเดียว จะได้เกิดร่วม ชาตภพกับพระศรีอริยเมตไตรย โดยบุญผะเหวดนี้จะทำติดต่อกันสามวัน วันแรก เป็นวันเตรียม ในวันแรกนี้ ชาวบ้านจะช่วยกันจัดเตรียมสถานที่ ตกแต่งศาลาการเปรียญ ให้มีบรรยากาศคล้ายอยู่ในป่าเขา โดยนิมิตนภาพจากศาลาพระเวสสันดรในปางกต และจากภาพวาดเรื่องราวของพระเวสสันดร วันแรกของงาน เรียกว่า “มื่อโฮม” ซึ่งหมายถึง การร่วมแรงร่วมใจกันทำงาน พอถึงช่วงบ่ายของวันแรก ชาวบ้านจะร่วมกันประกอบพิธีอัญเชิญพระอุปคุต จากแหล่งน้ำนอกหมู่บ้าน โดยการแห่อัญเชิญให้มาอยู่ในหอพระอุปคุตภายในวัด เพราะชาวบ้านเชื่อว่าพระอุปคุตจะช่วยคุ้มครองผู้ที่มาในงานให้ปลอดภัยจากอันตรายต่าง ๆ วันที่สอง หรือ “มื่อจัน” ชาวบ้านจะทำพิธีแห่พระเวสสันดร พระนางมัทรี กัณหา ชาลีและชูชก จากชายป่าหรือบริเวณนอกหมู่บ้าน เป็นวันเฉลิมฉลองพระเวสสันดร ชาวบ้านรวมทั้งพระภิกษุสงฆ์จากหมู่บ้านใกล้เคียงจะมาร่วมพิธีนี้ ทั้งการจัดชบวนแห่เครื่องไทยทาน ฟังเทศน์และแห่พระเวส โดยการแห่ผ่าผะเหวด (ผ้าผืนยาวเขียนภาพเล่าเรื่องพระเวสสันดร) ซึ่งสมมติเป็นการแห่พระเวสสันดรเข้าสู่เมือง เมื่อถึงเวลาค่ำจะมีเทศน์เรื่องพระมาลัย ในเรื่องพระมาลัยนี้ จะแสดงให้เห็นถึงที่มาของประเพณีบุญผะเหวด ส่วนวันที่สาม เป็นงานบุญพิธี เป็นวันที่มีเทศน์เวสสันดรชาดก ชาวบ้านจะร่วมกันตักบาตรข้าวพันก้อน พิธีจะมีไปจนค่ำ ชาวบ้านจะแห่แห่น ฟ้อนรำตักชบวนเรียงราย นำกัณฑ์เทศน์ กัณฑ์จบ กัณฑ์หลอน มาถวายพระ พระสงฆ์จะเทศน์เรื่องเวสสันดรชาดกจนจบ และเทศน์อานิสงส์อีกกัณฑ์หนึ่ง จึงเสร็จพิธี (สุริยา สมุทคุปต์, 2536)

บุญผะเหวด หรือ ที่เรียกกันโดยทั่วไปว่า “บุญมหาชาติ” ชาวอีสานถือว่าเป็นบุญใหญ่ หรือ บุญประจำปี เป็นประเพณีบุญตามฮิตสิบสองของชาวอีสาน แต่ถ้าถือเป็นเรื่องทาน ก็เป็นประเพณีการบริจาทานครั้งยิ่งใหญ่ ก็พอจะอนุมานได้ถึงสภาพทั่วไป ของชาวอีสานว่า ดอกจิก ดอกจาน บานราวดันเดือน 3 พุทธศาสนิกชนจะเก็บดอกไม้เหล่านี้

มาร้อยเป็นมัลย์เพื่อตกแต่งศาลาการเปรียญสำหรับบุญมหาชาติและในงานนี้ก็จะมีการเทศน์มหาชาติ ซึ่งถือว่าเป็นงานอันศักดิ์สิทธิ์ผู้ใดฟังเทศน์มหาชาติจบภายในวันเดียว และบำเพ็ญคุณงามความดี จะได้อานิสงส์ไปเกิดในภพหน้า ชาวอีสาน จะจัดทำบุญผะเหวด ปีละ 1 ครั้ง ระหว่างเดือน 3 เดือน 4 ไปจนถึงกลางเดือน 5 ในช่วงสัปดาห์แรกของเดือนมีนาคมของทุกปี โดยจะมีวันรวมตามภาษาอีสาน เรียกว่า วันโฮมบุญ พุทธศาสนิกชนมาช่วยกันจัดตกแต่งศาลา หรือสถานที่ที่จะทำบุญ จัดเตรียมเครื่องสักการะดอกไม้ ธูปเทียน ข้าวตอก อย่างละพันท่อน มีการตั้งธงใหญ่ ไว้แปดทิศ และมีศาลเล็ก ๆ เป็นที่เก็บข้าวพันท่อน และเครื่องควหาวน สำหรับ ผี เปรต และมารรอบ ๆ ศาลาการเปรียญจะแขวนผ้าผะเหวดเป็นเรื่องราวของพระเวสสันดร ตั้งแต่กัณฑ์ที่ 1 ถึงกัณฑ์สุดท้าย การจัดงานบุญผะเหวด หรือ งานเทศน์มหาชาตินิยมให้อัญเชิญพระอุปคุต มาปกป้องคุ้มครองมิให้เกิดเหตุเภทภัยอันตรายทั้งปวง และให้โชค ลาภแก่พุทธศาสนิกชนในการทำบุญมหาชาติ จึงมีการแห่พระอุปคุต ซึ่งสมมุติว่า อัญเชิญมาจาก สะตือทะเล

ดังนั้น บุญผะเหวด หรือบุญพระเวสสันดร หรือบุญมหาชาติ เป็นประเพณีสำคัญอย่างหนึ่งของอีสานสอง หรือ ประเพณีสิบสองเดือนของภาคอีสาน เนื่องจากเป็นบุญที่เทศนาเกี่ยวประวัติของพระโพธิสัตว์ ที่มีนามว่า พระเวสสันดร ซึ่งเป็นชาติสุดท้าย ก่อนที่พระองค์จะประสูติมาเป็นเจ้าชายสิทธัตถะ แล้วตรัสรู้เป็นพระพุทธเจ้า จึงนับว่าเป็นชาติที่สำคัญยิ่งเนื่องจากเป็นพระชาติที่ได้บำเพ็ญทานบารมีอันเป็นบารมีที่ทรงเสียสละอย่างใหญ่หลวง เพื่อประโยชน์สุขของผู้อื่นหรือสังคม บุญพระเวส (อีสานออกเสียงเป็น ผะเหวด) หรือบุญมหาชาติ มักกระทำกันในเดือนใดเดือนหนึ่ง ในระหว่างออกพรรษา จะเป็นข้างขึ้นหรือข้างแรมก็ได้ หากทำในเดือนหก หรือเดือนเจ็ด มักจะทำบุญบังไฟรวมด้วย เรียกว่า “บุญเดือนหก”

ความหมายของผ้าผะเหวด

1. ความเป็นมาของผ้าผะเหวด

ผ้าผะเหวด มักทำด้วยผ้าฝ้ายเขียนรูปเล่าเรื่องราวสัญลักษณ์ในผ้าผะเหวดของพระเวสสันดรที่ทรงบำเพ็ญทานบารมีทั้งหมด 13 กัณฑ์ ผ้าผะเหวดอีสานแบบม้วนยาว เป็นผลงานพุทธศิลป์ที่เขียนเล่าเรื่องราวเวสสันดรชาดก เป็นภาพวาดที่ใช้ประกอบการเทศน์ผะเหวด ใช้ในพิธีเชิญพระเวสสันดรเข้าเมือง และใช้ประดับรอบศาลาการเปรียญ หรือ ศาลาโรงธรรมในประเพณีบุญผะเหวด (ประตูล้ออีสาน, 2564)

ซึ่งเรียกว่า “บุญเดือนสี่” หรือ “บุญมหาชาติ” ผ้าผะเหวดแบบโบราณพบได้ทั้งในชุมชนผู้ไทและชุมชนอีสาน ความงามด้านศิลปพื้นบ้านในผ้าผะเหวดมีระดับที่แตกต่างกัน ซึ่งนักวิชาการด้านจิตรกรรมปัจจุบันนิยม และยกย่องศิลปร่วมสมัยและศิลปของอารยชนที่เรียกว่า “งานจิตรศิลป์” มากกว่าศิลปกรรมของชาวบ้าน (Folk Art)

ภาพผะเหวดสองมิติแบน ๆ เป็นภาพวาดสีน้ำ มีลักษณะเรียบง่ายแบบพื้นบ้าน ไม่มีการปรุงแต่งด้านเทคนิค ข่างวาดอย่างอิสระ มีความรู้สึก มีจินตนาการ มีชีวิตจริงแบบพื้นบ้าน แสดงผ่านฉาก ผ่านการแต่งกาย ผ่านประเพณี พิธีกรรม และผ่านงานรื่นเริง จุดมุ่งหมายของการวาดภาพผ้าผะเหวดคือ เพื่อสนองประโยชน์ใช้สอยและประกอบการเล่าเรื่อง การเทศน์ การสอนหลักธรรมเป็นหลักใหญ่ และเพื่อตกแต่งสถานที่เป็นหน้าที่รอง ข่างวาดมีศรัทธาเป็นพื้นฐานในการสร้างงาน และได้รับคำตอบแทนจากผู้ว่าจ้างให้วาด ซึ่งมีศรัทธาในหลักธรรมคำสอน และเชื่อว่าการสร้างภาพผะเหวดได้อานิสงส์เช่นเดียวกับการฟังธรรม

ผ้าผะเหวดแบบม้วนยาว มีขนาดกว้างประมาณ 1 เมตร และมีขนาดยาวประมาณ 13 – 30 เมตร การวาดภาพจะวาดเป็นช่องตามแนวนอน ผ้าผะเหวดขนาดสั้นที่สุดมีพื้นที่ประมาณ 13 ช่อง ขนาดยาวที่สุดประมาณ 18 ช่อง แต่ละช่องความยาวไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับเหตุการณ์ที่บรรจุอยู่ในแต่ละช่อง หนึ่งเหตุการณ์เรียกว่า หนึ่งอนุภาค ภาพวาดที่เป็นภาพสามมิติจะวาดเต็มกรอบภาพ เป็นภาพขนาด 6 นิ้วขึ้นไป ประกอบด้วยภาพวาดทั้งหมด 13 ช่องหรือ 13 กัณฑ์ ภาพวาดที่เป็นภาพสองมิติแบน ๆ วาดหลายอนุภาคในหนึ่งกรอบภาพ วาดเต็มพื้นที่ เต็มโครงสร้าง ขนาดภาพทั้งคน ทั้งสิ่งมีชีวิต ทั้งมนุษย์และสิ่งของ มีขนาดเล็กประมาณ 2 นิ้ว ภาพแนวนั้นเป็นฝีมือของช่างพื้นบ้าน มีลักษณะคล้ายภาพวาดลายเส้นแบบโบราณที่ปรากฏในฝาผนังถ้ำและที่หน้าผา โดยทั่วไปเชื่อว่าเป็นภาพเขียนก่อนประวัติศาสตร์

ผ้าผะเหวดแบบที่ยาวที่สุด ความคิดที่กำกับเนื้อหาของเรื่องราวบนผ้า คือความคิดเรื่องนรกภูมิ มนุสสภูมิ สวรรค์ภูมิ อันได้รับอิทธิพลจากไตรภูมิพระร่วง ภาพวาดตอนต้นเรื่อง ส่วนที่เป็นปรารภเหตุการณ์เล่ากันตามผะเหวดสันดร พระมัลลย์และพระพุทธเจ้า เป็นตัวแทนของพุทธศาสนา มีสถานภาพสูงส่งกว่าพระอินทร์และเทวดาบนสวรรค์ แม้ตอนจบ

ในนรกภูมิ พระมัลลย์ และพระอินทร์ก็มีสถานภาพเทียบเท่าเทพเจ้าผู้ปลดปล่อยบาป และความทุกข์ให้กับผู้ทำผิดศีลใน โลกมนุษย์โครงสร้างนิทานที่กำกับภาพวาดผ้าผะเหวด คือ ความเชื่อเรื่องสวรรค์ภูมิ มนุสสภูมิและนรกภูมิในนิทานเรื่องผะเหวดสันดรประกอบด้วยอนุภาคย่อย ที่เสนอตัวอย่างพฤติกรรมที่น่าสู่สวรรค์ภูมิและนรกภูมิ เป็นแก่นแกนของเรื่อง ซึ่งไม่ตรงกับแก่นเรื่องในตัวบทลายลักษณ์อักษรด้านวรรณกรรม และด้านกลอนเทศน์ผะเหวด ที่มุ่งเน้นนิพพานหรือการหลุดพ้น ความแตกต่างของแก่นเรื่องแสดงว่า การเขียนภาพผะเหวดของแต่ละชุมชน เป็นสิ่งที่แสดงถึงการคิดต่างอย่างมีเสรีภาพ แหวกจากแนวคิดของศูนย์กลางทางการเมือง ทางศาสนา ทางเศรษฐกิจในเขตนครและเขตเมือง

ส่วนภาพผะเหวดแบบที่สอง ประกอบด้วยภาพพระมัลลย์ขึ้นไปไหว้พระเศเกล้าจุฬามณีบนสวรรค์ พร้อมกับพระอินทร์และเทวดา คู่กับภาพผะเหวด 13 กัณฑ์ โครงสร้างนิทานแนวนี้แสดงความเชื่อว่า การทำบุญ การบำเพ็ญ ปรมาตถทานหรือมหาทาน เป็นปัจจัยนำไปสู่สวรรค์ ภาพวาดวิธีนี้ไม่กล่าวถึงนรกภูมิ ขนาดของภาพเน้นตัวละครโดยวาดเป็นภาพขนาดใหญ่ แสดงพฤติกรรมและเล่าเรื่องราว แต่ภาพไม่สร้างความรู้สึก ไม่สร้างจินตนาการ ภาพวาดมีลักษณะแข็งทื่อเช่นเดียวกับโครงสร้างของภาพวาดแนวที่สาม ที่ไม่กล่าวถึงสวรรค์และนรก บอกเล่าเรื่องราวเฉพาะนิทานผะเหวดสันดรเท่านั้น เป็นการวาดโดยประหยัต์วัสดุ เพื่อวางจำหน่ายโดยเฉพาะ ผู้วาดดูเหมือนขาดศรัทธาในการสร้างงาน ในหนึ่งภาพจะบรรจุเหตุการณ์หนึ่งอนุภาคเท่านั้น การวาดแนวนี้น่าคล้ายกับการวาดจิตรกรรมฝาผนังประดับรอบศาลาโรงธรรม ซึ่งมีขนาดกว้างยาวใหญ่ และมุ่งสอนพุทธศาสนาหลายเรื่อง มีทั้งศาสนบุคคล ศาสนวัตถุศาสนธรรม ประดับรอบศาลาโรงธรรม โครงสร้างเฉพาะนิทานผะเหวดสื่อความคิด เรื่อง อนิจจังลักษณะความเปลี่ยนแปลงของชีวิตและการให้ทาน ไม่ยึดติดในทรัพย์สินทั้งปวง

ภาพผะเหวดในฐานะพุทธศิลป์ที่มีทั้งการวาดแบบผ้าพระบฏและแบบผ้าม้วนยาว แบบภาพพิมพ์และจิตรกรรมฝาผนัง หรือสุปเตม งานจิตรกรรมทุกรูปแบบมีหน้าที่สำคัญหลายประการคือ เป็นภาพประกอบการเล่านิทานเรื่องผะเหวดสันดรให้เข้าใจง่าย ให้เห็นเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนนอกจากนี้ยังใช้ประดับศาลาโรงธรรม และใช้กันมุขสนามกลางแจ้งให้เป็นศิวิลกตหรือเขาวงกต ซึ่งเป็นที่ประทับของพระเวสสันดรขณะที่บำเพ็ญพรตเป็นดาบส ภาพผะเหวดม้วนยาวกรณีนี้ทำหน้าที่คล้ายฉาก ส่วนบทบาทแฝงเร้นที่สำคัญรองลงมา เกิดจากฝีมือของช่างวาดที่มีความสามารถสูงคุณภาพของภาพวาดเทียบได้กับจิตรศิลป์ เส้นและปลายพู่กันที่ระบายในพื้นที่ผ้าสามารถสร้างอารมณ์สะท้อนใจ เกิดเป็นรสมหัศจรรย์ตามเนื้อเรื่อง โดยเฉพาะภาพแนวโอโรตติในกัณฑ์ชูชก กัณฑ์มหาพนกัณฑ์มหาพรต และกัณฑ์เพิ่ม ตอน พระมัลลย์หรือพระพุทธรูปเจ้าทองแต่นรก ภาพแนวโอโรตติเหล่านี้ปรากฏเฉพาะฝีมือช่างพื้นบ้านอีสาน

ภาพผะเหวดที่มีอนุภาคเหตุการณ์อนุภาคเดียว ปรากฏในกัณฑ์ทศพร กัณฑ์จุลพล กัณฑ์มหาพน กัณฑ์วนปเวศน์และสักตีกัณฑ์ ภาพผะเหวดที่มีอนุภาคเหตุการณ์หลายภาพ หลายอนุภาค ได้แก่การบรรยายเหตุการณ์เล่าเรื่องผะเหวดสันดร กัณฑ์หิมพานต์ ทานกัณฑ์ กัณฑ์ชูชก กัณฑ์มัทรี นครกัณฑ์กัณฑ์เพิ่มคือ พระพุทธรูปหรือพระมัลลย์โปรดสัตว์นรก กัณฑ์ที่มีหลายอนุภาคเหตุการณ์คือ 3 - 7 อนุภาคคือ กัณฑ์มหาพรต ความหลายอนุภาคของกัณฑ์นี้ส่งผลต่อการตีความแก่นหลักของเรื่องผะเหวดสันดร ภาพประกอบด้วยชูชกนำสองกุมารหลงทางสู่กรุงสีพี พระเจ้ากรุงสุยชัยไถ่ตัวหลานทั้งสองจากชูชก ชูชกบริโภคอาหารจำนวนเจ็ดอย่าง อย่างละเจ็ดหม้อ ชูชกธาตุไฟแตกตาย พระสงฆ์ เณร อำมาตย์ชาวบ้าน ทำพิธีสังสากนหรือเผาศพชูชก ชาวบ้านฉลองเล่นรื่นเริงในงานศพชูชก ภาพลักษณะของชูชกในกัณฑ์นี้เป็นสัญลักษณ์ของความอุดมสมบูรณ์ ความมั่งมี ไม่อดอยาก ไม่ได้ตายเพราะทุกข์ แต่ตายเพราะเสพสุขอย่างมโหฬาร จึงมีผู้ศรัทธาบูชาหรือเชิญชูชก เพื่อหวังผลความมั่งมีร่ำรวยเป็นสุข

เมื่อพิจารณาภาพผะเหวดม้วนยาวแบบสองมิติแบบ ๆ แนวจารีต ช่างวาดได้เพิ่มเติมเรื่องราว ซึ่งเป็นคติความเชื่อและเป็นวิถีจริยธรรม ที่เป็นบรรทัดฐานสำคัญของชีวิตประจำวัน คือเรื่องการลงโทษคนชั่ว การให้รางวัลคนดี และได้แสดงความเชื่อมั่นในบารมีของพระพุทธเจ้า บารมีของพระอรหันต์คือพระมัลลย์ ซึ่งเป็นศาสนบุคคลในประเพณีท้องถิ่น นับได้ว่าชุมชนท้องถิ่นที่เป็นเจ้าของผ้าผะเหวดสามารถประกอบสร้างทั้งพุทธศิลป์ คือ ภาพวาดในผ้าขนาดใหญ่ และสามารถต่อเติมวรรณศิลป์ที่เป็นเรื่องเล่าตามคตินิยมของชุมชน โดยไม่ติดกรอบประเพณีบุญผะเหวดแบบวัฒนธรรมหลวง นอกจากนี้ภาพวาดบางผืน มีการผนวกกัณฑ์และตัดตอนบางกัณฑ์ เช่น ผนวกกัณฑ์จุลพนกับมหาพน หรือตัดตอนกัณฑ์วนปเวศน์และสักตีกัณฑ์ การเรียงร้อยเรื่องแบบนี้คล้ายกับการเทศน์ผะเหวดในปัจจุบัน ที่รวบรัดตัดตอนเนื้อเรื่องเพื่อประหยัดเวลาให้การทำบุญผะเหวดให้เสร็จโดยเร็วเพราะต้องการเวลาไปทำงานอื่นในชีวิตประจำวัน และผู้ฟังเทศน์มี

ศรัทธาอันน้อยลง การทำบุญเป็นไปเพื่อสืบทอดประเพณีฮีตสิบสอง โดยขาดสำนักทางศาสนาอย่างเข้าถึงแก่นแกนของความหมายหรือปรัชญาธรรม (ประตูลืออีสาน, 2564)

ผ้าผะเหวดเป็นศิลปกรรมของชาวบ้าน (Folk Art) ที่มีการประกอบสร้างอย่างต่อเนื่องนับร้อยปี บทบาทหน้าที่สำคัญคือเป็นส่วนหนึ่งของประเพณีบุญผะเหวด หรือบุญมหาชาติ หน้าที่โดยตรงคือ บอกเล่านิทานผะเหวดสังขารผ่านภาพเขียนในหลายลักษณะ เช่น เป็นผ้าศักดิ์สิทธิ์ในพิธีอัญเชิญพระเวทสังขารเข้าเมือง ในชุมชนขนาดใหญ่ ชาวบ้านทุกวัยจะพร้อมใจกันกระทำพิธีอัญเชิญ

กษัตริย์ หรือหกกษัตริย์ คือ พระเวทสังขาร นางมัทรี กัณหา ชาลี นางผุสดี พระเจ้าสุริยชัย จากเขาคีรี วงกต ซึ่งเป็นป่าเข้าสู่เมืองคือ กรุงลพบุรี (หรือวัดในหมู่บ้าน) ชุมชนชาวนา ที่พระภิกษุและผู้สูงอายุเข้มแข็ง บรรยายภาศตอนแก่พระเวทสังขารเข้าเมืองจะสนุก และชาวบ้านรวมกลุ่มแสดงความสามัคคีอย่างเข้มแข็ง โดยเชื่อว่าการเกษตรกรรมจะได้ผลดีข้าวปลาอาหารสมบูรณ์ แต่ในชุมชนเมืองที่ผู้คนค้าขายและรับราชการการแห่ผ้าผะเหวดไม่มีความหมาย ไม่มีความสำคัญ บางแห่งตัดพิธีแห่ผ้าผะเหวดออกไป โดยให้เหตุผลว่าเสียเวลา ต้องทำงานอื่น บทบาททางสังคมของผ้าผะเหวดจึงลดลง นอกจากนี้ หากวัดสร้างศาลาการเปรียญขนาดใหญ่จะวาดจิตรกรรมฝาผนังเรื่อง ผะเหวดสังขารไว้รอบศาลา ผ้าผะเหวดจึงหมดบทบาทด้านการประดับตกแต่งซึ่งเป็นประโยชน์ใช้สอยสำคัญอีกประการหนึ่ง เยาวชนรุ่นลูกหลานจึงขาดโอกาสได้เห็น ได้สัมผัสกับผ้าผะเหวดในพิธีอัญเชิญกษัตริย์เข้าเมือง ซึ่งเป็นการแสดงบทบาทสมมติที่ชาวบ้านเป็นผู้แสดงร่วมกัน ด้วยศรัทธาและเชื่อมั่นในผลบุญ เมื่อขาดพิธี ความคิดมุมมองที่มีต่อผ้าผะเหวดจึงเปลี่ยนไปเช่น ศรัทธาอันน้อยลง ความเชื่อมั่นในอานิสงส์ของการฟังเทศน์ให้ครบสิบสามกัณฑ์แล้วได้ขึ้นสวรรค์ ก็สั่นคลอน คงเหลือเฉพาะผู้มีอายุมากที่ฟังธรรม ในชุมชนขนาดเล็กบางวัดมีพระภิกษุเพียงรูปเดียวความต่อเนื่องของประเพณีและการทำบุญให้ครบทุกขั้นตอนแทบเป็นไปไม่ได้ ขั้นตอนที่ถูกตัดออกคือการแห่ผ้าและการเทศน์ธรรมแบบครบถ้วนมีคุณธรรม การทำบุญเปลี่ยนแปลงจากการทำบุญเพื่อฟังธรรม เป็นการทำให้ทานที่เน้นการบริจาคให้บรรพบุรุษที่ล่วงลับแล้ว เสี่ยงการเทศน์แถมสมภารคือ ประกาศยกย่องให้พรผู้บริจาคเงินดังกลบเสียงเทศน์ผะเหวด จนแทบไม่ได้ยินเสียงเทศน์ผะเหวดส่งผลให้ตัวบทหรือคัมภีร์ผะเหวดขาดการสื่อสารไปยังชาวบ้าน การกล่อมเกลางานพิธีธรรมด้วยนิทานผะเหวดจึงลดทอนไม่ถูกผลิตซ้ำในด้านการรับสาร

การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ วิธีการเขียนภาพผะเหวด วิธีการเขียนในจารีตเดิม ใช้การวาดภาพลายเส้นแล้วระบายสีน้ำ ผู้วาดต้องอ่านนิทานผะเหวดสังขารให้จบ ให้เข้าใจเป็นอะไร ฉากส่วนใหญ่จะเป็นสีเขียวของต้นไม้แซมแทรกในทุกบริบท ไม่ว่าจะเป็นเมือง เป็นบ้านเป็นป่า โดยพื้นที่ป่ามีต้นไม้ นก ช้าง กวาง สัตว์ป่าและสัตว์น้ำมีมากกว่าพื้นที่อื่น ๆ อย่างไรก็ตามภาพวาดแบบเก่าที่เป็นสองมิติ ฉากที่เป็นพื้นที่ธรรมชาติมีมากกว่ารูปตัวละครในทุกกัณฑ์ ส่วนภาพวาดยุคหลัง ที่เป็นภาพสามมิติจะมีเฉพาะรูปตัวละคร ไม่มีฉาก จึงขาดพื้นที่สีเขียวและพื้นที่ทางวัฒนธรรม ชาติมิติที่ผสานกลมกลืนระหว่างฉากและรูป รูปตัวละครแข็งทื่อไม่สร้างความรู้สึกรื่นเริงสุนทรีย์ภาพ และภาพไม่สอดคล้องกับตัวบททางวรรณกรรม เป็นพุทธพาณิชย์ที่มีความง่ายแต่ไม่งามภาพวาดถูกลดทอนความศักดิ์สิทธิ์ลง แนวนโน้มนในอนาคตภาพวาดผ้าผะเหวดอาจเป็นเพียงภาพอดีตที่เก่าแก่ ทชุดโทรมตามเวลา สำนักของกลุ่มชาติพันธุ์ทางพุทธศาสนาในหมู่บ้านรุ่นใหม่อาจเลือนลาง ขาดความสืบเนื่องกับประเพณีบุญผะเหวด โดยเชื่อว่า พ.ศ. 2550 เป็นกึ่งพุทธกาลที่พยากรณ์ว่า พุทธศาสนาจะสิ้นสุดเมื่อมีอายุครบ 5000 ปี (ประตูลืออีสาน, 2564)

จะเห็นได้ว่า ผ้าผะเหวด ตามสำเนียงเสียงอีสาน คำว่า “ผะเหวด” มาจากคำว่า “พระเวส” หมายถึง พระเวสสังขาร งานบุญผะเหวดเป็น 1 ในประเพณี 12 เดือน หรือฮีตสิบสอง ผ้าผะเหวด คือ ผ้าผืนยาวเขียนภาพเล่าเรื่องพระเวสสังขารเพื่อใช้แห่ในงานบุญพระเวส ซึ่งสมมติว่าเป็นการแห่พระเวสสังขารเข้าเมือง สมัยก่อนช่างแต้มรูปมักเป็นช่างพื้นบ้าน จึงใช้สีสันทันดินแบบธรรมชาติ ไม่เคร่งครัดเรื่องสัดส่วนของรูปร่างคน สัตว์ วัตถุสิ่งของมากนัก ตามคติความเชื่อของชาวอีสาน ผู้ใดฟังเทศน์เรื่องพระเวสสังขารจบทั้ง 13 กัณฑ์ ภายในการเทศน์ครั้งเดียวและภายในวันเดียว จะได้เกิดร่วมชาติภพกับพระศรีอริยเมตไตรย

2. สัญลักษณ์ประเพณีการแห่ผ้าผะเหวด

การได้ร่วมประเพณีแห่ผ้าผะเหวด คนอีสานถือว่า เป็นสัญลักษณ์ ของการจะได้บุญกุศลอันยิ่งใหญ่ แม้จะโลกนี้ไปแล้วก็จะได้ขึ้นสวรรค์และจะได้พบกับพระศรีอริยเมตไตรย อีกอย่างหนึ่ง ชาวอีสานมีความเชื่อว่าเป็นการอัญเชิญพระเวสสังขารเข้าสู่เมือง เพราะในชาดกกล่าวไว้ว่า ในกาลที่กษัตริย์ทั้งหลาย คือ พระราชา พระเทวี พระโอรส พระสนธิสา

และพระนัดดาทั้งหลาย มาประชุมพร้อมกันแล้ว ก็ได้เกิดอัศจรรย์น่าขนพองสยองเกล้า ประชาชนผู้ทั้งปวงมาพร้อมใจกัน ประนมมือถวายบังคมพระมหากษัตริย์ ร้องไห้วอนพระเวสสันดรและพระนางมัทรีในป่าอันน่าสะพรึงกลัวว่า ขอพระองค์ทรงเป็นพระราชผู้เป็นใหญ่แห่งข้าพระองค์ทั้งหลายเถิดเมื่อพระเวสสันดรผู้ทรงพระราชทานทรัพย์เสด็จมาถึงแล้ว ชาวชนบทและชาวนิคมต่างก็โบกผ้าสะบัดไปมา พระองค์รับสั่งให้นำกลอนนันทิเกรีไปตีประกาศในพระนคร และรับสั่งให้ประกาศปลดปล่อยสัตว์ทั้งปวงจากเครื่องพันธนาการ (ช.ช. (ไทย) 28/2438-2440/554-560)

ดังนั้น ประเพณีแห่ผ้าผะเหวด ชาวอีสานถือว่าเป็นสัญลักษณ์ของการอัญเชิญพระเวสสันดรเข้าเมือง และเป็น การเล่าเรื่องประวัติความเป็นมาของพระเวสสันดร ด้วยการเขียนเป็นรูปภาพลงบนผ้าผะเหวด ทำให้ทราบความเป็นมาของพระเวสสันดร พร้อมกันนี้ก็เป็น การได้ทำบุญใหญ่เป็นมหากุศลของชาวอีสานอีกด้วย

ผ้าผะเหวด : สัญลักษณ์ประเพณีชาวพุทธอีสาน

ผ้าผะเหวดแบบม้วนยาวในการศึกษาครั้งนี้มีขนาดกว้างประมาณ 1 เมตร และมีขนาดยาวประมาณ 13-31 เมตร การวาดภาพจะวาดเป็นช่องตามแนวนอน ผ้าผะเหวดขนาดสั้นที่สุดมีพื้นที่ประมาณ 13 ช่อง ขนาดยาวที่สุดประมาณ 18 ช่อง แต่ละช่องความยาวไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับเหตุการณ์ที่บรรจุอยู่ในแต่ละช่อง หนึ่งเหตุการณ์เรียกว่าหนึ่งอนุภาค ภาพวาดที่เป็นภาพสามมิติจะวาดเต็มกรอบภาพเป็นภาพขนาด 6 นิ้วขึ้นไป ประกอบด้วยภาพวาดทั้งหมด 13 ช่องหรือ 13 กัณฑ์ ภาพวาดที่เป็นภาพสองมิติแบบ ๗ วาดหลายอนุภาคในหนึ่งกรอบภาพวาดเต็มพื้นที่เต็มโครงสร้างขนาดภาพทั้งคนทั้งสิ่งมีชีวิตทั้งมนุษย์และสิ่งของมีขนาดเล็กประมาณ 2 นิ้ว ภาพแนวนี้นี้เป็นฝีมือของช่างพื้นบ้าน มีลักษณะคล้ายภาพวาดลายเส้นแบบโบราณที่ปรากฏในฝาผนังถ้ำและที่หน้าผาโดยทั่วไปเชื่อว่าเป็นภาพเขียนก่อนประวัติศาสตร์ โครงสร้างของนิทาน ผะเหวดสันดรเขียนเป็นโครงสร้างนิทานหรือไวยากรณ์นิทานได้ดังนี้

แบบที่ 1 เป็นโครงสร้างนิทานที่ยาวที่สุดประกอบด้วย 1) พระมัลลย์รับดอกบัวบูชา + พระมัลลย์และพระอินทร์นำดอกบัวบูชาพระธาตุเกศเกล้าจุฬามณี + พระพุทธองค์โปรดพระญาติพระวงศ์+เทศน์สังกาส + นิทานผะเหวดสันดร + พระมัลลย์หรือพระพุทธองค์เสด็จโปรดสัตว์นรก

แบบที่ 2 พระมัลลย์และพระอินทร์นำดอกบัวบูชาพระธาตุเกศเกล้าจุฬามณี+นิทานผะเหวดสันดร

แบบที่ 3 นิทานผะเหวดสันดร

โครงสร้างของนิทานคืออะไร อธิบายว่า หมายถึงสิ่งที่กำหนดความเป็นนิทานแต่ละประเภท ซึ่งประกอบด้วยพฤติกรรมหลักของตัวละครที่นำมาเรียงร้อยต่อกันอย่างมีระบบสัมพันธ์กัน การศึกษาโครงสร้างของนิทานวางอยู่บนความเชื่อที่ว่านิทานในแต่ละวัฒนธรรมมีกฎในการดำเนินเรื่องของตนเอง เช่นเดียวกับที่ภาษาแต่ละภาษามีไวยากรณ์เป็นของตนเอง โครงสร้างของนิทานจะสะท้อนความคิดระบบคิดและวัฒนธรรมของเจ้าของนิทาน (ศิริพร ณ กลาง, 2551)

เมื่อพิจารณาโครงสร้างนิทานในผ้าผะเหวดแบบที่ยาวที่สุด ความคิดที่กำกับเนื้อหาของนิทาน คือความคิดเรื่องนรกภูมิ มนุสสภูมิ สวรรค์ภูมิ อันได้รับอิทธิพลจากไตรภูมิพระร่วง ภาพวาดตอนต้นเรื่องส่วนที่เป็นปรารภเหตุการณ์เล่า นิทานผะเหวดสันดร พระมัลลย์และพระพุทธเจ้าเป็นตัวแทนของพุทธศาสนามีสถานภาพสูงส่งกว่าพระอินทร์และเทวดาบนสวรรค์ แม้ตอนจบในนรกภูมิพระมัลลย์และพระอินทร์ก็มีสถานภาพเทียบเท่าเทพเจ้าผู้ปลดปล่อยบาปและความทุกข์ให้กับผู้ทำผิดในโลกมนุษย์ โครงสร้างนิทานที่กำกับภาพวาดผ้าผะเหวดคือความเชื่อเรื่องสวรรค์ภูมิ มนุสสภูมิและนรกภูมิ นิทานเรื่องผะเหวดสันดรประกอบด้วยอนุภาคย่อยที่เสนอตัวอย่างพฤติกรรมที่น่าสู่สวรรค์ภูมิและนรกภูมิ เป็นแก่นแกนของเรื่องซึ่งไม่ตรงกับแก่นเรื่องในตัวหลายลักษณะด้านวรรณกรรม และด้านกลอนเทศน์ผะเหวดที่มุ่งเน้นนิพพานหรือการหลุดพ้น ความแตกต่างของแก่นเรื่องแสดงว่าการเขียนภาพผะเหวดของแต่ละชุมชน

โครงสร้างนิทานแนวนี้นี้แสดงความเชื่อว่าการทำบุญ การบำเพ็ญปรมาตถทานหรือมหาทานเป็นปัจจัยนำไปสู่สวรรค์ ภาพวาดวิธีนี้ไม่กล่าวถึงนรกภูมิ ขนาดของภาพเน้นตัวละครโดยวาดเป็นภาพขนาดใหญ่แสดงพฤติกรรมและเล่าเรื่องราว แต่ภาพไม่สร้างความรู้สึกไม่สร้างจินตนาการ ภาพวาดมีลักษณะแข็งทื่อเช่นเดียวกับโครงสร้างของภาพวาดแนวที่สามที่ไม่กล่าวถึงสวรรค์และนรก บอกเล่าเรื่องราวเฉพาะนิทานผะเหวดสันดรเท่านั้น เป็นการวาดโดยประหยัต์วัสดุเพื่อวางจำหน่ายโดยเฉพาะ ผู้วาดดูเหมือนขาดศรัทธาในการสร้างงานในหนึ่งภาพจะบรรจุเหตุการณ์หนึ่งอนุภาคเท่านั้น การวาดแนวนี้นี้คล้ายกับการวาดจิตรกรรมฝาผนังประดับรอบศาลาโรงธรรม ซึ่งมีขนาดกว้างยาวใหญ่และมุ่งสอนพุทธศาสนา

หลายเรื่องมีทั้งศาสนบุคคล ศาสนวัตถุ ศาสนธรรม ประตัรบอบศาลาโรงธรรม โครงสร้างเฉพาะนิทานพะเวดสื่อความคิดเรื่องอนิจลักษณะเปลี่ยนแปลงของชีวิตและการให้ทานไมยิตติดในทรัพย์สินทั้งปวง

เมื่อพิจารณาภาพพะเวดม้วนยาวแบบสองมิติแบบ ๆ แนวจาริต ช่างวาดได้เพิ่มเติมเรื่องราวซึ่งเป็นคติความเชื่อและเป็นวิถีจริยธรรมที่เป็นบรรทัดฐานสำคัญของชีวิตประจำวัน คือเรื่องการลงโทษคนชั่วการให้รางวัลคนดีและได้แสดงความเชื่อมั่นในบารมีของพระพุทธเจ้าบารมีของพระอรหันต์คือพระมาลัย ซึ่งเป็นศาสนบุคคลในประเพณีท้องถิ่น นับได้ว่าชุมชนท้องถิ่นที่เป็นเจ้าของผ้าพะเวดสามารถประกอบสร้างทั้งพุทธศิลป์คือภาพวาดในผ้าขนายยาว ๆ และสามารถต่อเติมวรรณศิลป์ที่เป็นเรื่องเล่าตามคตินิยมของชุมชนโดยไม่ติดกรอบประเพณีบุญพะเวดแบบวัฒนธรรมหลวง นอกจากนี้ภาพวาดบางผืนมีการผนวกกันและตัดทอนบางกัณฑ์ เช่นผนวกกัณฑ์จุลพนกับมหาพน หรือตัดทอนกัณฑ์ทวนปเวศน์และลักตักกัณฑ์ การเรียงร้อยเรื่องแบบนี้คล้ายกับการเทศน์พะเวดในปัจจุบัน ที่รวบรัดตัดตอนเนื้อเรื่องเพื่อประหยัดเวลาให้การทำบุญพะเวดให้เสร็จโดยเร็ว เพราะต้องการเวลาไปทำงานอื่นในชีวิตประจำวัน และผู้ฟังเทศน์มีศรัทธาอันน้อยลงการทำบุญเป็นไปเพื่อสืบทอดประเพณีฮีตสิบสองโดยขาดสำนึกทางศาสนาอย่างเข้าถึงแก่นแกนของความหมายหรือปรัชญาธรรม

ผ้าพะเวด จึงเป็นการแสดงบรรทัดฐานทางสังคมคือแบบแผนพฤติกรรมที่เป็นมาตรฐานของสังคม มีไว้เพื่อแก้ปัญหาพื้นฐานของสังคมและมีหน้าที่ทำให้สังคมคงสภาพอยู่ได้ ภาพวาดนิทานพะเวดสันตรแสดงบรรทัดฐานทางสังคมผ่านจาริต (More) และวิถีชีวิตชาวบ้าน (Folkway) จาริตเป็นบรรทัดฐานทางสังคมที่มีความสำคัญมาก ผู้ที่ไม่ทำตามจะมีผลกระทบต่อสังคมจึงมีข้อห้ามต่าง ๆ มากมาย ในภาพพะเวดตอนมาลัยหมื่นมาลัยแสนและพระมาลัยโปรดสัตว์นรก มีภาพแสดงการห้ามฆ่าคนห้ามฆ่าสัตว์ ห้ามทารุณกัน ห้ามลักขโมย ห้ามประพฤติผิดประเวณี ผู้ทำผิดข้อห้ามเหล่านี้คือผิดศีลห้า ซึ่งเป็นธรรมขั้นพื้นฐานของพุทธศาสนา ผู้ทำผิดจาริตเมื่อตายแล้วมีโทษรุนแรง กลายเป็นเปรตตกนรกถูกทรมานให้เจ็บปวดทุกข์ทรมาน เช่นเอน้ำร้อนกรอกปาก ถูกสุนัขขุดรุมกัด ถูกคมหอกคมดาบทิ่มแทง ถูกเหยี่ยวถูกแร้งถูกกาใช้จงอยปากแหลมคมจิกตี ถูกคมหนามจี้ทิ่มแทง ภาพวาดบางชุดแสดงปัญหาหลักขโมยและอาชญากรรมในชุมชน เช่น การฆ่าช้างเองา การฆ่าสุนัขเอาฟัน การขโมยพืชผักสวนครัว ข้อห้ามเหล่านี้เป็นการขู่ด้วยภาพ เป็นบทลงโทษที่รุนแรงและเป็นภาพที่ขำขันมาก ยกเว้นภาพที่มีจุดมุ่งหมายวาดเพื่อขายจะตัดทอนคำสอนนอกเรื่องนิทานพะเวดสันตรออก ส่งผลต่อแก่นเรื่องที่ขาดหายไป ส่วนวิถีชาวบ้านที่แสดงผ่านเรื่องคือ วิถีชีวิตของผู้หญิงในการเลือกสามีที่ไม่เหมาะสม หรือวิถีชีวิตของผู้หญิงที่ถูกเลือกไม่อาจเป็นฝ่ายเลือกได้ เช่นนางอมิตดาผู้มีสามีแก่อัปลักษณ์ เป็นการทำผิดวิถีชาวบ้าน จึงถูกลงโทษด้วยการนิทานว่าถูกทุบตี ไม่คบหาสมาคม ซึ่งข้อห้ามเช่นนี้ชุมชนมีไว้เพื่อวางกรอบพฤติกรรมของคน

ภาพวาดกัณฑ์ต้น ๆ เป็นความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับเทพบนสวรรค์ คือพระมาลัยและพระพุทธองค์กับพระอินทร์และเทพบริวารอันได้แก่เทพบุตรเทพธิดา ความหมายโดยตรงคือการปรารภเหตุการณ์เล่านิทานพะเวดสันตรว่าหากฟังเทศน์เรื่องนี้จบภายในหนึ่งวันผู้ฟังจะได้ไปสวรรค์ ส่วนความหมายที่แฝงอยู่คืออำนาจหรือบารมีของพระอรหันต์และพระพุทธเจ้าสูงส่งเทียมเท่าเทพในศาสนาพราหมณ์คือพระอินทร์ นับเป็นการสร้างความเชื่อใหม่ซึ่งทำให้คติความเชื่อเดิมหมดคุณค่าหรืออ่อนตัวลง เช่นเดียวกับพฤติกรรมที่พราหมณ์เมืองกลิงคราษฎร์ พราหมณ์ชุกพราหมณ์แปลงขอช้างขอม้าขอรถขอโอรสธิดาขอเมสเส ความหมายโดยตรงเป็นการสร้างทานบารมีของพะเวดสันตร แต่ความหมายแฝงที่ซ่อนอยู่เหมือนการเล่นซ่อนหา คือการสร้างกษัตริย์ธรรมาภิบาลที่ยอมรับการเปลี่ยนทุนเปลี่ยนอำนาจให้ประชาชนและขุนนางหากทาผิดฮิตบ้านคลองเมืองตามความเห็นของประชาชน อามาตย์และขุนนาง

ส่วนตัวละครผู้หญิงได้แก่นางผุสดี นางมัทรี นางอมิตดา นางพราหมณ์ เมื่อตีความหมายโดยตรงคือผู้คนที่เกิดมาไม่ได้มีอิสระชีวิตเป็นสมบัติของผู้อื่น คือเป็นสมบัติของผู้ชายที่เป็นพ่อและสามีด้วยกฎเกณฑ์ของสังคมที่ผู้ชายเป็นฝ่ายได้แต่ผู้หญิงเป็นฝ่ายเสีย หากค้นหาความหมายแฝงที่ซ่อนอยู่พฤติกรรมของผู้หญิงมีลักษณะล้อเลียนประชดประชันค่านิยมที่ปลูกฝังในสังคมที่ไม่มีใครลุกขึ้นมาคัดค้าน เช่นการเสพยาสุในเรือนร่างทั้งดงามราวเทพสร้างของผู้หญิงคือ ตาตาสนิท ขนคิ้วตาสนิท หน้าท้องแบนราบ นมเต่งตึง ผมไม่หงอก สืบเผ่าพันธุ์มีทายาทที่มีชื่อเสียง สามารถช่วยนักโทษประหารได้และเป็นเมสเสของพระราชานอกจากนี้มีการล้อเลียนอำนาจของผู้ชายในครัวเรือนที่ครอบงำผู้หญิงด้วยการลุกขึ้นมาต่อรองเพื่อเปลี่ยนแปลงอำนาจของผู้ชายที่กดขี่บังคับกายใจของผู้หญิง ความหมายของสัญลักษณ์ที่ตัวละครสื่อ

ความหมายสัญลักษณ์จึงมีทั้งความหมายที่เป็นเรื่องราวของนิทาน และความหมายที่เป็นระบบสังคมวัฒนธรรมที่แฝงอยู่ โดยความหมายเป็นกลไกของการสื่อสารและการต่อสู้ทางสังคม

ดังนั้น ผ้าผะเหวดจึงเป็นสิ่งที่แสดงความหมายสัญลักษณ์ในคัมภีร์ทางพระพุทธศาสนาของตัวละคร นิทานผะเหวดสันตรมีกระบวนการสื่อสารหลายรูปแบบ เช่นการเทศน์เสียงเดี่ยว การเทศน์หลายธรรมาสัน การประกอบพิธีอัญเชิญพระเวทสันตริเข้าเมือง การเล่าด้วยภาพวาดผ้ายาวซึ่งคล้ายภาพยนตร์มีทั้งภาพมีทั้งเพลง (เทศน์แหล่) มีการกระทำ ทั้งเสียง ทั้งเรื่อง ทั้งภาพวาด สามารถสื่อความหมายหลายแบบ โดยตัวละครเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงมุมมองต่อระบบสังคม วัฒนธรรม ตัวละครเป็นรูปสัญลักษณ์ที่แสดงความหมายสัญลักษณ์

บทสรุป

ผ้าผะเหวดไม่ใช่แค่เครื่องประดับที่ใช้ในงานประเพณี ที่ตกแต่งให้ดูสวยงามเพียงเท่านั้น แต่ยังมีแนวคิด และกุศโลบายที่แยบยล ที่ทำให้ผู้คนที่มาร่วมงานพิธีอันศักดิ์สิทธิ์ ได้รับรู้ในคำสอนของพระพุทธเจ้า ที่ทรงแฝงหลักธรรมคำสอนไว้ในรูปทรงและสีสันที่อยู่ในผ้าผะเหวด การร้อยเรียงของศิลปะ ล้วนมีกุศโลบายคำสอนที่แฝงอยู่เป็นจำนวนมาก ตามลักษณะของรูปทรงเปรียบได้กับหลักธรรมคำสอนของพระพุทธองค์ แนวทางในการปฏิบัติ หรือแนวทางการดำเนินชีวิต อันจะนำไปสู่ทางแห่งความพ้นทุกข์ความดับทุกข์

ผ้าผะเหวด : สัญลักษณ์ประเพณีชาวพุทธอีสาน เป็นการนำเสนอหลักการดำเนินชีวิตตามทางสายกลาง คือ เป็นจริยธรรมอันประเสริฐ ย่อได้ 3 ส่วน คือ ศิล สมาธิ ปัญญา ศิล เป็นการพัฒนาความประพฤติ ให้ตั้งอยู่ในระเบียบวินัย ไม่เบียดเบียนหรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนเสียหาย อยู่ร่วมกับผู้อื่นได้ด้วยดีซึ่งจะทำให้ตนเองและสังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข สมาธิ เป็นการฝึกอบรมจิตใจให้สงบ มีใจตั้งมั่น จิตแน่วแน่ในอารมณ์ ปัญญา เป็นการฝึกอบรมให้รู้เข้าใจสิ่งทั้งหลายตามเป็นจริง เกิดความรู้แจ้งตามความเป็นจริง (รู้ถึงอนิจจัง-ความไม่เที่ยง ทุกขัง-สภาวะที่ทนยาก)

เอกสารอ้างอิง

ประตุสู่อีสาน. (2564). ผ้าผะเหวด. สืบค้น 19 มีนาคม 2565. จาก <https://www.isangate.com/new/32-art-culture/knowledge/542-pa-pa-wes.html>.

พรหมา พัทธกษ, บรรณาธิการเรียบเรียง. (2557). *นัยแห่งสัญลักษณ์*. กรุงเทพฯ: ต้นธรรม.

พระครูศรีปัญญาวิกรม. (2558). สัญลักษณ์ทางพระพุทธศาสนาในสังคมไทย. *วารสารศิลปศาสตร์ปริทัศน์*, 10(20), 19-30.

พระธรรมธีรราชมหามุนี (โชดก ญาณสิทธิเถร). (2553). *พระมัลลย์ ลงไปโปรดสัตว์นรก*. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: สัมปชัญญะ.

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539). *พระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

ศิริพร ณ ถลาง. (2551). *ทฤษฎีคติชนวิทยา : วิธีวิทยาในการวิเคราะห์ตำนาน-นิทานพื้นบ้าน*. กรุงเทพฯ: โครงการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุริยา สมุทคุปดี และ พัฒนา กิตติ. (2536). *ฮัตบ้านคลองเมือง*. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒน์นี้เป็นปีที่ 4 ฉบับที่ 3 หลังจากได้รับการพิจารณาจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) ให้อยู่ในกลุ่ม 2 กองบรรณาธิการได้ขออนุญาตปรับวารสารจากปีละ 2 ฉบับเป็น 4 ฉบับต่อปี โดยเริ่มจากฉบับ กรกฎาคม-กันยายน 2565 เป็นต้นไป

1. การจัดเตรียมต้นฉบับบทความ

ต้นฉบับบทความจะต้องเป็นบทความที่พิมพ์ด้วยโปรแกรม Microsoft word ตัวอักษร EucrosiaUPC ตั้งค่าน้ำกระดาษขนาด A4 โดยให้ห่างจากขอบบน 1 นิ้ว ขอบล่าง 1 นิ้ว เซนติเมตร ขอบซ้าย 1 นิ้ว และขอบขวา 1 นิ้ว และระยะห่างระหว่างบรรทัดเท่ากับ 1.08 โดยส่วนประกอบหลักต้องประกอบด้วย

- 1) ชื่อเรื่องภาษาไทย (ตัวหนา ขนาด 18) และ ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษตัวพิมพ์ใหญ่ (ตัวหนา ขนาด 16) จัดชิดซ้าย
- 2) ชื่อผู้นิพนธ์บทความภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ (ตัวอักษรขนาด 14) เว้นระยะห่าง 1.08 บรรทัดจากชื่อเรื่องลงมา จัดชิดซ้าย
- 3) บทคัดย่อภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ (ตัวอักษรขนาด 16) จัดให้อยู่ในกรอบที่เทมเพลตวารสารจัดไว้เท่านั้น โดยไม่เกิน 350 คำ
- 4) คำสำคัญภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ ให้มี 3-5 คำ และจัดอยู่ในส่วนที่วารสารกำหนดไว้ในเทมเพลตของวารสาร
- 5) เนื้อหา การเรียงหัวข้อ หัวข้อใหญ่สุด ให้พิมพ์ชิดขอบด้านซ้าย หัวข้อย่อยเว้นห่างจาก หัวข้อใหญ่ 3-5 ตัวอักษร และหัวข้อย่อยขนาดเดียวกัน ต้องพิมพ์ให้ตรงกัน เมื่อขึ้นหัวข้อใหญ่ ให้เว้นระยะห่าง 1 บรรทัด
- 6) การใช้ตัวเลข คำย่อ และวงเล็บ ควรใช้ตัวเลขอารบิกทั้งหมด ใช้คำย่อที่เป็นสากลเท่านั้น (ระบุคำเต็มไว้ในครั้งแรก) การวงเล็บภาษาอังกฤษ ควรใช้ดังนี้ (Student centred learning)
- 7) เอกสารอ้างอิง ใช้รูปแบบการอ้างอิงในเนื้อเรื่องและท้ายเล่มใช้วิธีการอ้างอิงระบบนาม – ปี ตามรูปแบบของ American Psychological Association (APA 6th edition)

ในการจัดเตรียมต้นฉบับบทความ ให้ผู้นิพนธ์จัดเตรียมต้นฉบับบทความซึ่งจะต้องมีส่วนประกอบตามประเภทต่าง ๆ ของบทความเรียงลำดับดังนี้

1.1 บทความวิจัย

บทความวิจัยคือบทความที่ได้จากการทำวิจัยในสาขาวิชาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับขอบข่ายเนื้อหาที่ทางวารสารเปิดรับ ซึ่งบทความวิจัยจะต้องประกอบด้วยส่วนประกอบเรียงลำดับดังนี้

- 1) ชื่อเรื่อง ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ
- 2) ชื่อผู้แต่งและสังกัด ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ
- 3) บทคัดย่อ ความยาวไม่เกิน 350 คำ
- 4) คำสำคัญ 3-5 คำ
- 5) บทนำ เป็นส่วนของที่มาและความสำคัญของปัญหาการวิจัย ในส่วนนี้จะต้องเขียนแสดงการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเข้ามาในส่วนเดียวกันนี้เลย รวมถึงคำถามของการวิจัยด้วย
- 6) วัตถุประสงค์ของการวิจัย เป็นส่วนเขียนแสดงให้เห็นถึงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย อาจจะเขียนโดยรวมหรือเขียนแยกเป็นข้อ ๆ ก็ได้
- 7) วิธีดำเนินการวิจัย ประกอบด้วยรูปแบบของการวิจัย การดำเนินการวิจัย เครื่องมือในการวิจัย กลุ่มประชากรและตัวอย่าง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ การวิเคราะห์ข้อมูล และการสรุป และในส่วนนี้อาจจะเขียนกรอบแนวคิดของการวิจัยด้วย (ถ้ามี)
- 8) ผลการวิจัย แสดงผลการวิจัยตามที่ผู้วิจัยค้นพบ
- 9) อภิปรายผล เขียนอภิปรายผลการวิจัยให้ละเอียด นำเสนออภิปรายโต้แย้งอย่างลุ่มลึกและครอบคลุม
- 10) องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย ระบุองค์ความรู้อันเป็นผลมาจากการวิจัย การสังเคราะห์ออกมาในลักษณะ แผนภาพ แผนภูมิ หรือผังมโนทัศน์ พร้อมคำอธิบายรูปแบบ/โครงสร้างอย่างกระชับ เข้าใจง่าย
- 11) สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ สรุปผลการวิจัยอย่างครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ และเขียนข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย
- 12) เอกสารอ้างอิง เขียนอ้างอิงท้ายเรื่องตามที่ปรากฏในเนื้อเรื่อง เรียงตามตัวอักษรชื่อผู้แต่ง โดยเอกสารอ้างอิงภาษาไทยจนครบแล้วค่อยตามด้วยเอกสารอ้างอิงภาษาอังกฤษ

1.2 บทความวิชาการและบทความปริทรรศน์

บทความวิชาการคือบทความที่เขียนขึ้นซึ่งได้มาจากประสบการณ์วิจัยอันเป็นเวลายาวนานของผู้วิจัย หรือเป็นบทความที่นำเสนอข้อถกเถียง แนวคิด หรือกรอบการศึกษาใหม่ ๆ ในวงการวิชาการ ส่วนบทความปริทรรศน์คือบทความที่เขียนขึ้นแสดงถึงการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นสำคัญของการ

วิจัยประเด็นใดประเด็นหนึ่งจากอดีตถึงปัจจุบัน รวบรวมแล้วนำเสนอเพื่อนำไปสู่ปัญหาใหม่ในการวิจัย โดยมีส่วนประกอบดังนี้

- 1) ชื่อเรื่อง ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ
- 2) ชื่อผู้แต่งและสังกัด ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ
- 3) บทคัดย่อ ความยาวไม่เกิน 250 คำ
- 4) คำสำคัญ 3-5 คำ
- 5) บทนำ
- 6) เนื้อหา แสดงสาระสำคัญที่ต้องการนำเสนอตามลำดับ
- 7) บทสรุป
- 8) เอกสารอ้างอิง เขียนอ้างอิงท้ายเรื่องตามที่ปรากฏในเนื้อเรื่อง เรียงตามตัวอักษรชื่อผู้แต่ง โดยเอกสารอ้างอิงภาษาไทยจนครบแล้วค่อยตามด้วยเอกสารอ้างอิงภาษาอังกฤษ

1.3 บทวิจารณ์หนังสือ

เป็นการแนะนำหนังสือที่น่าสนใจ ทั้งนี้จะต้องแสดงจุดเด่น จุดด้อย และข้อเสนอแนะต่อหนังสือที่นำมาวิจารณ์ ส่วนประกอบมีดังนี้คือ

- 1) ชื่อเรื่อง ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ
- 2) ชื่อผู้วิจารณ์และสังกัด ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ
- 3) เนื้อหา แสดงสาระสำคัญที่ต้องการนำเสนอตามลำดับ
- 4) บทสรุป
- 5) เอกสารอ้างอิง

กองบรรณาธิการจะพิจารณาบทความเบื้องต้น เกี่ยวกับความถูกต้องของรูปแบบทั่วไป ถ้าไม่ผ่านการพิจารณาจะส่งกลับไปแก้ไข ถ้าผ่านจะเข้าสู่การพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิเมื่อผลการประเมินผ่านหรือไม่ผ่านหรือมีการแก้ไข จะแจ้งผลให้ผู้เขียนทราบ โดยการพิจารณาบทความเพื่อลงตีพิมพ์ได้จะคำนึงถึงความหลากหลายและความเหมาะสม

2. ระบบการอ้างอิงและเอกสารอ้างอิงทางวิชาการพร้อมตัวอย่างประกอบ

เอกสารที่นำมาอ้างอิงควรได้มาจากแหล่งที่มีการตีพิมพ์ชัดเจน อาจเป็นวารสาร หนังสือหรือข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตทั้งนี้ผู้เขียนบทความต้องเป็นผู้รับผิดชอบต่อความถูกต้องของเอกสารอ้างอิงทั้งหมดก่อนส่งต้นฉบับผู้เขียนบทความควรตรวจสอบถึงความถูกต้อง ของการอ้างอิงเอกสาร เพื่อป้องกันความล่าช้าในการตีพิมพ์บทความ เนื่องจากบทความที่มีการอ้างอิงไม่ถูกต้องจะไม่ได้รับการส่งต่อเพื่อพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิจนกว่าการอ้างอิงเอกสารจะได้รับการแก้ไขให้ถูกต้อง

2.1 การอ้างอิงในเนื้อหาบทความ

รูปแบบการอ้างอิงในเนื้อเรื่องและท้ายเล่มใช้วิธีการอ้างอิงระบบนาม – ปี ตามรูปแบบของ American Psychological Association (APA) ให้ใช้ระบบตัวอักษรโดยใช้วงเล็บ เปิด-ปิด แล้วระบุชื่อ-นามสกุลของผู้เขียนและเลขหน้าของเอกสารที่นำมาอ้างอิง กำกับท้ายเนื้อความที่ได้อ้างอิง เอกสารที่อ้างอิงในบทความจะต้องปรากฏในเอกสารอ้างอิงท้ายบทความทุกรายการ และเจ้าของบทความต้องรับผิดชอบถึงความถูกต้องของเอกสารที่นำมาอ้างอิงทั้งหมด โดยรูปแบบของการอ้างอิงเอกสาร มีดังนี้

อ้างอิงจากเอกสารภาษาไทย

- 1) พระไตรปิฎกและอรรถกถาให้อ้างชื่อคัมภีร์เล่มที่ชื่อเครื่องหมายทวิภาค (:) และเลขหน้าของเอกสารที่นำมาอ้างอิง เช่น (พระไตรปิฎกภาษาไทย/20/12/50), (พระไตรปิฎกพร้อมอรรถกถาแปล/18/100)
- 2) ผู้แต่งหนึ่งคนให้อ้างชื่อผู้แต่งเครื่องหมายจุลภาค (,) ตามด้วยปีที่พิมพ์เครื่องหมายจุลภาค (,) และเลขหน้าของเอกสารที่นำมาอ้างอิง เช่น (เด่นพงษ์ แสนคำ, 2562, น. 20)
- 3) ผู้แต่งสองคนให้อ้างชื่อของผู้แต่งสองคนเครื่องหมายจุลภาค (,) ตามด้วยปีที่พิมพ์เครื่องหมายจุลภาค (,) และเลขหน้าของเอกสารที่นำมาอ้างอิง เช่น (บัวพันธ์ พรหมพักพิง และ สุวิทย์ อธิ์ ศาสวัต, 2563, น. 32) หากมีเอกสารที่นำมาอ้างอิงมากกว่า 1 รายการให้ใช้เครื่องหมายอฒภาค (;) คั่นระหว่างรายการอ้างอิง เช่น (พระพรหมบัณฑิต ประยูรธมฺมจิตโต, 2550, น. 45; ป.อ. ปยุตโต, 2560, น. 52)
- 4) ถ้ามีผู้แต่งมากกว่า 2 คนให้อ้างชื่อของผู้แต่งคนแรกเว้นวรรคหนึ่งครั้งเพิ่มคำว่า “และคณะ” เครื่องหมายจุลภาค (,) และเลขหน้าของเอกสารที่นำมาอ้างอิง เช่น (สังเวียน สาผาง และ คณะ, 2558, น. 36)
- 5) ให้เรียงลำดับการอ้างอิงตามลำดับพยัญชนะตัวแรกของชื่อผู้แต่งเช่นเดียวกับลำดับการอ้างอิงในส่วนเอกสารอ้างอิง

- 6) กรณีอ้างอิงสื่อออนไลน์ อ้างชื่อผู้แต่งเครื่องหมายจุลภาค (,) ตามด้วยปีที่แต่งเครื่องหมายจุลภาค (,) และใส่คำว่า “ออนไลน์” เช่น (หลวงพ่อบราโมทย์ ปาโมชฺโช, 2562, ออนไลน์)

อ้างอิงจากเอกสารภาษาอังกฤษ

- 1) ถ้ามีผู้แต่งหนึ่งคนให้อ้างนามสกุลของผู้แต่ง เครื่องหมายจุลภาค ปีที่พิมพ์ และ หน้า ที่นำมาอ้างอิง เช่น (Rawls, 1999, p. 16)
- 2) ถ้ามีผู้แต่งสองคนให้อ้างนามสกุลของผู้แต่งสองราย เครื่องหมายจุลภาค ปีที่พิมพ์ และหน้า ที่นำมาอ้างอิง เช่น (Barry & Larope, 2010, p. 46) และให้ใช้เครื่องหมาย อฒภาค (;) คั่นกลางระหว่างเอกสารที่นำมาอ้างอิงมากกว่า 1 เอกสาร เช่น (Rawls, 1999, p. 87; Barry & Larope, 2010, p. 78)
- 3) ถ้ามีผู้แต่งมากกว่า 2 คนให้อ้างนามสกุลของผู้แต่งรายแรกตามด้วย et al, ปีที่พิมพ์ และหน้า ที่นำมาอ้างอิง (Rawls et al., 2008, p. 95)

- 4) ให้เรียงลำดับการอ้างอิงชื่อผู้แต่ง
- 5) กรณีอ้างอิงสื่อออนไลน์ อ้างชื่อผู้แต่งเครื่องหมายจุลภาค (,) ตามด้วยปีที่แต่งเครื่องหมายจุลภาค (,) และใส่คำว่า “ออนไลน์” เช่น (Doyle, M. W., 2004, Online)

หลักเกณฑ์ทั่วไปในการพิมพ์รายการสำนักพิมพ์/โรงพิมพ์

กรณีเป็นสำนักพิมพ์หรือบริษัทให้คงไว้เฉพาะชื่อ ดังตัวอย่าง

- 1) บริษัท นานมีบุ๊คส์ จำกัด ใช้ นานมีบุ๊คส์
- 2) สำนักพิมพ์เทียนวรรณ ใช้ เทียนวรรณ
- 3) กรณีที่เป็นโรงพิมพ์ให้ใช้รูปแบบเต็ม เช่น โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

2.2 เอกสารอ้างอิงท้ายบทความ

(1) พระไตรปิฎก อรรถกถา

รูปแบบ :

ผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ ชื่อพระไตรปิฎกอรรถกถา./ สถานที่พิมพ์:/ สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์.

ตัวอย่าง :

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539). พระไตรปิฎกฉบับภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

(2) หนังสือ

รูปแบบ :

ผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ ชื่อหนังสือ./ (ครั้งที่พิมพ์)./ สถานที่พิมพ์:/ สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์.

ตัวอย่าง :

จำนงค์ ทองประเสริฐ. (2516). ประวัติพระพุทธศาสนาในเอเชียอาคเนย์. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: อภิธรรมมูลนิธิมหาธาตุวิทยาลัย.

Coady, D. (2012). *What to believe now: Applying Epistemology to Contemporary Issues*. Oxford: Blackwell.

(3) บทความในหนังสือ

รูปแบบ :

ผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ ชื่อบทความ./ ใน ชื่อบรรณาธิการ (บรรณาธิการ),/ ชื่อเรื่อง./ (เลขหน้าที่ย่าง)./ สถานที่พิมพ์:/ สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์.

ตัวอย่าง :

ดำรง คงเดช. (2560). การสร้างความปรองดองในสังคมไทยด้วยหลักพุทธศาสนา ใน
อนันต์ แจ่มขึ้น (บรรณาธิการ), *ธรรมโอศถกับการเยียวยาสังคม*. (น. 112-
125). กรุงเทพมหานคร: อัมรินทร์.

Greco, J. (1999). Introduction What is Epistemology?. In Greco, J. & Sosa, E.
(Eds.). *The Blackwell Guide to Epistemology*. (pp. 1 – 32) Oxford:
Blackwell.

(4) บทความจากวารสาร

รูปแบบ :

ผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร./ปีที่(ฉบับที่), /เลขหน้าแรก ที่ตีพิมพ์-
เลขหน้าสุดท้ายที่ตีพิมพ์.

ตัวอย่าง :

สมภาร พรหมทา. (2539). มนุษย์กับการแสวงหาความรู้: ข้อเสนอจากพุทธปรัชญาว่า
ด้วยธรรมชาติและบทบาทของความรู้. *วารสารพุทธศาสนศึกษา*, 3(2), 5-28.

Hernon, P. (1995). Disinformation and misinformation through the Internet:
Findings of an exploratory study. *Government Information Quarterly*,
12(2), 133-139.

(5) หนังสือแปล

รูปแบบ :

ผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อเรื่องที่แปล/[ชื่อต้นฉบับ]/(ชื่อผู้แปล, ผู้แปล)./สถานที่พิมพ์:/
สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์.

ตัวอย่าง :

ปาร์กเกอร์, อาร์. บี. (2552). *ศพคนดัง* [High profile] (อิสริยา ชมภูผล, ผู้แปล).
กรุงเทพฯ: นกฮูก พับลิชชิ่ง.

บริกแฮม, อี. เอฟ., และฮุสตัน, เจ. เอฟ. (2544). *การจัดการการเงิน* [Fundamentals
of financial management] (เรจรัก จำปาเงิน, ผู้แปลและเรียบเรียง). (พิมพ์ครั้งที่
2). กรุงเทพฯ: บุ๊คเน็ท.

(6) บทความในสารานุกรม

รูปแบบ :

ผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อบทความ./ใน ชื่อสารานุกรม,/(เล่มที่อ้าง, น. เลขหน้าที่อ้าง)./
สถานที่พิมพ์: /สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์.

ตัวอย่าง :

ไพฑูรย์ นามวิจิต. (2540). ช้าง ม้า วัว ควาย. ใน *สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน*, (น.
200-215). กรุงเทพฯ: เสริมสร้างความรู้.

Landesman, C. (1967). Consciousness. In *The Encyclopedia of Philosophy*, (Vol. 2, pp.191-195).

(7) หนังสือพิมพ์

รูปแบบ :

ผู้แต่ง./ (วันที่ เดือน ปีที่พิมพ์)./ชื่อบทความ./ชื่อหนังสือพิมพ์./เลขหน้า.

ตัวอย่าง :

อเนก พูลทรัพย์. (10 สิงหาคม 2560). ปัญหาการเมืองไทย. *มติชน*, น. 10.

(8) วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

รูปแบบ :

ชื่อผู้เขียน./ (ปีพิมพ์)./ชื่อวิทยานิพนธ์./ (ระดับวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์/หรือการค้นคว้าแบบอิสระ./ชื่อมหาวิทยาลัย)

ตัวอย่าง:

อัญชลี ปิยปัญญาวงศ์. (2547). *มโนทัศน์เรื่องเหตุการณ์อัศจรรย์ของเดวิด ฮูม*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาปรัชญา, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

(9) รายงานการวิจัย

รูปแบบ:

ชื่อผู้เขียน./ (ปีพิมพ์)./ชื่อวิจัย./ (รายงานวิจัย)./สถานที่พิมพ์:/สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง :

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2558). *สถานภาพการประยุกต์ใช้ ICT เพื่อการศึกษาระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานรองรับการปฏิรูปการศึกษาในทศวรรษที่สอง* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.

(10) เอกสารการประชุมทางวิชาการ

รูปแบบ :

ผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อบทความ./ใน/ชื่อบรรณาธิการ (บรรณาธิการ หรือ Ed. หรือ Eds.),/ชื่อการประชุม/(เลขหน้า)./สถานที่พิมพ์:/สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์.

ตัวอย่าง :

นิพนธ์ เขียวขำ และธิดาทิพย์ ปานโรจน์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความเคลื่อนไหวดัชนีราคาหลักทรัพย์ กลุ่มขนส่งและโลจิสติกส์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติ ม.อ. ตรัง วิจัย ประจำปี 2561 สาขาวิชาการบัญชี/การเงิน “วิจัยก้าวใหม่ เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”* (น. 59-68). ตรัง: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง.

Soutar, G., & Mazzarol, T. W. (1995). Gaining competitive advantage in education services exports: Forward integration and strategic alliances in a maturing market. In G. Tower (Ed.), *Proceeding of the Academy of International Business Southeast Asia Regional Conference, Asia Pacific International Business: Regional integration and global competitiveness* (pp. 85-110). Perth: Murdoch University.

(11) สัมภาษณ์

รูปแบบ:

ชื่อผู้ที่ได้รับการสัมภาษณ์./ (ปี)./ตำแหน่ง./สัมภาษณ์./วัน เดือน.

ตัวอย่าง :

พระมหาวสันต์ ญาณเมธี, ดร.. (2558). เจ้าอาวาส วัดศรีศาสตรา. สัมภาษณ์. 5 มีนาคม.

(12) สื่อออนไลน์

รูปแบบ :

ผู้แต่ง./ (ปีที่เผยแพร่)./ชื่อบทความ./สืบค้น วันที่ เดือน ปี./จาก แหล่งที่อยู่ไฟล์
(URL)

ตัวอย่าง :

หลวงพ่อปราโมทย์ ปาโมชโช. (2562). *มิชฌาทิฏฐิ*. สืบค้น 4 สิงหาคม 2563. จาก

<https://www.dhamma.com/download/micchaditthi>.

Doyle, M. W.. (2004). *Liberal Internationalism: Peace, War and Democracy*.

Retrieved 2 September 2013. from

http://www.nobelprize.org/nobel_prizes/themes/peace/doyle/index.html.



แบบขอส่งบทความตีพิมพ์ในวารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒนา

ข้าพเจ้า (ชื่อ – นามสกุล)
ขอส่งบทความเรื่อง (ชื่อภาษาไทย).....

ชื่อ (ภาษาอังกฤษ).....

เป็นบทความประเภท () บทความวิชาการ () บทความวิจัย () บทวิจารณ์หนังสือ
โดยมีผู้ร่วมเขียนดังนี้

- 1.....
- 2.....
- 3.....
- 4.....
- 5.....

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของ งานวิจัย/วิทยานิพนธ์ เรื่อง

ระดับการศึกษา

สถาบัน

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าบทความที่ข้าพเจ้าส่งมาพิจารณาตีพิมพ์ ไม่ได้อยู่ในระหว่างการพิจารณาจากวารสารอื่น และเป็นผลงานที่ไม่ผิดจริยธรรมทางวิชาการ หากมีความผิดพลาดข้าพเจ้าขอถอนการตีพิมพ์โดยไม่มีเงื่อนไขใด ๆ

ลงชื่อ.....ผู้เขียนบทความ

(.....)

...../...../.....