วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒน์

JOURNAL OF SOCIAL SCIENCE PANYAPAT

ISSN 3027-6748 (Online)

ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 เมษายน - มิถุนายน 2569

Vol.8 No.2 April - June 2026



JSSP

Journal of Social Science Panyapat

TCI

ศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย

Thai-Journal Citation Index Centre

วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒน์ (2569) ปีที่ 8 ฉบับที่ 2

JSSP

ISSN: 3027-6748 (Online)

Journal of Social Science Panyapat (2026) Vol.8 No.2

วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒน์

3/1273 ตำบลเมืองเก่า อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น 40000

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

วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒน์

เจ้าของ: ปัญญาพัฒน์ 3/1273 ตำบลเมืองเก่า อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น 40000

บรรณาธิการ:

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประยูร แสงใส	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

กองบรรณาธิการ:

ศาสตราจารย์ ดร.วัชระ งามจิตรเจริญ	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ศาสตราจารย์ ดร.กนกอร สมปราชญ์	มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
รองศาสตราจารย์ ดร.กัมปนาท วิจิตรศรีกมล	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.พุทธรักษ์ ปราบนอก	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รองศาสตราจารย์ ดร.อริยา คูหา	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรวรรณ ศรีโสมพันธ์	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยณรงค์ ศรีมันตะ	มหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิกนิษฐา นาเลาห์	มหาวิทยาลัยนครพนม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนันตศักดิ์ พลแก้วเกษ	มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

ผู้จัดการวารสาร:

นางสาวศิโรรัตน์ ประศรี

กำหนดออกเผยแพร่วารสาร:

วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒน์ 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 เปิดรับพิจารณาบทความเพื่อตีพิมพ์ตลอดทั้งปี

เกี่ยวกับวารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒน์

วัตถุประสงค์และขอบเขตของวารสาร

วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒน์ (Journal of Social Science Panyapat) มีจุดมุ่งหมายเพื่อเผยแพร่บทความวิจัย บทความวิชาการ และบทวิจารณ์หนังสือ ในสาขาที่เกี่ยวข้องทางด้านสังคมศาสตร์ ได้แก่ 1) สาขารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ 2) สาขาพัฒนาสังคม 3) สาขาศึกษาศาสตร์ 4) สาขาเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ และรวมถึงสหวิทยาการเชิงประยุกต์ด้านสังคมศาสตร์ เผยแพร่ปีละ 4 ฉบับ โดยทุกบทความที่ตีพิมพ์เผยแพร่ได้ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ทั้งนี้จะมีรูปแบบที่ผู้พิจารณาบทความไม่ทราบชื่อผู้นิพนธ์บทความและผู้นิพนธ์บทความไม่ทราบชื่อผู้พิจารณาบทความเช่นเดียวกัน (Double-Blind Peer Review) เปิดรับบทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

ประเภทของผลงานที่ตีพิมพ์ในวารสาร

1) บทความวิจัย (Research Article) เป็นบทความที่นำเสนอการค้นคว้าวิจัย ด้านสังคมศาสตร์และรวมถึงสหวิทยาการเชิงประยุกต์ด้านสังคมศาสตร์

2) บทความวิชาการ (Academic Article) เป็นบทความวิเคราะห์ วิจารณ์หรือเสนอแนวคิดใหม่

3) บทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) เป็นบทความในลักษณะวิจารณ์หรืออธิบายเหตุผลสนับสนุนในประเด็นที่เห็นด้วย และ มีความเห็นแตกต่างในมุมมองวิชาการ

บทบรรณาธิการแถลง

วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒน์ ฉบับนี้เป็นปีที่ 8 ฉบับที่ 2 (เมษายน – มิถุนายน 2569) วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒน์ ได้มุ่งเน้นการเผยแพร่ บทความวิจัย บทความวิชาการ และบทวิจารณ์หนังสือในสาขาที่เกี่ยวข้องด้านสังคมศาสตร์ ได้แก่ 1) สาขารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ 2) สาขาพัฒนาสังคม 3) สาขาศึกษาศาสตร์ 4) สาขาเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ และรวมถึงสหวิทยาการเชิงประยุกต์ด้านสังคมศาสตร์ จากหลากหลายหน่วยงานและสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ทางกองบรรณาธิการยินดีเป็นสื่อกลาง สำหรับนักวิจัย นักวิชาการ นิสิต นักศึกษาทุกท่าน ที่ประสงค์จะตีพิมพ์เผยแพร่บทความของท่านจะต้องผ่านการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิในแต่ละสาขาวิชาทางด้านสังคมศาสตร์อย่างเข้มข้น จำนวน 3 ท่าน โดยเน้นความเข้มข้นทั้งเนื้อหา และรูปแบบ นอกจากนี้ยังได้ปรึกษากับกองบรรณาธิการถึงแนวทางในการให้คำแนะนำปรึกษาแก่ผู้เสนอบทความที่ต้องการปรับปรุง แก้ไข ทั้งนี้ เพื่อให้ได้มาตรฐานและตรงกับหลักการเขียนบทความวิจัย และวิชาการ ความถูกต้องของเนื้อหา รูปแบบและตรงต่อเวลาคือนโยบายของวารสาร และพร้อมอำนวยความสะดวกแก่ทุกท่านที่ประสงค์ตีพิมพ์งานวิชาการครับ จึงกล่าวได้ว่าบทความที่ทางวารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒน์ได้เผยแพร่ไปนั้น มีมาตรฐานทางวิชาการ

กระผมในฐานะบรรณาธิการวารสาร จึงขอขอบคุณท่านผู้มีส่วนในการสร้างงานวิชาการเหล่านี้ นับตั้งแต่เจ้าของผลงาน ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้จัดการวารสาร และคณะกองบรรณาธิการ วารสารนี้ยังคงเป็นแหล่งรองรับผลงานดี ๆ ที่สร้างสรรค์เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาในประเด็นที่เกี่ยวข้องทางวิชาการแก่นักวิชาการ และวิญญูชนผู้สนใจโดยทั่วไป เพื่อเป็นประโยชน์แก่แวดวงวิชาการต่อไป ด้วยจิตคารวะและขอบคุณทุกท่าน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประยูร แสงใส
บรรณาธิการวารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒน์

สารบัญ

บทความวิจัย

ศักยภาพ และความสามารถในการแข่งขันของสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรไทย ในการส่งออกไปสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และซาอุดีอาราเบีย 1-16
รพีพัฒน์ บุญทอง, นนทร์ วรพาณิชย์

การบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูโรงเรียนสาธิต 17-30
มนพันธ์ ชาญศิลป์

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ สำหรับเส้นทางบินในประเทศ 31-42
ณกมล มณีนุษย์, ธนารักษ์ เหล่าสุทธิ

Factors Affecting Purchase Intention of Used Car Customers via Facebook in Bangkok 43-60
Thanupong Koonkanaviwat, Pornlapas Suwannarat

ความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด 61-74
ลัดดาวัลย์ คนไว, จุฑาทิพ คล้ายทับทิม

Core Business Enablers (SE-AM) กับประสิทธิภาพของรัฐวิสาหกิจไทย: หลักฐานจากข้อมูลพาแนล 2564–2567 75-88
พิชญาภา พึ่งรัตน์, นนทร์ วรพาณิชย์

Exploring Brand Equity's Influence on Repurchase Intention between Local and Global Cosmetic Brands: The Case of PROYA and L'Oréal Paris in China 89-102
Huong Thanh Luu, Jul Thanasrivanitchai

อิทธิพลของคุณภาพการบริการต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์วังพญาไท จำกัด 103-118
ชัตติยาภรณ์ ผ่องเวหา, ประไพพิมพ์ สุธีวสินนนท์

แนวทางการพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 ตามหลักไตรสิกขาของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 119-130
ไอยลดา สีเปี้ยว, พระครูวุฒิชัยการโกศล

The Impact of Multicultural Educational Environments on Students' Foreign Language Communication Competence in Guangxi Private University 131-146
Liao Han, Qin Jian, Ruan Jiaolong

สารบัญ (ต่อ)

บทความวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์และภาพลักษณ์องค์กร 147-158
ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัล ของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
วราภรณ์ ชาวสวน, ปิญาษา หีมหลี๊ะ, อนุวัต สงสม

ผลการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิด 159-170
ที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ในวิชาสังคมศึกษา เรื่อง คนดีของชุมชน
เวริกา โฮมสอน, ภาสุดา ภาคาผล

การวิจัยและออกแบบเพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับสินค้าทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธา 171-188
จากข้าวมธุปายาส
รักสิริ แก้วเทวี, ศรีสุดา พัฒจันทร์, ณัฐลักษณ์ อิสสระ, พจณิชา ฤกษ์สมุทร, กรรณิการ์ บุญยัง, คัมภิราวดี นวกิจไพฑูรย์, กิตบดินท์ ทองดวง, กฤษณะ ช่องศรี, ธีระวัฒน์ เพชรดี, นันทิกานต์ ประสพสุข, วิวิศน์ สุทธิธรรมสถิต, ธีราวรรณ จันทร์แสง, กัณภัค ตัณฑสิทธิ์, เดโช แขน้ำแก้ว

แรงจูงใจในการทำงานและคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร 189-204
ของพนักงาน Generation Z ในธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่
ธฤดี เหลือมั่น, พรพิมล กะชามาศ

ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลการชำระค่าธรรมเนียมบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัด 205-214
ของสถานประกอบการโรงแรมในจังหวัดนครพนม
ปฏิพัทธ์ จำปาทิพย์, อภิกนิษฐา นาเลาห์, กชกร เดชะคำภู

การวิเคราะห์แนวโน้มการจัดสรรทุนวิจัยและสถานภาพการเบิกจ่ายทุนวิจัย 215-230
ของคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ณัฐธกานต์ จันดาโชติ

ความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะของบุคลากรกับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล 231-246
โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย
ชลธิชา พาทยกุล, พรพรรณ เหมะพันธุ์

แนวทางการใช้ทักษะในศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการตามหลักอิทธิบาท 4 247-262
ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1
ศุภโชค คิดเหมาะ, บุญส่ง ทองเอียง

บทบาทของประชาชนในการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง 263-272
บ้านหล่ายงาว หมู่ 1 อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย
อนุตตมา อมรวิวัฒน์

สารบัญ (ต่อ)

บทความวิจัย

การพัฒนาแบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” สำหรับนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด 273-286
อนันตศักดิ์ พลแก้วเกษ

ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต 1 287-304
หทัยพร บุญขวัญ, ธณัฐชา รัตนพันธ์, นพรัตน์ ชัยเรือง

The Effects of the Jigsaw Method on Vocabulary Learning of English Program Students in a Thai Public School 305-320
Andrew Thony Miralles, Thitapa Sinturat

การจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด 321-334
พระครูใบฎีกาชาญยุทธ จิรสุโภ (ภูมิพฤกษ์), พระศรีวัชรสารบัณฑิต, กชภัทร์ สงวนเครือ

บทความวิชาการ

ซื้อก่อนจ่ายทีหลัง: การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคและความเสี่ยงทางการเงินของครัวเรือน 335-348
กอบกาญจน์ ปั้นพงษ์, พิมลสิริ วัฒนสมวงศ์, ชลพินทุ์ ภาคภูมิ, ทิพย์ทัยฎา รักธรรม, สุพิชฌาย์ ทรัพย์คต, พรรณลษา ชาญณรงค์, ภีรวงศ์ มุมทอง

องค์การทางการศึกษาจะบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างไรในยุคดิจิทัล 349-356
เฉลิมพล ชูสวัสดิกุล, ธิดาวัลย์ อุ่นกอง

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSSP
Journal of Social Science Panyapat
https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSSP/index

Research Article

Export Potential and Competitiveness of Thai Agricultural and Agro-Industrial Products to the United Arab Emirates and Saudi Arabia

Rapeepat Boonthong[1*] and Non Vorlapanit[2]

[1] *Master's degree student, Department of Economics, Faculty of Economics, Kasetsart University, Thailand*

[2] *Department of Economics, Faculty of Economics, Kasetsart University, Thailand*

[*] *Corresponding author. E-mail: Rapeepat.boo@ku.th*

ABSTRACT

This study examines the export potential and international competitiveness of Thailand's major agricultural and agro-industrial products in the United Arab Emirates and Saudi Arabia, with a particular focus on product-level differences across destination markets. The products under investigation include rice, fruits, chicken, rubber, and cassava products. Export potential is estimated using a gravity model with Poisson Pseudo Maximum Likelihood (PPML) estimation based on secondary panel data covering Thailand and its top 36 export partner countries during 2002–2023. The estimated trade flows are subsequently used to compute the Index of Missing Exports (IME). International competitiveness is assessed using the Normalized Revealed Comparative Advantage (NRCA) index. The findings reveal heterogeneous patterns of export potential and competitiveness across products and markets. Rubber exhibits strong export potential and competitive advantage in both destinations. Chicken shows significant room for export expansion but lacks a competitive advantage. In contrast, cassava products demonstrate a competitive advantage but face constraints in export expansion potential. Rice and fruits appear to have largely exhausted their export potential in both markets; however, their competitive advantage is evident only in the United Arab Emirates. Overall, the results suggest that export potential and competitiveness do not necessarily move in the same direction. Therefore, export promotion policies should be tailored to product-specific characteristics and destination-market conditions rather than adopting a uniform policy approach.

Keywords: International Trade, Gravity Model, Export Potential, Competitiveness

Received: 23 March 2026;
Revised: 2 June 2026;
Accepted: 21 June 2026

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat
ISSN: 3027-6748 (Online)

ศักยภาพ และความสามารถในการแข่งขันของสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรไทย ในการส่งออกไปสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และซาอุดีอาราเบีย

รพีพัฒน์ บุญทอง[1*] และ นนทร์ วรพาณิชย์[2]

[1] นิสิตปริญญาโท ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย

[2] ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย

* Corresponding author. E-mail: Rapeepat.boo@ku.th

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกและความสามารถในการแข่งขันของสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรหลักของประเทศไทยในการส่งออกไปยังสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์และซาอุดีอาราเบีย โดยเน้นการพิจารณาความแตกต่างของผลลัพธ์เชิงรายสินค้าในแต่ละตลาดปลายทาง สินค้าที่ศึกษา ได้แก่ ข้าว ผลไม้ ไก่ ยางพารา และผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง การวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกใช้แบบจำลองแรงโน้มถ่วง ประมาณค่าด้วยวิธี Poisson Pseudo Maximum Likelihood จากข้อมูลทุติยภูมิแบบพาแนลของประเทศไทยและประเทศคู่ค้าที่ไทยมีมูลค่าการส่งออกสูงสุด 36 ประเทศ ในช่วงปี พ.ศ. 2545 – 2566 จากนั้นนำผลการประมาณค่าไปคำนวณดัชนีการส่งออกที่หายไป (Index of Missing Exports: IME) ขณะที่ความสามารถในการแข่งขันประเมินจากดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏแบบปรับมาตรฐาน (Normalized Revealed Comparative Advantage: NRCA) ผลการศึกษาพบว่า สินค้าเกษตรที่ศึกษาของไทยมีรูปแบบศักยภาพการส่งออกและความสามารถในการแข่งขันแตกต่างกันในแต่ละสินค้า โดยสินค้ายางพาราเป็นสินค้าที่มีศักยภาพการส่งออกและความสามารถในการแข่งขันเชิงเปรียบเทียบในทั้ง 2 ตลาด ขณะที่ไก่มีศักยภาพในการขยายการส่งออก แต่ยังขาดความสามารถในการแข่งขันเชิงเปรียบเทียบ ในทางตรงกันข้าม ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังมีความสามารถในการแข่งขันเชิงเปรียบเทียบ แต่มีข้อจำกัดด้านศักยภาพการขยายการส่งออก สำหรับข้าวและผลไม้ พบว่ามีการใช้ศักยภาพการส่งออกอยู่ในระดับสูงแล้วในทั้งสองตลาด อย่างไรก็ตาม ความสามารถในการแข่งขันของสินค้าทั้ง 2 ประเภทปรากฏเฉพาะในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ผลลัพธ์สะท้อนว่าศักยภาพการส่งออกและความสามารถในการแข่งขันไม่จำเป็นต้องเคลื่อนไปในทิศทางเดียวกัน ดังนั้น ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าการกำหนดนโยบายส่งเสริมการส่งออกควรออกแบบให้สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของสินค้าและตลาดปลายทาง มากกว่าการใช้แนวทางเดียวกันกับทุกสินค้า

คำสำคัญ: การค้าระหว่างประเทศ, แบบจำลองแรงโน้มถ่วง, ศักยภาพการส่งออก, ความสามารถในการแข่งขัน

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat

บทนำ

ในปี พ.ศ. 2568 เศรษฐกิจโลกเผชิญความไม่แน่นอนจากการชะลอตัวทางเศรษฐกิจและการกลับมาของมาตรการกีดกันทางการค้า โดยเฉพาะนโยบายภาษีแบบต่างตอบแทนของสหรัฐฯ ส่งผลกระทบต่อประเทศที่พึ่งพาการส่งออกอย่างประเทศไทย และสะท้อนความเปราะบางของโครงสร้างเศรษฐกิจไทยต่อปัจจัยภายนอก (International Monetary Fund, 2025) ภาคการส่งออก โดยเฉพาะสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย แต่มีลักษณะกระจุกตัวสูง ทั้งในเชิงสินค้า (5 รายการหลักคิดเป็นร้อยละ 48.64 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรทั้งหมด) และตลาดปลายทาง (3 ประเทศหลักคิดเป็นร้อยละ 43.85 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรทั้งหมด) ซึ่งสะท้อนถึงความเสี่ยงจากความผันผวนด้านนโยบายการค้าและภูมิรัฐศาสตร์ของโลกในปัจจุบัน (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2569)

ในขณะเดียวกัน ประเด็นความมั่นคงทางอาหารกลับมาได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นในระดับนานาชาติภายหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ในหลายพื้นที่ของโลก โดยเฉพาะภูมิภาคตะวันออกกลาง ซึ่งมีข้อจำกัดด้านทรัพยากรธรรมชาติและต้องพึ่งพาการนำเข้าอาหารจากต่างประเทศในสัดส่วนสูง โดยมีสัดส่วนการนำเข้าอาหารมากกว่าร้อยละ 50 ของความต้องการบริโภคภายในภูมิภาค (Rahimi et al., 2023) ประเทศซาอุดีอาระเบียและสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์จึงถือเป็นตลาดที่มีศักยภาพในการขยายการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทย ทั้งในฐานะตลาดบริโภคและศูนย์กลางการกระจายสินค้าไปยังประเทศอื่นในภูมิภาค

ในทางทฤษฎี David Ricardo ได้พัฒนาเป็นแนวคิดความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) โดยชี้ว่าการค้าจะก่อให้เกิดประโยชน์แม้ประเทศหนึ่งจะไม่มีความได้เปรียบสัมบูรณ์ หากแต่มีต้นทุนค่าเสียโอกาสต่ำกว่าในบางสินค้า แนวคิดดังกล่าวได้กลายเป็นรากฐานสำคัญของทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศสมัยใหม่ และถูกต่อยอดในเชิงประจักษ์โดย Balassa (1965) ผ่านการพัฒนาดัชนีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) เพื่อใช้วัดความสามารถในการแข่งขันของประเทศจากข้อมูลการค้าจริง อย่างไรก็ตาม RCA แบบดั้งเดิมมีข้อจำกัดด้านการเปรียบเทียบข้ามประเทศและการกระจายตัวของค่า ดังนั้น Yu et al. (2009) จึงเสนอการปรับค่าเป็น Normalized RCA (NRCA) เพื่อลดอคติของมาตราส่วนและทำให้สามารถเปรียบเทียบระหว่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ในเชิงการวิเคราะห์เชิงประจักษ์ แบบจำลองแรงโน้มถ่วง (Gravity Model) ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางว่าเป็น “Workhorse Model” ของเศรษฐศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ (Yotov et al., 2016) สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดปริมาณการค้าและอธิบายโครงสร้างความสัมพันธ์ทางการค้า แบบจำลองดังกล่าวถูกริเริ่มโดย Tinbergen (1962) โดยประยุกต์แนวคิดจากกฎแรงโน้มถ่วงของนิวตัน เพื่ออธิบายขนาดของกระแสการค้า ซึ่งทฤษฎีการค้าดั้งเดิมไม่สามารถอธิบายได้ และได้รับการพัฒนาให้มีรากฐานทางทฤษฎีที่เข้มแข็งยิ่งขึ้นโดย Anderson & van Wincoop (2003) ผ่านการบูรณาการกรอบทฤษฎีดุลยภาพทั่วไปและแนวคิด Multilateral Resistance Terms ในด้านวิธีประมาณค่า Silva & Tenreyro (2006) เสนอการใช้วิธี Poisson Pseudo-Maximum Likelihood (PPML) แทน OLS แบบดั้งเดิม เพื่อแก้ปัญหาความแปรปรวนไม่คงที่ (Heteroskedasticity) และการมีข้อมูลมูลค่าการค้าเป็นศูนย์ ซึ่งมักพบในข้อมูลระดับประเทศคู่ค้า นอกจากนี้ Mulabdic & Yasar (2021) ได้ขยายการประยุกต์ใช้แบบจำลองแรงโน้มถ่วงจากการอธิบายรูปแบบและปัจจัยกำหนดการค้า ไปสู่การประเมินศักยภาพการส่งออก ผ่านการพัฒนาดัชนี “การส่งออกที่ขาดหายไป” (Index of Missing Exports : IME) เพื่อสะท้อนช่องว่างระหว่างมูลค่าการค้าจริงกับระดับที่แบบจำลองคาดการณ์ได้อย่างเป็นระบบ โดยค่า IME เป็นบวกสะท้อนศักยภาพที่ยังไม่ถูกใช้ประโยชน์

แม้ว่างานศึกษาที่ผ่านมาเกี่ยวกับการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทยจะให้ความสำคัญกับการประเมินความสามารถในการแข่งขันในตลาดหลักดั้งเดิม (นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ, 2565; สำนักงานนโยบายยุทธศาสตร์การค้า, 2564; สมประสงค์ ทวีพงษ์, 2556; วลัยพร บวรกุลวัฒน์, 2554) และศึกษาปัจจัยที่กำหนดการส่งออก (Rangkakulnuwat & Weravess, 2022; วีระชัย เพ็งเปิ้น, 2564) บ้างแล้วก็ตาม แต่ยังมีงานวิจัยที่ศึกษาศักยภาพการส่งออกไปยังตลาดศักยภาพใหม่อย่างภูมิภาคตะวันออกกลาง โดยเฉพาะประเทศซาอุดีอาระเบียและสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ค่อนข้างจำกัด นอกจากนี้ งานศึกษาในปัจจุบันยังมีข้อจำกัดในการบูรณาการการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกภายใต้แบบจำลองแรงโน้มถ่วงร่วมกับการประเมินความสามารถในการแข่งขันเชิงโครงสร้างของสินค้าอย่างเป็นระบบ

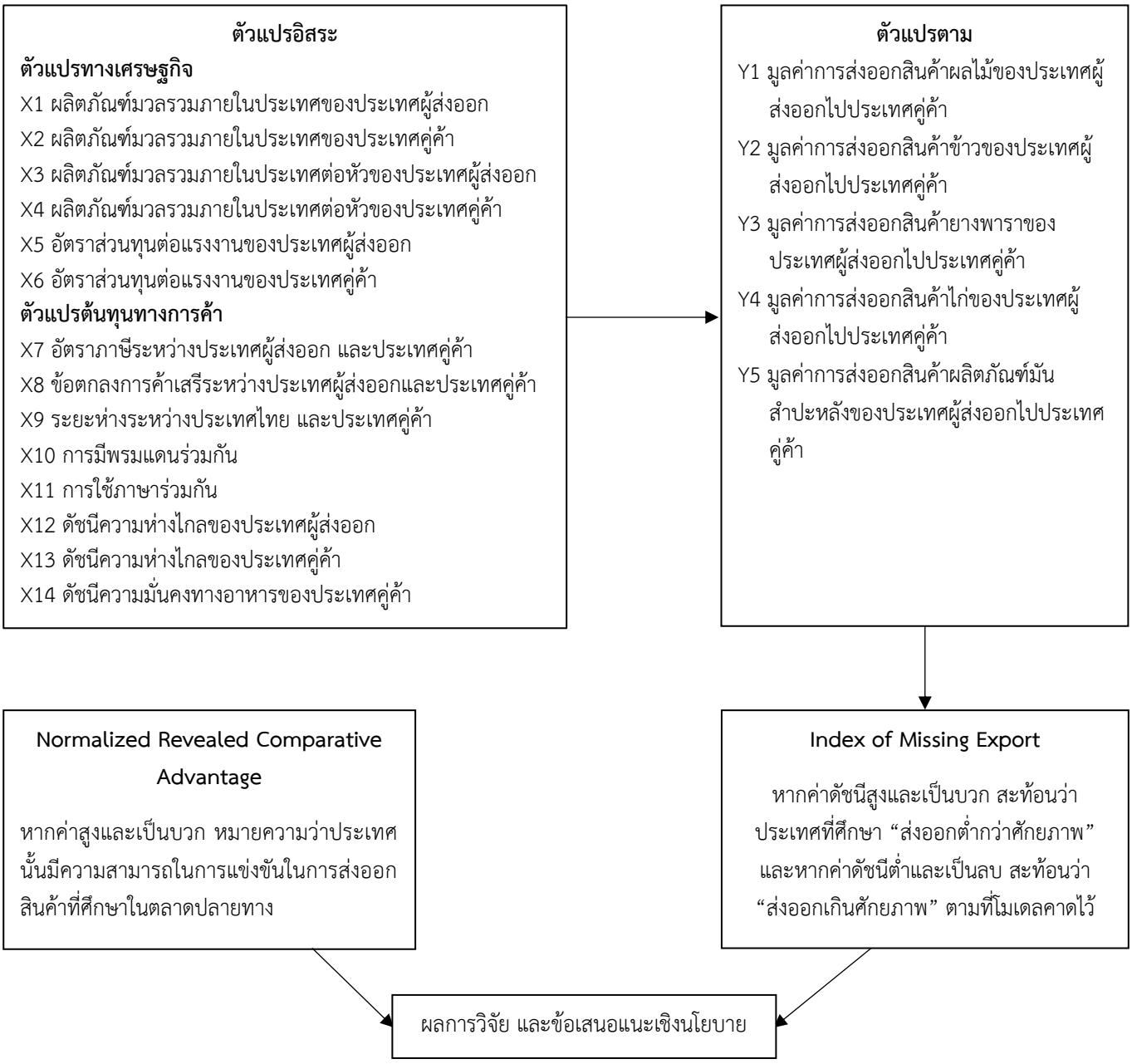
จากบริบทและช่องว่างของงานวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยจึงศึกษาศักยภาพการส่งออก และความสามารถในการแข่งขันของสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรหลักของประเทศไทยในประเทศซาอุดีอาระเบียและสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เพื่อวิเคราะห์หาตลาดศักยภาพใหม่สำหรับกระจายตลาดการส่งออกให้กว้างยิ่งขึ้น ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการบรรเทาความเปราะบางทางเศรษฐกิจ และช่วยลดความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของนโยบายการค้าประเทศขนาดใหญ่และจากปัญหาภูมิรัฐศาสตร์ในปัจจุบัน ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวทำให้ภาคเอกชนและภาครัฐสามารถกำหนดกลยุทธ์เพื่อขยายตลาดการส่งออกสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรหลักของประเทศไทยในการส่งออกไปประเทศซาอุดีอาราเบีย และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

2. เพื่อวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรหลักของประเทศไทยในการส่งออกไปประเทศซาอุดีอาราเบีย และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยนี้พัฒนาขึ้นเพื่อรองรับวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก ซึ่งถูกนำมาวิเคราะห์ร่วมกันเพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่ครอบคลุมทั้งมิติของศักยภาพในการขยายการส่งออกและความสามารถในการแข่งขันในตลาดปลายทาง ประกอบด้วย 1) แนวคิดแบบจำลองแรงโน้มถ่วง ซึ่งอธิบายว่า การค้าระหว่างประเทศขึ้นอยู่กับขนาดเศรษฐกิจของประเทศผู้ส่งออกและประเทศคู่ค้า รวมถึงระยะห่างระหว่างประเทศ (Tinbergen, 1962) โดยการศึกษานี้ได้ต่อยอดด้วยการเพิ่มตัวแปรอิสระที่เกี่ยวข้อง และประยุกต์ใช้ดัชนีการส่งออกที่หายไป (Index of Missing Export) ตามแนวทางของ Mulabdic & Yasar (2021) เพื่อประเมินศักยภาพการส่งออกของสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรหลักของประเทศไทย 2) ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ซึ่ง Yu et al. (2009) ได้พัฒนาต่อยอดเป็นดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏแบบปรับมาตรฐาน (Normalized Revealed Comparative Advantage) เพื่อใช้วิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในตลาดเป้าหมาย ทั้งนี้การบูรณาการ 2 แนวคิดดังกล่าวช่วยให้สามารถวิเคราะห์ได้อย่างครอบคลุมทั้งด้าน “ศักยภาพในการขยายการส่งออก” และ “ความสามารถในการแข่งขันในตลาดปลายทาง” ซึ่งนำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) เพื่อวิเคราะห์หาสินค้าและตลาดศักยภาพใหม่ของประเทศไทย ผ่านวิเคราะห์สองส่วนร่วมกัน ได้แก่ 1) การวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกโดยอาศัยดัชนีการส่งออกที่หายไป (Index of Missing Export) ซึ่งคำนวณจากมูลค่าการส่งออกที่ประมาณค่าได้จากแบบจำลองแรงโน้มถ่วงร่วมกับมูลค่าการส่งออกจริง 2) การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันโดยอาศัยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏแบบปรับมาตรฐาน (Normalized Revealed Comparative Advantage: NRCA) ซึ่งมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. การวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออก

การวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกประยุกต์ใช้แบบจำลองแรงโน้มถ่วง (Gravity Model) ร่วมกับดัชนีการส่งออกที่หายไป (Index of Missing Export) ตามแนวทางของ Mulabdic & Yasar (2021) ซึ่งประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดแบบจำลองแรงโน้มถ่วงเชิงโครงสร้างของ Anderson & van Wincoop (2003) และประมาณค่าด้วยวิธีแบบจำลองความน่าจะเป็นสูงสุดแบบปัวซอง (Poisson Pseudo Maximum Likelihood : PPML) ตามแนวทางของ Silva & Tenreyro (2006) ซึ่งเหมาะสมกับข้อมูลการค้าระหว่างประเทศที่มีค่าเป็นศูนย์ และสามารถจัดการกับปัญหาความไม่คงที่ของความแปรปรวน (Heteroskedasticity) ในข้อมูลแบบพาแนลได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการศึกษานี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิแบบพาแนลรายปี ครอบคลุมช่วงปี พ.ศ. 2545 ถึง 2566 (ค.ศ. 2002 ถึง 2023) โดยพิจารณาประเทศคู่ค้าที่ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกสูงสุด 36 ประเทศ ทั้งนี้ สินค้าที่นำมาศึกษาแบ่งออกเป็น 5 รายการ ได้แก่ ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็งและแห้ง (HS 08) ข้าว (HS 1006) ยางพารา (HS 4001) สินค้าไก่ (ประกอบด้วยไก่สด แช่เย็น และแช่แข็ง (HS 0207) และสินค้าไก่แปรรูป (HS 160232) และผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง (ประกอบด้วยมันเส้นและมันอัดเม็ด (HS 071410) และแป้งมันสำปะหลัง (HS 110814) ภายใต้กรอบดังกล่าว แบบจำลองแรงโน้มถ่วงสามารถเขียนในรูปสมการทั่วไปได้ดังนี้

$$
\begin{aligned}
X_{ijt}^{k} \;=\; & exp((\beta_1 ln(GDP_{it}) + \beta_2 ln(GDP_{jt}) + \beta_3 ln(GDPpc_{it}) \\
& + \beta_4 ln(GDPpc_{jt}) + \beta_5 ln(\tfrac{K_{it}}{L_{it}}) + \beta_6 ln(\tfrac{K_{jt}}{L_{jt}}) \\
& + \beta_7 ln(1 + Tariff_{ijt}^{k}) + \beta_8 FTA_{ijt} + \beta_9 ln(Dist_{ij}) \\
& + \beta_{10} Contig_{ij} + \beta_{11} Lang_{ij} + \beta_{12} ln(Rem\ Exp_{it}) \\
& + \beta_{13} \ln(Rem\ Imp_{jt}) + \beta_{14} ln(GFSI_{jt})) + \varepsilon_{ijt}
\end{aligned}
\qquad (1)
$$

โดยที่ตัวแปรตาม ($\mathbf{X_{ijt}^{k}}$) คือ มูลค่าการส่งออกสินค้ารายการ k จากประเทศผู้ส่งออก i ไปยังประเทศคู่ค้า j ในปี t ซึ่งรวบรวมข้อมูลจากฐานข้อมูล UN Comtrade ตัวแปรอิสระในแบบจำลองสามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ ตัวแปรเชิงโครงสร้างเศรษฐกิจ และตัวแปรต้นทุนทางการค้า โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตัวแปรเชิงโครงสร้างเศรษฐกิจสะท้อน ขนาดตลาด กำลังซื้อ และศักยภาพการผลิตในประเทศผู้ส่งออกและนำเข้า ประกอบด้วย

$GDP_{i,j,t}$ คือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของประเทศ i และ j

$GDPpc_{i,j,t}$ คือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศ i และ j

$\frac{K_{i,j,t}}{L_{i,j,t}}$ คือ อัตราส่วนทุนต่อแรงงานของประเทศ i และ j

โดยข้อมูล $GDP_{i,j,t}$ และ $GDPpc_{i,j,t}$ รวบรวมจากกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (International Monetary Fund: IMF) ขณะที่ข้อมูลอัตราส่วนทุนต่อแรงงานรวบรวมจาก Penn World Tables เวอร์ชัน 11.0

ตัวแปรต้นทุนทางการค้าสะท้อนอุปสรรคและความเอื้ออำนวยความสะดวกต่อการค้าระหว่างประเทศ ประกอบด้วย

$Dist_{ij}$ คือ ระยะทางระหว่างประเทศผู้ส่งออก i และคู่ค้า j

$Tariff_{ijt}^{k}$ คือ อัตราภาษีนำเข้าระหว่างประเทศผู้ส่งออก i และประเทศคู่ค้า j รายสินค้า k ในปี t

FTA_{ijt} คือ ตัวแปรหุ่นสำหรับการมีข้อตกลงเขตการค้าเสรีร่วมกันระหว่างประเทศผู้ส่งออก i และประเทศคู่ค้า j รายสินค้า k ในปี t

$Contig_{ij}$ คือ ตัวแปรหุ่นการมีพรมแดนร่วมกันระหว่างประเทศผู้ส่งออก i และประเทศคู่ค้า j

$Lang_{ij}$ คือ ตัวแปรหุ่นการมีภาษาราชการร่วมกันระหว่างประเทศผู้ส่งออก i และประเทศคู่ค้า j

โดยข้อมูลระยะทางและตัวแปรเชิงภูมิศาสตร์ได้จากฐานข้อมูล CEPII ขณะที่ข้อมูลอัตราภาษีนำเข้ารวบรวมจากฐานข้อมูล MAcMap ทั้งนี้ Mulabdic & Yasar (2021) ระบุว่า มีการประมาณค่าข้อมูลอัตราภาษีนำเข้าระหว่างปี (interpolation) แต่ไม่ได้อธิบายวิธีการอย่างชัดเจน ดังนั้น การศึกษานี้จึงใช้วิธีการประมาณค่าเชิงเส้นตรง (linear interpolation) สำหรับช่วงปีที่มีข้อมูลก่อนหน้าและหลัง และใช้วิธีการเติมค่าถอยหลัง (backward fill) และเติมค่าล่วงหน้า (forward fill) สำหรับช่วงปีที่มีข้อมูลไม่ครบถ้วน เพื่อให้ข้อมูลมีความต่อเนื่องตลอดช่วงเวลาที่ศึกษา

นอกจากนั้น การศึกษานี้ได้ใช้ดัชนีความห่างไกล (Remoteness Index) ของประเทศผู้ส่งออก ($Rem\ Exp_{it}$) และประเทศผู้นำเข้า ($Rem\ Imp_{jt}$) ตามแนวทางของ Mulabdic & Yasar (2021) เพื่อควบคุมผลของแรงต้านพหุภาคี (Multilateral Resistance Terms) ซึ่งสะท้อนอุปสรรคทางการค้าที่ประเทศหนึ่งเผชิญกับประเทศคู่ค้าทั้งหมด ไม่ใช่เฉพาะคู่ค้าใดคู่ค้าหนึ่ง ซึ่งดัชนีดังกล่าวคำนวณจากการถ่วงน้ำหนักระยะทางระหว่างประเทศด้วยขนาดเศรษฐกิจ (GDP) ของประเทศคู่ค้า ทั้งนี้ แบบจำลองนี้ไม่ใช้ Fixed Effects เนื่องจากการใส่ Fixed Effects จะทำให้เกิดความเหมาะสมสมบูรณ์ (Perfect Fit) ในแง่ของมูลค่าการส่งออก ส่งผลให้แบบจำลองไม่สามารถวิเคราะห์ได้ว่าการส่งออกนั้นต่ำหรือสูงกว่าศักยภาพที่ควรจะเป็นซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ของงานวิจัย (Mulabdic & Yasar, 2021) รวมทั้ง เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาที่มีบางตัวแปรซึ่งไม่เปลี่ยนแปลงตามเวลาที่จะถูกดึงออกไปจากการประมาณค่าจากการใส่ Fixed Effect ซึ่งจะส่งผลให้ไม่สามารถประมาณค่าสัมประสิทธิ์ได้ อย่างไรก็ตาม Fixed Effects มีบทบาทสำคัญในการช่วยควบคุมลักษณะเฉพาะของความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างประเทศคู่ค้าที่ไม่สามารถสังเกตได้ และช่วยให้การประมาณค่ามีความน่าเชื่อถือมากขึ้น (Head & Mayer, 2014) ดังนั้น การไม่รวม Fixed Effects จึงเป็นข้อจำกัดหนึ่งของการศึกษา

$$Rem\ Exp_{it} = \sum_j \frac{Dist_{ij}}{(\frac{GDP_{jt}}{GDP_{World\ t}})} \quad (2)$$

$$Rem\ Imp_{jt} = \sum_i \frac{Dist_{ij}}{(\frac{GDP_{it}}{GDP_{World\ t}})} \quad (3)$$

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังรวมดัชนีความมั่นคงทางอาหาร (Global Food Security Index: GFSI) ของประเทศคู่ค้า j ในปี t ($GFSI_{jt}$) เพื่อสะท้อนเงื่อนไขด้านการเข้าถึงอาหารและอุปสงค์ด้านสินค้าเกษตรของตลาดปลายทาง ทั้งนี้ การรวมตัวแปร GFSI เปิดให้มีความยืดหยุ่นตามลักษณะเฉพาะของสินค้าแต่ละประเภท โดยข้อมูล GFSI รวบรวมจาก Global Food Security Index ของ Economist Impact อย่างไรก็ตาม เนื่องจากลักษณะอุปสงค์ โครงสร้างตลาด และความอ่อนไหวต่อปัจจัยด้านความมั่นคงทางอาหารของสินค้าเกษตรแต่ละประเภทแตกต่างกัน การกำหนดสเปกของแบบจำลองแรงโน้มถ่วงจึงเปิดให้มีความยืดหยุ่นตามลักษณะเฉพาะของสินค้า โดยการเลือกแบบจำลองที่เหมาะสมพิจารณาจากความสอดคล้องเชิงทฤษฎีและความเหมาะสมเชิงเศรษฐมิติ ซึ่งได้มีการประยุกต์ใช้ Reset-like test ในการตรวจสอบว่าแบบจำลองมีการกำหนดฟังก์ชันผิดรูปหรือไม่ (Functional Form Misspecification) โดยมีวิธีการ ดังนี้ 1) ประมาณการแบบจำลองด้วย PPML 2) ประมาณค่าตัวแปรตาม ณ ปีใด ๆ 3) สร้างตัวแปรอิสระตัวใหม่จากยกกำลังสอง และยกกำลังสามของค่าทำนาย (Fitted Values) แล้วจึงใส่เข้าไปในแบบจำลอง 4) ทดสอบสมมติฐานว่าตัวแปรดังกล่าวมีนัยสำคัญทางสถิติหรือไม่ โดยหากตัวแปรดังกล่าวมีนัยสำคัญทางสถิติแสดงว่าแบบจำลองอาจมีปัญหา Functional Form (Silva & Tenreyro, 2006; Rangkakulnuwat & Weravess, 2022) ทั้งนี้ ผู้วิจัยมีการตรวจสอบความคงทน (Robustness check) ของตัวแปรอิสระเชิงโครงสร้างเศรษฐกิจ เนื่องจากตัวแปรเหล่านี้มักจะมีความสัมพันธ์ต่อกัน และตัวแปรอัตราภาษีนำเข้าระหว่างประเทศ เนื่องจากตัวแปรดังกล่าวมีการเติมข้อมูลที่ขาดหายไปตามวิธีที่กล่าวข้างต้น

ผลการประมาณค่าจากแบบจำลองแรงโน้มถ่วงรายสินค้าจะถูกนำมาใช้คำนวณดัชนีการส่งออกที่ขาดหายไป (Index of Missing Exports: IME) ตามสมการที่ (5) เฉลี่ยรวมช่วงเวลาที่ศึกษา ตามแนวทางของ Mulabdic & Yasar (2021) เพื่อสะท้อนระดับการใช้ศักยภาพการส่งออกของประเทศไทยในแต่ละตลาดและรายสินค้า โดยเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกที่ประมาณค่าได้จากแบบจำลองตามสมการที่ (4) กับมูลค่าการส่งออกที่เกิดขึ้นจริง ซึ่ง IME จะมีค่าระหว่าง 100 ถึง -100 โดยค่าที่เป็นบวกสะท้อนว่ายังมีช่องว่างในการขยายการส่งออกเพิ่มเติม ขณะที่ค่า IME ที่เป็นลบสะท้อนว่าการส่งออกในตลาดดังกล่าวอยู่ในระดับใกล้ศักยภาพสูงสุด และสามารถเขียนในรูปสมการได้ดังนี้

$$\begin{aligned}\widehat{X_{ijt}^{k}} = \; & exp((\widehat{\beta_1} ln(GDP_{it}) + \widehat{\beta_2} ln(GDP_{jt}) + \widehat{\beta_3} ln(GDPpc_{it}) \\ & + \widehat{\beta_4} ln(GDPpc_{jt}) + \widehat{\beta_5} ln(\tfrac{K_{it}}{L_{it}}) + \widehat{\beta_6} ln(\tfrac{K_{jt}}{L_{jt}}) \\ & + \widehat{\beta_7} ln(1 + Tariff_{ijt}^{k}) + \widehat{\beta_8} FTA_{ijt} + \widehat{\beta_9} ln(Dist_{ij}) \\ & + \widehat{\beta_{10}} Contig_{ij} + \widehat{\beta_{11}} Lang_{ij} + \widehat{\beta_{12}} ln(Rem\ Exp_{it}) \\ & + \widehat{\beta_{13}} ln(Rem\ Imp_{jt}) + \widehat{\beta_{14}} ln(GFSI_{jt})) + \varepsilon_{ijt}\end{aligned} \tag{4}$$

$$Index\ of\ Missing\ Exports_{ijt} = \left(\frac{\Sigma_j \widehat{X_{ijt}^{k}} - \Sigma_j X_{ijt}^{k}}{\Sigma_j \widehat{X_{ijt}^{k}} + \Sigma_j X_{ijt}^{k}}\right) * 100 \tag{5}$$

2. การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน

การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรหลักของประเทศไทย ประยุกต์ใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏแบบปรับมาตรฐาน (Normalized Revealed Comparative Advantage: NRCA) ตามแนวคิดของ Yu et al. (2009) ซึ่งมีการปรับจากการเปรียบเทียบกับตลาดโลกเป็นระดับรายประเทศคู่ค้าเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่ต้องการศึกษารายประเทศคู่ค้า ทั้งนี้ มีงานศึกษาที่ประยุกต์ใช้ดัชนีดังกล่าวโดยปรับฐานการคำนวณจากโครงสร้างการค้าโลกไปเป็นโครงสร้างการนำเข้าของประเทศคู่ค้า เช่น งานศึกษาของ Montes Ninaquispe et al. (2026), García Juárez et al. (2026) และ Rashid & Afzal Mir (2022) โดยวิธีการคำนวณดัชนีดังกล่าวเป็นการประยุกต์จากแนวทางของ นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2565) ดังนี้

$$NRCA_{j,i} = \frac{(\frac{X_{ji}}{\Sigma_j X_{ji}}) - (\frac{\Sigma_i X_{ji}}{\Sigma_i \Sigma_j X_{ji}})}{\frac{\Sigma_j X_{ji}}{\Sigma_i \Sigma_j X_{ji}}} \tag{6}$$

$NRCA_{j,i}$ คำนวณจากสัดส่วนมูลค่าการส่งออกสินค้า j ของประเทศ i ไปประเทศคู่ค้า ต่อมูลค่าส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ i ไปประเทศคู่ค้า ลบด้วย สัดส่วนของมูลค่าการนำเข้าสินค้า j ของประเทศคู่ค้าจากทุกประเทศต่อมูลค่าการนำเข้ารวมทั้งหมดของประเทศคู่ค้าจากทุกประเทศ) แล้วหารด้วย สัดส่วนของมูลค่าส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ i ไปประเทศคู่ค้า ต่อมูลค่าการนำเข้ารวมทั้งหมดของประเทศคู่ค้าจากทุกประเทศ

การคำนวณ NRCA ใช้ข้อมูลมูลค่าการค้าระหว่างประเทศล่าสุดที่มีอยู่ของแต่ละตลาด โดยในกรณีตลาดซาอุดีอาระเบียใช้ข้อมูลปี พ.ศ. 2567 ขณะที่ตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ใช้ข้อมูลปี พ.ศ. 2566 โดยรวบรวมจาก UN Comtrade ทั้งนี้ การใช้ข้อมูลต่างช่วงเวลาสะท้อนข้อจำกัดด้านความพร้อมของข้อมูล และมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การประเมินความสามารถในการแข่งขันสะท้อนโครงสร้างการค้าในช่วงเวลาล่าสุดของแต่ละประเทศมากที่สุด

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. ผลการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรหลักของประเทศไทยในการส่งออกไปประเทศซาอุดีอาราเบีย และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

ผลการประมาณค่าแบบจำลองแรงโน้มถ่วงการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร โดยประมาณค่าแยกตามรายสินค้า ได้แก่ ข้าว ผลไม้ ไก่ ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง และยางพารา ด้วยวิธี Poisson Pseudo Maximum Likelihood (PPML) ซึ่งจะถูกกำหนดให้เป็นแบบจำลองหลัก สำหรับการนำไปใช้เป็นฐานในการคำนวณมูลค่าการส่งออกที่คาดการณ์ (Predicted Exports) สำหรับการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกในลำดับถัดไป ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีการตรวจสอบความคงทนของตัวแปรอิสระแล้ว พบว่า การเพิ่มตัวแปรอิสระเชิงโครงสร้างเศรษฐกิจ และตัวแปรอัตราภาษีนำเข้าระหว่างประเทศไม่ส่งผลให้ตัวแปรอิสระอื่น ๆ มีขนาดและทิศทางที่เปลี่ยนไปอย่างมีนัยสำคัญ แต่การเพิ่มตัวแปรความมั่นคงทางอาหารกลับส่งผลต่อทิศทาง และนัยสำคัญทางสถิติในบางรายการสินค้า ดังนั้น จึงมีเพียงแบบจำลองของรายการสินค้าผลไม้เท่านั้นที่มีการเพิ่มตัวแปรความมั่นคงทางอาหาร เนื่องจากตัวแปรดังกล่าวมีนัยสำคัญ และไม่ส่งผลต่อนัยสำคัญและทิศทางของค่าสัมประสิทธิ์ในตัวแปรอิสระอื่น ๆ (ตามตารางที่ 1)

นอกจากนั้น พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ และนัยสำคัญทางสถิติของตัวแปรอิสระมีความแตกต่างกันไปตามรายการสินค้า ซึ่งอาจสะท้อนถึงบริบทการค้ารายสินค้านั้น ๆ อย่างไรก็ตาม จากการทดสอบ Reset-like test มีเพียงแบบจำลองของสินค้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังเท่านั้นที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งบ่งชี้ความเป็นไปได้ของการกำหนดฟังก์ชันผิดรูป แต่เนื่องจาก IME คำนวณจากค่าคาดการณ์ภายใต้ข้อกำหนดแบบจำลองเดียวกัน จึงยังสะท้อนผลลัพธ์ภายในกรอบแบบจำลองเดียวกันได้อย่างสอดคล้องกัน

ตารางที่ 1 ผลการประมาณค่าแบบจำลองแรงโน้มถ่วงการส่งออกรายสินค้า

ตัวแปร	สินค้าข้าว	สินค้าผลไม้	สินค้าไก่	สินค้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	สินค้ายางพารา
ln(GDP_i)	0.335 ***	0.444 ***	0.151	0.060	0.047
	(0.095)	(0.088)	(0.119)	(0.146)	(0.083)
ln(GDP_j)	0.170 *	0.309 ***	0.147 *	1.244 **	0.389 *
	(0.010)	(0.010)	(0.087)	(0.591)	(0.232)
ln($GDPpc_i$)	-0.279	0.378 **	0.703 **	0.455	-1.244 ***
	(0.284)	(0.150)	(0.323)	(0.460)	(0.198)
ln($GDPpc_j$)	-0.367 *	0.247	0.546 *	-0.547	0.750 ***
	(0.206)	(0.341)	(0.240)	(0.373)	(0.209)
ln(K/L_i)	-0.388	-0.783 ***	-1.211 ***	-0.819	0.730 **
	(0.316)	(0.239)	(0.345)	(0.532)	(0.264)
ln(K/L_j)	0.556 **	-0.552 *	-0.279	-0.010	-1.010 ***
	(0.284)	(0.326)	0.321	(0.561)	(0.249)
ln(1+Tariff)	-0.052	-3.010 *	-1.816 *	-6.462 **	-16.248 ***
	(0.374)	(1.876)	(0.976)	(2.925)	(0.495)
FTA	0.145	0.792 ***	-0.610	2.230 ***	0.935 ***
	(0.345)	(0.233)	(0.458)	(0.442)	(0.237)
ln(Dist)	-0.602 ***	-0.280 *	-0.449 **	0.164	0.510
	(0.202)	(0.170)	(0.216)	(0.321)	(0.175)
Contig	0.168	1.428 **	1.275 **	-0.023	0.026
	(0.573)	(0.631)	(0.455)	(1.172)	(0.956)
Lang	-0.558	-0.434	-0.440	-3.027 ***	-0.746
	(0.365)	(0.523)	(0.286)	(0.875)	(0.741)
ln(Rem Exp)	0.356	0.957 **	1.277 **	0.868	3.405 ***
	(0.474)	(0.400)	(0.616)	(1.340)	(0.599)
ln(Rem Imp)	0.431	-2.159 ***	-0.990 *	-0.118	-1.113 **
	(0.486)	(0.60)	(0.565)	(1.886)	(0.525)
ln(GFSI)		3.038 **			
		(0.976)			
จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	10,680	9,244	10,125	5,086	10,412
Reset test	0.414	0.330	0.076	0.000	0.849

หมายเหตุ: * คือ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.10, ** คือ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05, *** คือ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และในวงเล็บ คือ Robust Standard Errors, clustered at the country-pair level ตัวแปร ln(GFSI) ปรากฏเพียงในแบบจำลองของสินค้าผลไม้ เนื่องจากมีเพียงแบบจำลองของสินค้าผลไม้เท่านั้นที่เมื่อเพิ่มตัวแปรดังกล่าวแล้วมีนัยสำคัญ และไม่ส่งผลต่อทิศทางและนัยสำคัญของตัวแปรอิสระอื่น ๆ

เมื่อนำมูลค่าการส่งออกรายสินค้าของประเทศไทยที่ประมาณได้จากแบบจำลอง และมูลค่าการส่งออกที่เกิดขึ้นจริงรายสินค้ามาคำนวณดัชนีการส่งออกที่หายไป (Index of Missing Export: IME) เฉลี่ยตามช่วงเวลาที่ศึกษา พบว่า 1) สินค้าข้าวมีค่า IME ในตลาดซาอุดีอาราเบีย และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (United Arab Emirates: UAE) อยู่ที่ -40.50 และ -24.35 ตามลำดับ 2) สินค้าผลไม้มีค่า IME ในตลาดซาอุฯ และ UAE อยู่ที่ -19.50 และ -63.99 ตามลำดับ 3) สินค้าไก่มีค่า IME ในตลาดซาอุฯ และ UAE อยู่ที่ 90.55 และ 64.13 ตามลำดับ 4) สินค้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง มีค่า IME ในตลาด

ซาอุฯ และ UAE อยู่ที่ -90.16 และ -91.95 ตามลำดับ 5) สินค้ายางพารามีค่า IME ในตลาดซาอุฯ และ UAE อยู่ที่ 90.56 และ 52.88 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ผลการศึกษาศักยภาพการส่งออกรายสินค้า

สินค้า	ดัชนีการส่งออกที่หายไป	
	ซาอุดีอาราเบีย	สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์
ข้าว	-40.50	-24.35
ผลไม้	-19.50	-63.99
ไก่	90.55	64.13
ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	-90.16	-91.95
ยางพารา	90.56	52.88

2. ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรหลักของประเทศไทยในการส่งออกไปประเทศซาอุดีอาราเบีย และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

เพื่อแสดงถึงความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรหลักของประเทศไทย ในส่วนนี้จะแสดงถึงผลการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันผ่านดัชนีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่ปรากฏแบบปรับมาตรฐาน (Normalized Revealed Comparative Advantage : NRCA) รายสินค้าที่ศึกษา ได้แก่ ข้าว ผลไม้ ไก่ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง และยางพารา โดยใช้ข้อมูลปี พ.ศ. 2566 สำหรับสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และ ปี พ.ศ. 2567 สำหรับซาอุดีอาราเบีย โดยที่ค่าดัชนีที่เป็นบวกสะท้อนถึงความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ ขณะที่ค่าลบแสดงถึงการเสียเปรียบเมื่อเทียบกับประเทศอื่นในตลาดเดียวกัน

ผลการคำนวณดัชนี NRCA พบว่า 1) สินค้าข้าว ประเทศไทยมีค่าดัชนี NRCA ในตลาดซาอุฯ และ UAE อยู่ที่ -0.05 และ 0.15 ตามลำดับ 2) สินค้าผลไม้ ประเทศไทยมีค่าดัชนี NRCA ในตลาดซาอุฯ และ UAE อยู่ที่ -0.45 และ 0.19 ตามลำดับ 3) สินค้าไก่ ประเทศไทยมีค่าดัชนี NRCA ในตลาดซาอุฯ และ UAE อยู่ที่ -0.56 และ -0.31 ตามลำดับ 4) สินค้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ประเทศไทยมีค่าดัชนี NRCA ในตลาดซาอุฯ และ UAE อยู่ที่ 0.00 และ 0.01 ตามลำดับ 5) สินค้ายางพารา ประเทศไทยมีค่าดัชนี NRCA ในตลาดซาอุฯ และ UAE อยู่ที่ 0.03 และ 0.57 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ผลการศึกษาความสามารถในการแข่งขันในการการส่งออกรายสินค้า

สินค้า	ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏแบบปรับมาตรฐาน	
	ซาอุดีอาราเบีย	สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์
ข้าว	-0.05	0.15
ผลไม้	-0.45	0.19
ไก่	-0.56	-0.31
ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	0.00	0.01
ยางพารา	0.03	0.57

อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรหลักของประเทศไทยไปยังตลาดซาอุฯ และ UAE สะท้อนให้เห็นว่าค่า IME ของสินค้าที่ศึกษามีทิศทางสอดคล้องกันระหว่างทั้งสองตลาด กล่าวคือ รายการสินค้าที่มีค่า IME เป็นบวกหรือเป็นลบมีลักษณะเหมือนกันในทั้งสองประเทศ ผลลัพธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับกลไกของแบบจำลองแรงโน้มถ่วงที่ชี้ว่า ระดับการค้าทวิภาคีถูกกำหนดโดยขนาดเศรษฐกิจและต้นทุนการค้าเป็นสำคัญ ในกรณีของประเทศในภูมิภาคตะวันออกกลางซึ่งมีข้อจำกัดด้านทรัพยากรและพึ่งพาการนำเข้าอาหารในระดับสูง โครงสร้างอุปสงค์ที่มีลักษณะใกล้เคียงกันระหว่างซาอุดีอาระเบียและสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ย่อมทำให้ค่าการส่งออกที่คาดการณ์จากแบบจำลองมีทิศทางสอดคล้องกัน ดังนั้น การที่ค่า IME ของสินค้าแต่ละรายการมีเครื่องหมายเหมือนกันในทั้งสองตลาดจึงสะท้อนความคล้ายคลึงเชิงโครงสร้างของอุปสงค์มากกว่าปัจจัยเฉพาะรายประเทศ

ในเชิงการตีความค่า IME ที่เป็นบวกในสินค้าไก่และยางพาราสะท้อนว่ามูลค่าการส่งออกที่เกิดขึ้นจริงยังต่ำกว่าระดับที่แบบจำลองคาดการณ์ภายใต้ปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจ เช่น ขนาด GDP ระยะทาง และปัจจัยควบคุมอื่น ๆ ดังนั้นจึงบ่งชี้ถึง “ช่องว่างเชิงศักยภาพ” (export gap) ที่ยังสามารถขยายตัวได้เพิ่มเติม ผลดังกล่าวสอดคล้องกับนภัสวรรณ มณีวงศ์ และบัณฑิต อารอมัน (2568) ที่ระบุว่า ความต้องการบริโภคเนื้อไก่ยังเป็นที่ต้องการต่อประชากรโลกรวมถึงซาอุดีอาราเบียซึ่งไทยได้มีการรื้อฟื้นความสัมพันธ์ ดังนั้น ไทยจึงมีโอกาสในการขยายตลาดและส่วนแบ่งทางการตลาดในประเทศซาอุฯ ในส่วนของยางพารา ผลดังกล่าวสอดคล้องกับ Prasada and Dhamira (2021) ที่พบว่า การส่งออกยางพาราของไทยมีตำแหน่ง Rising Star สะท้อนว่าไทยไม่ได้ เพียงมีความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกยางพาราเท่านั้น แต่ยังมีส่วนแบ่งตลาดขยายตัวในตลาดโลก จึงบ่งชี้ถึงโอกาสในการขยายการส่งออกเพิ่มเติมในระยะต่อไป

ในทางตรงกันข้าม สินค้าข้าว ผลไม้ และผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังที่มีค่า IME ที่เป็นลบมิได้หมายความว่าการส่งออกไม่มีศักยภาพโดยสิ้นเชิง หากแต่สะท้อนว่ามูลค่าการค้าปัจจุบันอยู่ในระดับที่สูงกว่าค่าที่แบบจำลองคาดการณ์ภายใต้ปัจจัยพื้นฐาน ซึ่งอาจเกิดจากทั้งข้อจำกัดของแบบจำลองในการสะท้อนปัจจัยที่เกี่ยวข้องอย่างครบถ้วนและการมีความได้เปรียบเฉพาะด้านที่มิได้ถูกจับโดยตัวแปรในแบบจำลอง ซึ่งสอดคล้องกับ Egger (2002) ที่ระบุว่าในเชิงแบบจำลองความแตกต่างระหว่างมูลค่าจริง และค่าที่แบบจำลองคาดการณ์อาจสะท้อนถึงปัญหาการกำหนดแบบจำลอง (Model Misspecification) และข้อจำกัดเชิงเศรษฐมิติของแบบจำลองแรงโน้มถ่วง

ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรของไทย พบว่า ความสามารถในการแข่งขันรายสินค้าสามารถแตกต่างกันได้ระหว่างตลาดซาอุฯ และ UAE ซึ่งสะท้อนให้เห็นจากโครงสร้างเศรษฐกิจที่แตกต่างกันในด้านวัตถุประสงค์ของการนำเข้า โดย UAE เน้นการนำเข้าเพื่อส่งออกต่อไปยังประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคด้วย แต่ซาอุฯ เน้นการนำเข้าสินค้าเพื่อบริโภคภายในประเทศเป็นหลักมากกว่า โดยมีรายละเอียดรายสินค้า ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ NRCA ชี้ว่าประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันของสินค้าข้าวในตลาด UAE ในระดับที่พอใช้ได้ เนื่องจากมีค่าดัชนี NRCA เป็นบวก แม้จะไม่สูงมากนักแต่ก็ใกล้เคียงกับคู่แข่งอย่างอินเดีย ขณะที่ในตลาดซาอุฯ ไทยไม่มีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ และมีความสามารถในการแข่งขันต่ำกว่าประเทศคู่แข่งอย่างปากีสถาน อินเดีย และเมียนมาร์อย่างมีนัยสำคัญ จึงทำให้ไทยมีศักยภาพการแข่งขันแตกต่างกันอย่างชัดเจนระหว่างสองตลาดในสินค้าข้าว โดยมีแนวโน้มแข่งขันได้ดีกว่าในตลาด UAE ซึ่งผลลัพธ์นี้สอดคล้องกับ นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2565) และสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (2564) ที่ระบุว่า ในภาพรวมสินค้ายังเป็นสินค้าที่ประเทศไทยยังมีความสามารถในการแข่งขันอยู่ แต่มีแนวโน้มที่จะลดลง โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่สำคัญอย่างอินเดีย ทั้งนี้ บทบาทของ UAE ในฐานะศูนย์กลางการส่งออกต่อ (Re-export Platform) มีแนวโน้มทำให้ค่าดัชนี NRCA สะท้อนความสามารถในการแข่งขันทางอ้อมผ่านเครือข่ายการค้าระดับภูมิภาค มากกว่าความสามารถในการแข่งขันเพื่อการบริโภคขั้นสุดท้ายภายในประเทศ ซึ่งตรงกันข้ามเมื่อเทียบกับซาอุฯ ที่เน้นเพื่อการบริโภคภายในประเทศ

ผลการวิเคราะห์ดัชนี NRCA ชี้ว่า ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันของผลไม้ในตลาด UAE อยู่บ้างเนื่องจากมีค่าดัชนีเป็นบวก แม้จะยังไม่โดดเด่นเท่าประเทศคู่แข่ง ขณะที่ในตลาดซาอุดีอาระเบีย ไทยไม่มีความสามารถในการแข่งขัน ทำให้ไทยมีศักยภาพในการแข่งขันที่แตกต่างกันอย่างชัดเจนระหว่างสองตลาด โดยมีแนวโน้มแข่งขัน

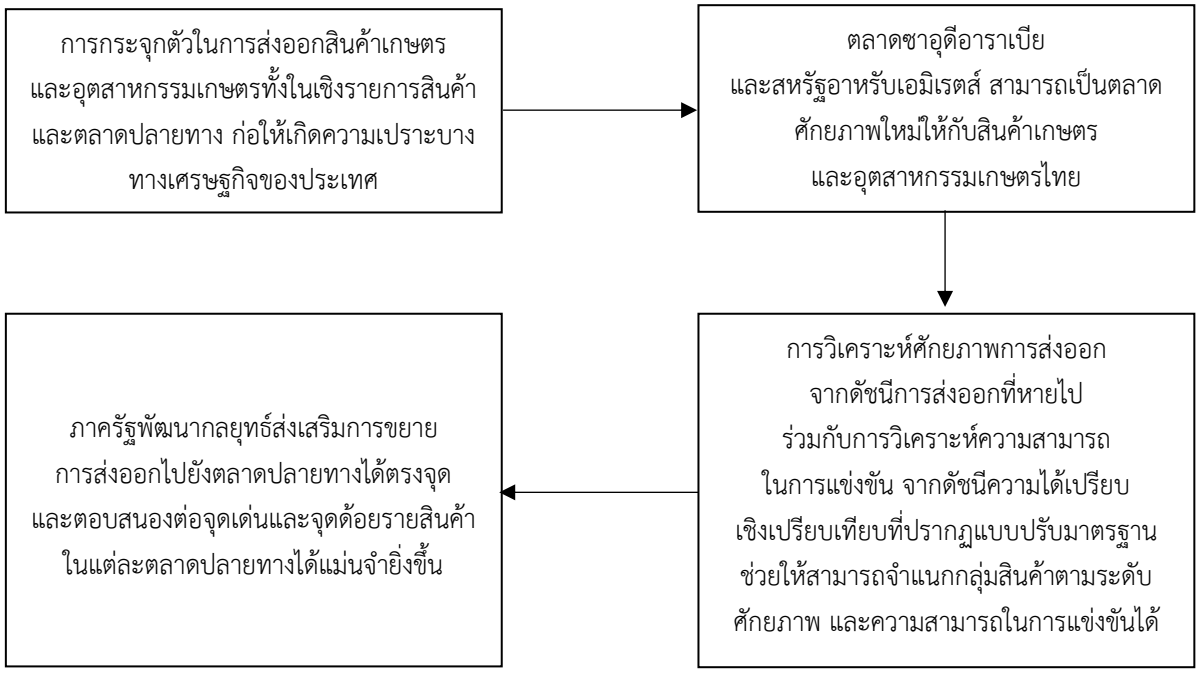
ได้ดีกว่าในตลาด UAE ซึ่งอาจเป็นผลจากต้นทุนค่าขนส่ง และวัตถุประสงค์ในการนำเข้าเพื่อส่งออกต่อของ UAE โดยผลลัพธ์ตรงกันข้ามกับงานศึกษาของนิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2565) และ สำนักงานนโยบายยุทธศาสตร์การค้า (2564) ที่ระบุว่าไทยมีความสามารถในการแข่งขัน แต่ในบริบทการส่งออกไปตลาดโลก

ไทยมีค่าดัชนี NRCA ติดลบสำหรับสินค้าไก่ในทั้งสองตลาด แสดงว่าไทยยังไม่มีความสามารถในการแข่งขันในสินค้าไก่ และตลาดซาอุดีอาระเบียเป็นตลาดที่ไทยเสียเปรียบมากกว่าตลาด UAE ทั้งนี้ ตลาดทั้งสองถูกครอบครองโดยผู้เล่นรายใหญ่คือบราซิล ซึ่งไม่สอดคล้องกับวิจัยกรุงศรี (2566) ที่ระบุว่าไทยมีความได้เปรียบประเทศคู่แข่งในการส่งออกไก่แปรรูปและไก่แช่แข็ง เนื่องจากวิจัยกรุงศรี (2566) ใช้ตลาดโลกเป็นตลาดปลายทางในการวิเคราะห์ ไม่ได้เฉพาะเจาะจงเพียงตลาดซาอุฯ และ UAE

ถึงแม้ค่า NRCA จะเป็นบวกสำหรับผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังในทั้งสองตลาด แต่ค่าดังกล่าวใกล้เคียงศูนย์มาก ซึ่งสะท้อนถึงการไม่มีความได้เปรียบ และไม่มีความเสียเปรียบในสินค้าชนิดนั้นอย่างชัดเจนเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ อาจเป็นเพราะทั้งซาอุฯ และ UAE มีการนำเข้าสินค้ากลุ่มนี้ต่ำมาก และส่วนใหญ่นำเข้าจากประเทศไทย ซึ่งเป็นไปในทางเดียวกันกับสมประสงค์ ทวีพงษ์ (2556) ที่ระบุว่าไทยมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก

ไทยมีความสามารถในการแข่งขันที่ดีในสินค้ายางพาราในทั้งสองตลาด มีค่าดัชนี NRCA เป็นบวกทั้งคู่ แต่มีความสามารถในการแข่งขันสูงกว่าในตลาด UAE เมื่อเทียบกับตลาดซาอุฯ ซึ่งอาจเป็นเพราะไทยเป็นผู้ผลิต และส่งออกยางพาราที่สำคัญเป็นที่ยอมรับในเรื่องคุณภาพในตลาดโลกอยู่แล้ว โดยเป็นไปในทางเดียวกันกับ สำนักงานนโยบายยุทธศาสตร์การค้า (2564) และวลัยพร บวรกุลวัฒน์ (2554) ที่พบว่า ไทยมีความสามารถในการแข่งขันในสินค้ายางธรรมชาติทั้งในตลาดโลก จีน และสหรัฐอเมริกา

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่

จากภาพที่ 2 งานวิจัยนี้ก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ โดยแสดงให้เห็นว่า “ความสามารถในการแข่งขัน” และ “ศักยภาพในการขยายการส่งออก” มิได้เป็นมิติเดียวกันเสมอไป กล่าวคือ ประเทศผู้ส่งออกอาจมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดปลายทางโดยที่ยังไม่มีศักยภาพในการขยายการส่งออกเพิ่มเติม และในทางกลับกัน อาจมีโอกาสในการขยายการส่งออกในตลาดที่ยังไม่ปรากฏความสามารถในการแข่งขันอย่างชัดเจน

ดังนั้น การวิเคราะห์ดัชนีการส่งออกที่หายไปควบคู่กับดัชนีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่ปรากฏแบบปรับมาตรฐานในงานวิจัยนี้ จึงช่วยเติมเต็มช่องว่างของการวิเคราะห์แบบเดิมที่มุ่งพิจารณาเพียงมิติใดมิติหนึ่ง และทำให้สามารถระบุกลุ่มสินค้าที่มีลักษณะเชิงศักยภาพและเชิงการแข่งขันได้อย่างแม่นยำยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายการค้าระหว่างประเทศในเชิงรุกและจำเพาะรายสินค้าในตลาดปลายทางที่ศึกษา

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกสินค้าเกษตรหลักได้แก่ ข้าว ผลไม้ ไก่ ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง และยางพาราของประเทศไทยไปยังตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (UAE) และซาอุดีอาราเบีย สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังตารางที่ 2 ดังนี้ 1) สินค้าที่มีศักยภาพในการขยายส่งออก ได้แก่ สินค้าไก่ และยางพารา ในการส่งออกไปตลาดซาอุฯ และ UAE 2) สินค้าที่ขาดศักยภาพในการขยายการส่งออก ได้แก่ สินค้าข้าว ผลไม้ และผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังในตลาดซาอุฯ และ UAE 3) สินค้าที่มีความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกไปตลาดปลายทาง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังและยางพาราในตลาดซาอุฯ และ UAE และสินค้าข้าวและผลไม้ในตลาด UAE 4) สินค้าที่ไม่มีความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกไปตลาดปลายทาง ได้แก่ สินค้าไก่ ในตลาดซาอุฯ และ UAE และสินค้าข้าวและผลไม้ในตลาดซาอุฯ

ตารางที่ 4 สรุปผลการศึกษาศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกสินค้าเกษตรหลักของประเทศไทย

สินค้า	ดัชนีการส่งออกที่หายไป		ดัชนีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่ปรากฏแบบปรับมาตรฐาน	
	ซาอุดีอาราเบีย	สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	ซาอุดีอาราเบีย	สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์
ข้าว	-	-	-	+
ผลไม้	-	-	-	+
ไก่	+	+	-	-
ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	-	-	+	+
ยางพารา	+	+	+	+

หมายเหตุ: + หมายถึง มีศักยภาพ/มีความสามารถในการแข่งขัน ตามดัชนีที่พิจารณา

- หมายถึง ไม่มีศักยภาพ/ไม่มีความสามารถในการแข่งขัน ตามดัชนีที่พิจารณา

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมสินค้ายางพาราเป็นหลัก เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีทั้งศักยภาพในการส่งออกและความสามารถในการแข่งขันในทั้งสองตลาด ร่วมกับสินค้าไก่ที่สามารถจัดเป็นสินค้าที่มีโอกาสในการขยายการส่งออก เนื่องจากมีศักยภาพแต่ยังขาดความสามารถในการแข่งขัน ในส่วนของผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังแม้จะมีความสามารถในการแข่งขัน แต่มีข้อจำกัดด้านศักยภาพการขยายตลาด และข้าวกับผลไม้ ซึ่งไม่มีทั้งศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกในตลาดปลายทางที่ศึกษา ดังนั้น จึงยังไม่เหมาะสำหรับการผลักดันเชิงรุกในระยะสั้น

1.2 ในเชิงโครงสร้างทางการค้า การไม่มีความตกลงการค้าเสรีกับประเทศคู่ค้าหลักในตะวันออกกลางยังคงเป็นข้อจำกัดสำคัญต่อการขยายการส่งออกของไทย ดังนั้น ภาครัฐควรเร่งเจรจาความตกลงการค้าเสรีทั้งในระดับทวิภาคีและในกรอบคณะมนตรีความร่วมมือรัฐอ่าวอาหรับ โดยมุ่งลดอุปสรรคทางการค้าทั้งด้านภาษีและไม่ใช่ภาษี โดยเฉพาะมาตรฐานด้านสุขอนามัยและฮาลาล ทั้งนี้ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าความตกลงการค้าเสรีมีบทบาทสำคัญต่อการส่งออกในหลายสินค้า แม้ในบางกรณีจะไม่เพียงพอหากไม่แก้ไขข้อจำกัดเชิงโครงสร้างอื่นควบคู่กัน

1.3 จากข้อค้นพบที่ว่าความสามารถในการแข่งขันของไทยในสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์สูงกว่าซาอุดีอาระเบียในเกือบทุกสินค้า ภาครัฐควรใช้สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์เป็นศูนย์กลางเชิงยุทธศาสตร์ (strategic re-export hub) สำหรับการกระจายสินค้าไปยังภูมิภาคตะวันออกกลางและแอฟริกาเหนือ โดยมุ่งพัฒนาเครือข่ายผู้จัดจำหน่าย การจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า และการสร้างพันธมิตรกับผู้ประกอบการในห่วงโซ่การค้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงตลาดในวงกว้างมากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาในอนาคตอาจพิจารณาขยายกรอบการวิเคราะห์ให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น โดยปรับระดับความละเอียดของรหัสสินค้า (HS code) เช่น จากระดับ 4 หลักเป็นระดับ 6 หลัก เพื่อสะท้อนลักษณะเฉพาะของสินค้าได้ชัดเจนขึ้น โดยเฉพาะสินค้าเกษตรที่มีความแตกต่างด้านคุณภาพและมาตรฐาน พร้อมทั้งเพิ่มตัวแปรอธิบายเพิ่มเติม เช่น มาตรการที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff Measures: NTMs) อาทิ มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (SPS) และมาตรการด้านมาตรฐานสินค้า (TBT) ตลอดจนการวิเคราะห์เชิงคุณภาพเพิ่มเติม เช่น โครงสร้างต้นทุนรายสินค้า ซึ่งจะช่วยให้การประเมินศักยภาพการส่งออกและความสามารถในการแข่งขันมีความแม่นยำ ครอบคลุม และสอดคล้องกับบริบทเชิงโครงสร้างของสินค้าแต่ละประเภทมากยิ่งขึ้น

2.2 ควรได้รับการศึกษาเพิ่มเติมโดยใช้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น เพื่อแยกแยะบทบาทของอุปสงค์ปลายทางที่แท้จริงออกจากบทบาทในฐานะศูนย์กลางการกระจายสินค้า ซึ่งอาจมีส่วนช่วยให้การตีความศักยภาพการส่งออกมีความชัดเจนและสอดคล้องกับโครงสร้างเครือข่ายการค้าโลกมากยิ่งขึ้น

2.3 อาจพิจารณาใช้วิธี “Mirror Statistics” กล่าวคือ หากประเทศผู้ส่งออกไม่รายงานข้อมูล อาจพิจารณาใช้ข้อมูลจากฝั่งผู้นำเข้ามาใส่แทนในฐานะตัวแทน วิธีนี้จะช่วยเพิ่มจำนวนข้อมูล และลดปัญหาอคติจากการที่บางประเทศมีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่ไม่เสถียร

2.4 พิจารณาเพิ่มประเทศคู่ค้าเพิ่มเติมให้มากยิ่งขึ้น เนื่องจากการเพิ่มจำนวนประเทศผู้ส่งออกและประเทศผู้นำเข้าในการวิเคราะห์แบบจำลองแรงโน้มถ่วงในการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออก อาจมีส่วนช่วยให้ผลการศึกษาสะท้อนพฤติกรรมการค้าโลกได้อย่างครอบคลุมยิ่งขึ้น และเพิ่มความน่าเชื่อถือในการนำผลการศึกษาไปใช้เชิงนโยบาย

เอกสารอ้างอิง

นิพนธ์ พัวพงศกร, อภิวัฒน์ รัตนวราหะ, อิทธิพงศ์ มหาธนเศรษฐ์, อรรถชัย จินตะเวช, ศิริพร กิรติการกุล, กานพิชชา บุญศิริ, นิภา ศรีอนันต์, กัมพล ปั้นตะกั่ว, ณัฐธิดา วิวัฒน์วิชา และ คุณชวัลรัตน์ บูรณะกิจ. (2565). *อนาคตชาวนา-ชาวสวนรายเล็ก (Future of Small Farmers)* (รายงานการวิจัย).กรุงเทพฯ: สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ.

วลัยพร บวรกุลวัฒน์. (2554). *การศึกษาความสามารถในการแข่งขันและศักยภาพเชิงลึกของอุตสาหกรรมยางธรรมชาติในประเทศไทย*. (เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

วิจัยกรุงศรี. (2566). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2566-68 อุตสาหกรรมไก่แช่เย็น แช่แข็ง และแปรรูป*. สืบค้นจาก https://www.eatecon.com/wp-content/uploads/2023/11/Krungsri-research-Chicken-2023-2025.pdf.

วีระชัย เพ็งเปิ้น. (2564). *รูปแบบการค้าและศักยภาพการส่งออกสินค้าเกษตรสำคัญของประเทศไทย: การวิเคราะห์แบบจำลองแรงโน้มถ่วงกับกระแสการค้าที่เป็นศูนย์*. (เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

สมประสงค์ ทวีพงษ์. (2556). *การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันการส่งออกผลิตภัณฑ์จากมันสำปะหลังของประเทศไทย*. (เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช).

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. (2564). *แนวโน้มการปรับตัวของภาคการส่งออกไทยหลังสถานการณ์โควิด-19* (รายงานการวิจัย). นนทบุรี: กองวิจัยเศรษฐกิจการค้ามหภาค.

_____. (2569). *การค้าระหว่างประเทศ*. สืบค้นจาก https://xn--42ca1c5gh2k.com/data/?tab=dashboard&_cat=international-trade.

Anderson, J. E., & Van Wincoop, E. (2003). Gravity with gravitas: A solution to the border puzzle. *American economic review, 93*(1), 170-192.

Balassa, B. (1965). Trade liberalisation and "revealed" comparative advantage 1. *The manchester school, 33*(2), 99-123.

Egger, P. (2002). An econometric view on the estimation of gravity models and the calculation of trade potentials. *World Economy, 25*(2), 297-312.

García Juárez, H. D., Montes Ninaquispe, J. C., Arbulú Ballesteros, M. A., Palma Vallejo, J. G., Sandoval Reyes, C. J., Agurto Ruiz, K. P., Olaya Guerrero, L. M., Angeles Goicochea, D. E., Corrales Otazú, C. D., & Apaza Miranda, S. J. (2026). Market Diversification and Revealed Comparative Advantage in Salmon Exports: Comparative Evidence from Norway, Sweden, Chile, and the United Kingdom. *Sustainability, 18*(2), 568.

Head, K., & Mayer, T. (2014). Gravity equations: Workhorse, toolkit, and cookbook. In *Handbook of international economics* (Vol. 4, pp. 131-195). Amsterdam, Netherlands: Elsevier.

International Monetary Fund. (2025). *IMF staff completes 2025 Article IV mission to Thailand*. Retrieved from https://www.imf.org/en/news/articles/2025/11/13/pr25367-thailand-imf-staff-completes-2025-article-iv-mission.

Maneewong, N., & Aroman, B. (2025). Guidelines for Developing Standards for Exporting Halal Thai Poultry Products for Thai Entrepreneurs to Saudi Arabia After the Restoration of Thai-Saudi Relations. *Thailand Islamic Journal, 2*(1), 21-38.

Montes Ninaquispe, J. C., Orejuela Guerrero, L. A., Rodriguez Novoa, F. E., Mendoza Ocaña, P. R., Sánchez Yarleque, A. M., Mendoza Ocaña, C. E., Pairazaman Lam, F. L., Gutiérrez Albán, L. I., Flores Castillo, M. M., & Semillan Rosales, Y. P. (2026). Diversification and Competitiveness Patterns in International Shrimp and Prawn Trade: Evidence from Ecuador, India, Vietnam, and Indonesia. *Sustainability, 18*(4), 1793.

Mulabdic, A., & Yasar, P. (2021). *Gravity Model–Based Export Potential*. Washington: World Bank.

Prasada, I. Y., & Dhamira, A. (2021). *The competitiveness of natural rubber by exporting countries in the global market*. Retrieved from https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/pdf/2021/81/e3sconf_rubis2021_02006.pdf.

Rahimi, J., Smerald, A., Moutahir, H., Khorsandi, M., & Butterbach-Bahl, K. (2023). The potential consequences of grain-trade disruption on food security in the Middle East and North Africa region. *Frontiers in Nutrition, 10*, 1239548.

Rangkakulnuwat, P., & Weravess, R. (2022). The gravity model for rice exports: The cases of India and Thailand. *Economics Bulletin, 42*(3), 1432-1473.

Rashid, N., & Mir, M. A. (2022). A Study on the Trade Relationship between China & Mongolia: With Special Focus on Revealed Comparative Advantage (RCA). *Shanlax International Journal of Economics, 11*(1), 37-45.

Silva, S. J. M. C., & Tenreyro, S. (2006). The log of gravity. *Review of Economics and Statistics, 88*(4), 641–658.

Tinbergen, J. (1962). *Shaping the World Economy: Suggestions for an International Economic Policy*. New York: The Twentieth Century Fund.

Yotov, Y. V., Piermartini, R., Monteiro, J.-A., & Larch, M. (2016). *An advanced guide to trade policy analysis: The structural gravity model*. Retrieved from https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/advancedwtounctad2016_e.pdf.

Yu, R., Cai, J., & Leung, P. (2009). The normalized revealed comparative advantage index. *The annals of regional Science, 43*(1), 267-282.

JSSP: Journal of Social Science Panyapat, 2026. 8(2): 17-30.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSSP
Journal of Social Science Panyapat
https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSSP/index

Research Article

School Administration for Developing the Innovativeness of Teachers in Demonstration Schools

Manaphan Charnsilpa[1*]

[1] *Sukhothai Thammathirat Open University, Thailand*

[*] *Corresponding author. E-mail: manaphansiam@hotmail.com*

ABSTRACT

The purposes of this research are to study 1) the current condition of school administration for developing the innovativeness of teachers in demonstration schools; 2) the problems and obstacles of school administration for developing the innovativeness of teachers in demonstration schools and; 3) the success factors of school administration for developing the innovativeness of teachers in demonstration schools. This research is qualitative research. The data was gathered from 10 informants form 5 demonstration schools those are 5 principals and 5 heads of learning departments. The research tool is semi-structured interview guidelines about school administration for developing the innovativeness of teachers. The data analysis was conducted by content analysis. The research findings revealed that 1) the current condition of school administration for developing the innovativeness of teachers in demonstration schools was characterized by the establishment of strategies and goals for innovativeness development allowing a schoolwide participation of teachers; the development of teacher competencies through diverse approaches; the provision of essential resources along with support for teachers in developing innovations; the creation of a school climate and organizational culture enhancing teachers to develop themselves continuously; the use of academic performance evaluation and quality assurance systems to monitor and assess the development of teacher innovativeness; and the management of school collaboration networks; 2) the problems and obstacles in school administration to develop the innovativeness of teachers in demonstration schools comprise 3 aspects: teachers accounted for heavy workloads caused they were unable to manage time for self-development; the lack of space and time for teachers' knowledge sharing; and changes in organizational culture resulted from shifts in teachers' behaviour; and 3) the success factors of school administration for developing teacher innovativeness comprise 4 key aspects: administrators' leadership; clear innovation-related visions and goals; supporting of teachers' self-development based on their individual needs; and school climate and organizational culture conducive to innovation creation.

Keywords: School Administration, Innovativeness of Teachers, Demonstration Schools

Received: 27 February 2026;
Revised: 5 May 2026;
Accepted: 21 June 2026

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat
ISSN: 3027-6748 (Online)

การบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูโรงเรียนสาธิต

มนพันธ์ ชาญศิลป์[1*]

[1] *มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ประเทศไทย*

* *Corresponding author. E-mail: manaphansiam@hotmail.com*

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพการบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูในโรงเรียนสาธิต 2) ปัญหาและอุปสรรคของการบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูในโรงเรียนสาธิต และ 3) ปัจจัยความสำเร็จของการบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูในโรงเรียนสาธิต งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูล 10 คนจากโรงเรียนสาธิต 5 แห่ง ประกอบด้วยผู้อำนวยการโรงเรียน 5 คน และหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ 5 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างเกี่ยวกับสภาพการบริหารโรงเรียนเพื่อพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูในโรงเรียนสาธิต การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพการบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูในโรงเรียนสาธิต เป็นการบริหารโดยการกำหนดกลยุทธ์และเป้าหมายด้านการพัฒนาความเป็นนวัตกรที่เปิดโอกาสให้ครูมีส่วนร่วมอย่างทั่วถึง การพัฒนาสมรรถนะครูด้วยวิธีการที่หลากหลาย การสนับสนุนทรัพยากรที่จำเป็นพร้อมทั้งให้ความช่วยเหลือแก่ครูในการพัฒนานวัตกรรม การสร้างบรรยากาศในโรงเรียนและวัฒนธรรมองค์การที่ส่งเสริมให้ครูพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ การใช้ระบบประเมินผลงานทางวิชาการและการประกันคุณภาพเพื่อติดตามและประเมินผลการพัฒนาความเป็นนวัตกรของครู และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของโรงเรียน 2) ปัญหาและอุปสรรคของการบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูในโรงเรียนสาธิต มี 3 ประการ ได้แก่ ครูมีภาระงานมากจนไม่สามารถบริหารจัดการเวลาให้กับการพัฒนาตนเอง การขาดพื้นที่และเวลาสำหรับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของครู และการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมองค์กรที่เปลี่ยนไปตามพฤติกรรมของครูในโรงเรียน และ 3) ปัจจัยความสำเร็จของการบริหารเพื่อพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูในโรงเรียนสาธิตมี 4 ประการ ได้แก่ ภาวะผู้นำของผู้บริหาร วิสัยทัศน์และเป้าหมายด้านนวัตกรรมที่ชัดเจน การสนับสนุนให้ครูพัฒนาตนเองตามความต้องการ และบรรยากาศและวัฒนธรรมที่เอื้ออำนวยต่อการสร้างนวัตกรรม

คำสำคัญ: การบริหารสถานศึกษา, ความเป็นนวัตกรของครู, โรงเรียนสาธิต

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat

บทนำ

การจัดการศึกษาให้แก่นักเรียนให้สามารถเติบโตและเรียนรู้ได้อย่างเต็มศักยภาพนั้น จำเป็นต้องอาศัยกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่ตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมในการเรียนรู้ที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งสภาพแวดล้อมทางสังคมและวิถีชีวิตประจำวันของผู้คนที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง เทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว ตลอดจนความต้องการของนักเรียนที่เปลี่ยนแปลงไปตามเงื่อนไขของโลกที่นักเรียนจะต้องเผชิญ นอกจากนี้ กระบวนการจัดการเรียนรู้ของครูยังอาจเปลี่ยนแปลงไปให้ทันต่อความก้าวหน้าของศาสตร์ทางด้านการสอนที่มีทั้งองค์ความรู้และวิธีการจัดการเรียนรู้แบบใหม่ที่พัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง (กระทรวงศึกษาธิการ, 2567) ดังเช่นที่สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษาแห่งชาติได้ระบุแนวทางในการขับเคลื่อนแผนการศึกษาชาติสู่การปฏิบัติไว้ประการหนึ่งว่าให้เพิ่มการใช้นวัตกรรมเข้ามาเป็นหนึ่งในเครื่องมือหลักที่จะใช้ในการขับเคลื่อนการพัฒนาการจัดการศึกษาและการเรียนรู้ทั้งในระบบ นอกระบบ และตามอัธยาศัย (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560) ด้วยเหตุนี้ นวัตกรรมทางการศึกษาที่สร้างสรรค์ จึงเป็นสิ่งสำคัญต่อการปรับเปลี่ยนวิธีการจัดการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับบริบททางการเรียนรู้ที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ด้วยเหตุนี้ ครูจึงต้องพร้อมที่จะปรับตัวและพัฒนาตนเองให้ทันยุคสมัยที่เปลี่ยนไป มีความกระตือรือร้นที่จะพัฒนาทักษะและเทคนิควิธีการเรียนการสอนแบบใหม่ ๆ ที่มีประสิทธิภาพ

ซึ่งความเป็นนวัตกรของครูในสถานศึกษา เป็นอีกหนึ่งแนวทางในสร้างให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาตามที่สังคมไทยและสังคมโลกต้องการ (OECD, 2025)

ความเป็นนวัตกรของครูในสถานศึกษา เป็นพฤติกรรม หรือคุณลักษณะของครูในสถานศึกษา ที่แสดงออกถึง ความรู้และความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ มีทักษะที่หลากหลาย ในการสร้าง ส่งเสริม สนับสนุน การจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิควิธีการ กระบวนการใหม่ ๆ และท้าทาย มีความมุ่งมั่น สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ขึ้นด้วยตนเองเพื่อนำไปใช้ในการแก้ปัญหา และเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการศึกษาให้ดียิ่งขึ้น (Papendieck & Hughes, 2022) ความเป็นนวัตกรของครูจึงเป็นสิ่งความสำคัญอย่างยิ่งในกระบวนการจัดการเรียนรู้ เพราะครูที่มีความเป็นนวัตกรจะสามารถจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ทันสมัยและเหมาะสมกับความบริบทในการเรียนรู้ของผู้เรียนที่เปลี่ยนแปลงไป (Thurlings et al., 2014)

โรงเรียนสาธิต (Demonstration School) เป็นโรงเรียนที่จัดตั้งขึ้นภายใต้การดูแลของคณะศึกษาศาสตร์/ครุศาสตร์ของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เพื่อให้เป็นสถานฝึกปฏิบัติการทางการศึกษา และเป็นสถานที่ฝึกการปฏิบัติงานของคณะศึกษาศาสตร์/ครุศาสตร์ก่อนที่นิสิตนักศึกษาจะสำเร็จการศึกษา โรงเรียนสาธิตจึงมีสถานะเป็นทั้งสถานฝึกปฏิบัติการทางการศึกษาและสถานที่ฝึกการปฏิบัติงานของครู ส่งผลให้โรงเรียนสาธิตต้องมุ่งเน้นการบริหารเพื่อพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูเป็นอย่างยิ่ง (ตระกูลพันธ์ ยุชมภู และคณะ, 2563) เนื่องจากครูในโรงเรียนสาธิตจะต้องรับบทบาทเป็นทั้งผู้พัฒนาครูฝึกหัดให้สามารถสร้างนวัตกรรมได้ และบทบาทผู้พัฒนานวัตกรรมทางการศึกษาเพื่อนำมาใช้ในการจัดการเรียนรู้ในชั้นเรียนสำหรับนักเรียนของตนด้วยเช่นกัน การบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูในโรงเรียนสาธิต จึงเป็นสิ่งสำคัญในโรงเรียนสาธิตที่จะช่วยให้ครูในโรงเรียนสาธิตสามารถปฏิบัติหน้าที่ในบทบาททั้งสองที่กล่าวไว้ข้างต้นได้ ซึ่งจะนำไปสู่ความสำเร็จในภารกิจของสถานศึกษาทั้งในฐานะสถานฝึกหัดครูและในฐานะโรงเรียน

อย่างไรก็ดี งานวิจัยด้านการบริหารการสถานศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูยังเป็นการศึกษาองค์ประกอบการบริหารที่แยกส่วนกัน เช่น กระบวนการพัฒนาสมรรถนะครู การศึกษาภาวะผู้นำ หรือการพัฒนารูปแบบทั่วไป แต่ยังขาดงานวิจัยที่บูรณาการองค์ประกอบด้านการบริหารเข้าด้วยกันเพื่อทำความเข้าใจถึงกลไกการบริหารในภาพรวมอย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การบริหารโรงเรียนสาธิต ซึ่งมีลักษณะเฉพาะทั้งด้านโครงสร้าง บทบาทและความคาดหวังทางวิชาการ ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่อง การบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูในโรงเรียนสาธิต เพื่อให้ทราบถึงสภาพการบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นนวัตกรของครู รวมถึง ปัญหาอุปสรรค และปัจจัยความสำเร็จของการบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูในโรงเรียนสาธิต โดยผลการวิจัยที่ได้ในครั้งนี้จะทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการบริหารโรงเรียนและการพัฒนาครูอันจะนำไปสู่การต่อยอดองค์ความรู้ในศาสตร์ด้านการบริหารการศึกษาต่อไป

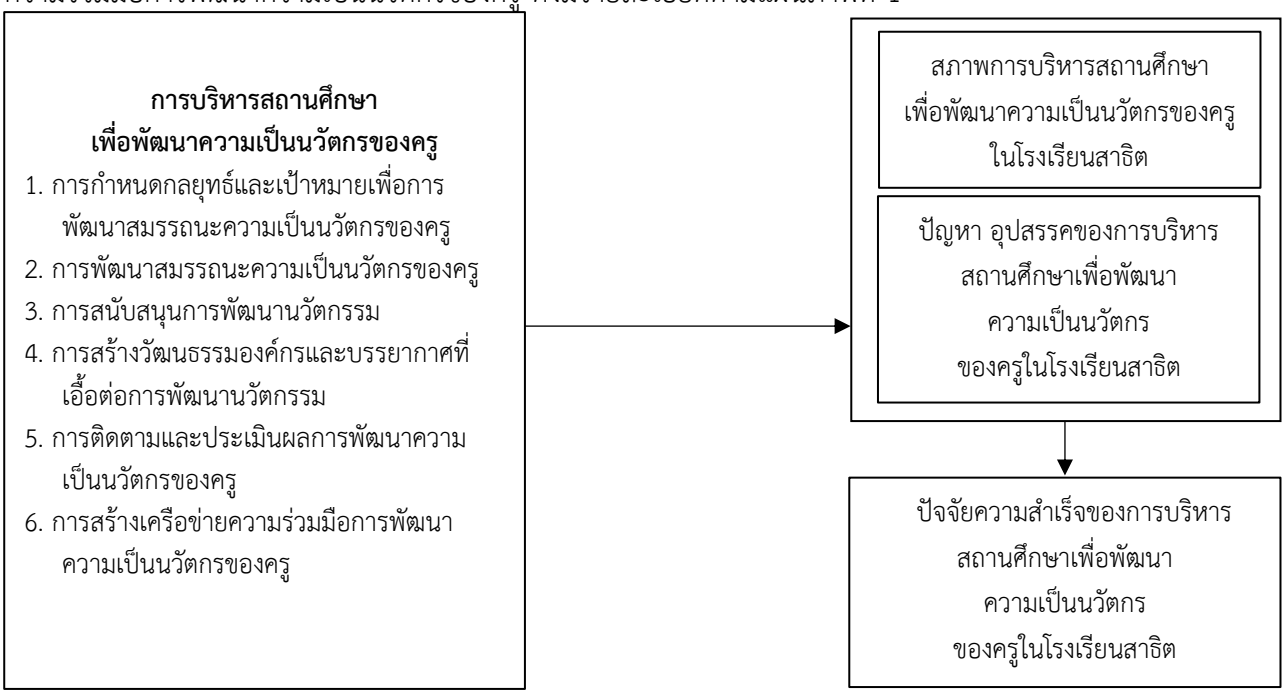
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูในโรงเรียนสาธิต
2. เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรคของการบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูในโรงเรียนสาธิต
3. เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จของการบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูในโรงเรียนสาธิต

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาเรื่องการบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูโรงเรียนสาธิตในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากแนวคิดของ Yermolenko et al. (2020), Normuhammad (2021), Papendieck & Hughes (2022), Zaporozhchenko (2022) และวิวัฒน์ มีสุวรรณ (2560) พบว่า การบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นนวัตกรของครู ประกอบด้วย 1) การกำหนดกลยุทธ์และเป้าหมายเพื่อการพัฒนาสมรรถนะความเป็นนวัตกรของครู 2) การพัฒนาสมรรถนะความเป็นนวัตกรของครู 3) การสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรม 4) การสร้างวัฒนธรรมองค์กรและบรรยากาศที่เอื้อ

ต่อการพัฒนานวัตกรรม 5) การติดตามและประเมินผลการพัฒนาความเป็นนวัตกรของครู และ 6) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือการพัฒนาความเป็นนวัตกรของครู ดังมีรายละเอียดตามแผนภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้อำนวยการโรงเรียนสาธิตที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาความเป็นนวัตกรของครู จำนวน 5 คน และ หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ที่ปฏิบัติหน้าที่ในโรงเรียนสาธิตที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาความเป็นนวัตกรของครู จำนวน 5 คน รวมทั้งสิ้น 10 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเกี่ยวกับสภาพการบริหารโรงเรียนเพื่อพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูในโรงเรียนสาธิต ซึ่งแบ่งเป็น 2 ฉบับ ฉบับที่ 1 เป็นแบบสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงเรียน และฉบับที่ 2 เป็นแบบสัมภาษณ์หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ โดยมีเนื้อหาแบ่งเป็น 7 ประเด็นหลัก ได้แก่ การกำหนดกลยุทธ์และเป้าหมายเพื่อการพัฒนาสมรรถนะความเป็นนวัตกรของครู การพัฒนาสมรรถนะความเป็นนวัตกรของครู การสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรม การสร้างวัฒนธรรมองค์กรและบรรยากาศที่เอื้อต่อการพัฒนานวัตกรรม การติดตามและประเมินผลการพัฒนาความเป็นนวัตกรของครู การสร้างเครือข่ายความร่วมมือการพัฒนาความเป็นนวัตกรของครู และ ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาความเป็นนวัตกรของครู ทั้งนี้ ผู้วิจัยตรวจสอบเครื่องมือวิจัยด้วยการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน เพื่อประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามศัพท์ (IOC: Index of Item Objective Congruence) ซึ่งพบว่า แบบสัมภาษณ์ทั้ง 2 ฉบับ มีค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์อยู่ระหว่าง 0.80 - 1.00

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการนัดสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงเรียน และหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ในแต่ละโรงเรียนตามความสะดวกของผู้ให้ข้อมูล โดยสำหรับโรงเรียนสาธิต 2 แห่ง ผู้วิจัยได้เข้าพบผู้บริหารโรงเรียน และหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้เพื่อดำเนินการสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้าในวันเดียวกัน ส่วนโรงเรียนสาธิตอีก 3 แห่ง ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้บริหารโรงเรียน และหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ผ่านทางช่องทางการประชุมออนไลน์ โดยเป็นการสัมภาษณ์แยกกันคนละวัน

และเวลาตามแต่ผู้ให้ข้อมูลจะสะดวก โดยดำเนินการสัมภาษณ์ ระหว่างวันที่ 13 สิงหาคม ถึง 31 ตุลาคม 2568 และใช้เวลาในการสัมภาษณ์ครั้งละประมาณ 90-120 นาที ทั้งนี้ ในการสัมภาษณ์ทุกครั้ง ผู้วิจัยได้ขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลเพื่อบันทึกเสียงในระหว่างการสัมภาษณ์ทั้งหมดแล้ว

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. สภาพการบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูในโรงเรียนสาธิต

1.1 ด้านการกำหนดกลยุทธ์และเป้าหมายเพื่อการพัฒนาสมรรถนะความเป็นนวัตกรของครู ผลการศึกษา พบว่า

โรงเรียนสาธิตกลุ่มเป้าหมายมีการกำหนดเป้าหมายเพื่อการพัฒนาสมรรถนะความเป็นนวัตกรของครูไว้อย่างชัดเจน ดังนั้น กลยุทธ์ในการพัฒนาสมรรถนะความเป็นนวัตกรของครูในโรงเรียนสาธิตจึงมุ่งเน้นที่การทำให้ครูสามารถสร้างนวัตกรรมทางการศึกษาได้ ทั้งนี้ระดับความเข้มข้นของกลยุทธ์และเป้าหมายของโรงเรียนสาธิตแต่ละแห่งจะแตกต่างกันไปตามโครงสร้างการบริหารของมหาวิทยาลัยและวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร โดยโรงเรียนสาธิตในสังกัดมหาวิทยาลัยที่มีการถ่ายทอดและขับเคลื่อนนโยบายอย่างทั่วถึงทั้งองค์กร จะกำหนดกลยุทธ์และเป้าหมายในการพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูให้สอดคล้องกับกรอบการพัฒนาความเป็นนวัตกรของบุคลากรในระดับมหาวิทยาลัยและระดับคณะที่โรงเรียนสังกัดอยู่ ในขณะที่โรงเรียนสาธิตในสังกัดมหาวิทยาลัยที่ให้อิสระแก่หน่วยงานกำหนดกลยุทธ์และเป้าหมายของตนเองได้ จะกำหนดกลยุทธ์และเป้าหมายในการพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูได้อย่างอิสระ อย่างไรก็ดี วิสัยทัศน์ของผู้บริหารในด้านการพัฒนา นวัตกรของครูก็ยังคงมีผลต่อเนื้อหาของกลยุทธ์และเป้าหมายในการพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูเช่นเดียวกันทุกแห่ง หากผู้บริหารโรงเรียนให้ความสำคัญกับการพัฒนาความเป็นนวัตกรแล้ว โรงเรียนก็จะมีกลยุทธ์และเป้าหมายในการพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูที่เข้มข้นและชัดเจนไม่ว่ามหาวิทยาลัยจะกำหนดกรอบไว้หรือไม่ก็ตาม ดังเช่นที่ผู้อำนวยการคนที่ 2 ได้ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า “ต้องผลักดันการพัฒนานวัตกรรมตามวิสัยทัศน์ที่แสดงไว้ตอนสรรหาผู้อำนวยการ” และผู้อำนวยการคนที่ 4 ให้สัมภาษณ์ว่า “ผมเป็นอาจารย์ด้านนวัตกรรมการเรียนการสอนอยู่แล้ว ถ้าผู้บริหารไม่ใช่ผู้เชี่ยวชาญในด้านนี้ นโยบายก็อาจจะไม่เป็นแบบนี้ก็ได้”

สำหรับวิธีการกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาความเป็นนวัตกรของครู โรงเรียนสาธิตแต่ละแห่งจะ ให้บุคลากรในโรงเรียนมีส่วนร่วมกับการกำหนดกลยุทธ์ทั้งในขั้นตอนของการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและการกำหนดประเด็นกลยุทธ์ตามสภาพแวดล้อมที่วิเคราะห์ไว้ กลยุทธ์และเป้าหมายในการพัฒนาความเป็นนวัตกรในโรงเรียนสาธิตที่กำหนดขึ้นจึงมักเป็นกลยุทธ์และเป้าหมายที่ผู้บริหารและครูในโรงเรียนยอมรับร่วมกัน เป็นผลให้การขับเคลื่อนกลยุทธ์ด้านการพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูได้รับความร่วมมือจากครูและบุคลากรเป็นอย่างดี ทั้งนี้ การกำหนดกลยุทธ์และเป้าหมายดังกล่าวจะเป็นกลยุทธ์และเป้าหมายระดับโรงเรียนเป็นหลัก ในขณะที่กลุ่มสาระการเรียนรู้จะไม่ได้กำหนดกลยุทธ์และเป้าหมายด้านการพัฒนาสมรรถนะความเป็นนวัตกรของครูไว้อย่างชัดเจน แต่จะเป็นเพียงผู้รับนโยบายในระดับโรงเรียนมาปฏิบัติเท่านั้น

1.2 ด้านการพัฒนาสมรรถนะความเป็นนวัตกรของครู ผลการศึกษา พบว่า

การพัฒนาสมรรถนะความเป็นนวัตกรของครูในโรงเรียนสาธิตจะดำเนินการใน 4 วิธีการหลัก วิธีการแรก คือ การอบรมแบบ off the job training โดยการเชิญวิทยากรภายนอกมาอบรมให้แก่ครูในโรงเรียนตามประเด็นที่ครูเสนอความต้องการของตนไปยังผู้บริหาร หรือการอนุญาตให้ครูไปเข้าร่วมการอบรมที่ตนเองสนใจที่หน่วยงานภายนอกจัดขึ้น วิธีการที่สอง คือ การพัฒนาด้วยชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ หรือ Professional Learning Community (PLC) ทั้งในรูปแบบข้ามกลุ่มสาระการเรียนรู้ในระดับชั้นเดียวกัน และภายในกลุ่มสาระการเรียนรู้ โดยเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันเพื่อการพัฒนาชิ้นงานนวัตกรรมทางการศึกษาที่ครูจะพัฒนาขึ้นโดยตรง และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันเพื่อพัฒนาสมรรถนะความเป็นนวัตกรที่มิได้เป็นการพัฒนาชิ้นงานที่เป็นนวัตกรรมทางการศึกษาโดยตรง วิธีการที่สาม คือ การส่งเสริม

ให้ครูเข้าร่วมการประชุมทางวิชาการหรือการประกวดนวัตกรรม เพื่อให้ครูได้มีโอกาสในการพัฒนาและเผยแพร่ชิ้นงานนวัตกรรมทางการศึกษาของตน อันจะเป็นช่องทางให้ครูได้พัฒนาความเป็นนวัตกรของตนเองอย่างเข้มข้น และวิธีการสุดท้าย คือ การจัดบริการวิชาการด้านการพัฒนานวัตกรรมโดยให้ครูเป็นวิทยากรหรือเป็นพี่เลี้ยงให้แก่โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ซึ่งเป็นวิธีที่ช่วยให้ครูต้องพัฒนาความเป็นนวัตกรของตนเองให้เข้มแข็งอย่างเพียงพอที่จะรับบทบาทที่ได้รับมอบหมายนั้นมา

วิธีการพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูทั้ง 4 วิธีที่ได้กล่าวมาข้างต้น วิธีการสุดท้ายจะเป็นวิธีการที่พบในโรงเรียนสาธิตที่อยู่นอกเขตกรุงเทพมหานครซึ่งมีเพียงแห่งเดียวในกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากโรงเรียนสาธิตแห่งนั้น ตั้งอยู่ในจังหวัดที่ไม่ได้มีมหาวิทยาลัยมากเท่าในกรุงเทพมหานคร ทำให้โรงเรียนต้องแสดงศักยภาพและความเป็นผู้นำด้านนวัตกรรมทางการศึกษาเพื่อเป็นต้นแบบด้านนวัตกรรมให้แก่โรงเรียนในจังหวัดและในภูมิภาค นับเป็นบริบทเฉพาะที่แตกต่างจากโรงเรียนสาธิตในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่โรงเรียนจะแสดงความเป็นผู้นำด้านนวัตกรรมทางการศึกษาให้โดดเด่นได้ยากกว่า เพราะที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ที่มีมหาวิทยาลัยหลายแห่ง การเป็นต้นแบบด้านนวัตกรรมให้แก่โรงเรียนในพื้นที่จึงถูกแบ่งออกไปยังโรงเรียนสาธิตที่มีอยู่หลายแห่งไปด้วยเช่นกัน

1.3 ด้านการสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรม ผลการศึกษา พบว่า

การสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมของครูในโรงเรียนสาธิตกลุ่มเป้าหมายสามารถแยกได้เป็น 2 ระดับ คือ ระดับโรงเรียนและระดับกลุ่มสาระการเรียนรู้ โดยการสนับสนุนในระดับโรงเรียนจะแบ่งได้เป็น 2 ด้าน คือด้านทรัพยากรเพื่อการพัฒนานวัตกรรม และด้านการให้ความช่วยเหลือในการพัฒนานวัตกรรม

การสนับสนุนด้านทรัพยากรเพื่อการพัฒนานวัตกรรมแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ประเภทแรก คือ การสนับสนุนงบประมาณสำหรับเป็นเงินทุนการพัฒนานวัตกรรมจากแหล่งต่าง ๆ ตามระเบียบการจัดสรรงบประมาณของมหาวิทยาลัยแต่ละแห่ง ทั้งที่เป็นแหล่งทุนวิจัยจากมหาวิทยาลัย ทุนวิจัยจากคณะที่โรงเรียนสังกัดอยู่ หรือแหล่งทุนวิจัยจากงบประมาณของโรงเรียนเอง ทั้งนี้ โรงเรียนบางแห่งอาจจัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนานวัตกรรมไว้เป็นสัดส่วนตามระบบการจัดสรรงบประมาณที่ในมหาวิทยาลัยกำหนดไว้ให้ เช่นที่ผู้อำนวยการคนที่ 3 ให้ข้อมูลว่า “โรงเรียนเรากันงบประมาณไว้สำหรับงานวิจัยและนวัตกรรมร้อยละ 2 ของงบประมาณรายจ่ายทั้งหมด เท่ากับของที่คณะศึกษาศาสตร์ถูกกันไว้เช่นกัน ซึ่งงบประมาณส่วนนี้นับว่าเพียงพอต่อความต้องการของครู เพราะงบที่กันไว้ก็เหลือทุกปี” เช่นเดียวกับผู้อำนวยการคนที่ 2 ให้ข้อมูลว่า “งบประมาณที่ครูก็ขอกันมาแต่ละปีก็เหลือทุกปี”

การสนับสนุนทรัพยากรประเภทที่สอง เป็นการสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์หรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการพัฒนานวัตกรรมโดยใช้งบประมาณแผ่นดินหรืองบประมาณจากหน่วยงานต้นสังกัดก่อนเป็นลำดับแรก แต่หากโรงเรียนไม่ได้รับอนุมัติงบประมาณหรือไม่สามารถดำเนินการได้ทันตามรอบระยะเวลาที่กำหนด โรงเรียนจะขอรับการสนับสนุนงบประมาณจากสมาคมผู้ปกครองและครูมาเป็นการทดแทน ดังที่ผู้อำนวยการคนที่ 1 ให้ข้อมูลว่า “การที่เรามีสมาคมสนับสนุน ทำให้เราจัดหาสิ่งจำเป็นในการพัฒนานวัตกรรมให้แก่ครูได้เต็มที่”

สำหรับการสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมด้านการให้ความช่วยเหลือในการพัฒนานวัตกรรม สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ประเภทแรก คือ การให้ความช่วยเหลือเชิงเทคนิคโดยเชิญผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานภายนอกมาเป็นผู้ให้ความช่วยเหลือในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การถ่ายทอดองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมที่ครูต้องการพัฒนา การให้ความเห็นหรือแก้ไขปัญหาที่ครูพบในระหว่างพัฒนานวัตกรรม ผู้เชี่ยวชาญเหล่านี้ โดยมากมักจะเป็นคณาจารย์สังกัดคณะต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัยที่โรงเรียนสังกัดอยู่ ส่วนประเภทที่สอง คือ การให้ความช่วยเหลือด้านการดำเนินงานในการพัฒนานวัตกรรม เช่น การดำเนินการขอรับทุนสนับสนุน การประสานงานกับหน่วยงานภายนอก รวมถึงการให้ความช่วยเหลือในการดำเนินการวิจัยทั่วไป โดยหน่วยงานภายในโรงเรียนที่รับผิดชอบในงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนานวัตกรรมของครู

ส่วนการสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมในระดับกลุ่มสาระการเรียนรู้ จะเป็นการให้ความช่วยเหลือที่ไม่เป็นทางการระหว่างครูภายในกลุ่มสาระการเรียนรู้ในรูปแบบของการให้คำแนะนำในการพัฒนานวัตกรรม การเป็นพี่เลี้ยง (Mentoring) ในการพัฒนานวัตกรรมให้แก่ครูรุ่นใหม่ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมที่จะพัฒนา ตลอดจน

การให้กำลังใจซึ่งกันและกัน ดังมีรายละเอียดที่จะกล่าวต่อไปในส่วนของการสร้างวัฒนธรรมองค์การและบรรยากาศที่เอื้อต่อการพัฒนานวัตกรรม

1.4 ด้านการสร้างวัฒนธรรมองค์กรและบรรยากาศที่เอื้อต่อการพัฒนานวัตกรรม ผลการศึกษา พบว่า

โดยธรรมชาติแล้ว โรงเรียนสาธิตจะมีวัฒนธรรมในการทำงานที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนานวัตกรรมที่หยั่งรากลงไปในการทำงานของครู เนื่องจากโรงเรียนสาธิตมีบทบาทเป็นทั้งสถานศึกษาขั้นพื้นฐานสำหรับนักเรียน และเป็นสถาบันฝึกหัดครูไปในเวลาเดียวกัน ครูในโรงเรียนสาธิตกลุ่มเป้าหมายจึงตระหนักในบทบาทของตนเป็นอย่างดีว่าตนมิได้มีหน้าที่เพียงแค่สอนนักเรียนเท่านั้น แต่ยังมีหน้าที่ผู้ผลิตครูอีกด้วย ดังที่ผู้อำนวยการคนที่ 1 ให้ข้อมูลว่า “ครูที่สมัครเข้ามาโรงเรียนสาธิตทุกคนตระหนักดีว่างานครูในโรงเรียนสาธิตไม่ใช่แค่งานสอนเด็ก แต่จะต้องพัฒนาผลงานวิชาการที่นำไปสู่การพัฒนานิสิตด้วย” การตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนานวัตกรรมนี้ได้สั่งสมมาเป็นระยะเวลานานจนเกิดเป็นค่านิยมร่วมที่ส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่น นอกจากนี้ การที่ครูในโรงเรียนสาธิตส่วนมากมักจะเป็นรุ่นน้องหรือลูกศิษย์ของครูในโรงเรียนรุ่นที่อยู่มาก่อน จึงส่งผลต่อวิถีในการทำงานของครูที่อยู่กันแบบครอบครัวที่พร้อมจะช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ดังที่หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้คนที่ 5 ให้ข้อมูลว่า “เราอยู่แบบนี้กันมานานหลายสิบปี จนเป็นวิถีในการทำงานของเราไปแล้ว เพราะครูรุ่นบุกเบิกได้สร้างวัฒนธรรมแบบนี้ไว้ เมื่อเราเข้ามา เราก็พบกับวัฒนธรรมแบบนี้ แม้กระทั่งครูรุ่นบุกเบิกเกษียณอายุไปแล้ว ก็ยังกลับมาช่วยเหลือพวกเราอยู่เสมอ” ครูในโรงเรียนสาธิตจึงมักจะปรึกษาหารือหรือแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันอยู่เสมอจนเกิดชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ จนกลายเป็นวัฒนธรรมองค์กร ทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการโดยการประชุมของกลุ่มสาระการเรียนรู้หรือระดับชั้น และรูปแบบที่ไม่เป็นทางการโดยการพูดคุยปรึกษากันทั่วไป ทั้งนี้ ผู้บริหารโรงเรียนสาธิตกลุ่มเป้าหมายและหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้จะมีบทบาทร่วมกับครูทุกคนในโรงเรียนในการธำรงรักษาวัฒนธรรมองค์กรที่กล่าวไว้ทั้งสองประการ คือ การให้ความสำคัญกับการพัฒนานวัตกรรม และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันอย่างเป็นธรรมชาติของครูให้คงอยู่ต่อไป

นอกจากการธำรงรักษาวัฒนธรรมองค์กรข้างต้นแล้ว ผู้บริหารโรงเรียนสาธิตยังต้องสร้างบรรยากาศที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนานวัตกรรมให้แก่ครูอีก ทั้งบรรยากาศทางกายภาพและทางจิตใจ บรรยากาศทางกายภาพนั้นจะแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ประเภทแรก คือ บรรยากาศทางกายภาพที่กระตุ้นให้ครูรู้สึกว่ากำลังอยู่ในโลกแห่งนวัตกรรม โดยการตั้งชื่อห้องหรือชื่ออาคารให้สื่อถึงความเป็นนวัตกรของโรงเรียน หรือการสร้างห้องเรียนที่นำนวัตกรรมทางการศึกษามาใช้เป็นแนวคิดในการจัดห้องเรียนนวัตกรรม ประเภทที่สอง คือ บรรยากาศทางกายภาพที่ทำให้ครูสามารถพัฒนานวัตกรรมได้สำเร็จ โดยการจัดพื้นที่ให้ครูสามารถค้นคว้าหรือแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันได้ การมีห้องพักครูของกลุ่มสาระการเรียนรู้ที่ให้ครูได้มาพบปะกันหลังจากเสร็จจากการสอนในแต่ละคาบจะเป็นพื้นที่สำคัญที่ทำให้ครูสามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันได้อย่างเต็มที่ อย่างไรก็ดี โรงเรียนสาธิตกลุ่มเป้าหมายบางแห่งจะมีรูปแบบการทำงานของครูที่ต่างไป คือ ไม่มีห้องพักครูสำหรับกลุ่มสาระการเรียนรู้ ครูแต่ละคนจะอยู่ในห้องเรียนตลอดวันทำงาน ทำให้ครูในโรงเรียนสาธิตกลุ่มนี้มีพื้นที่และเวลาเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันได้น้อยกว่า ซึ่งผู้บริหารโรงเรียนสาธิตกลุ่มนี้ได้ตระหนักถึงความจำเป็นของพื้นที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่มีต่อการพัฒนานวัตกรรมของครูเป็นอย่างดี จึงกำหนดให้มีการประชุมของครูหลังเลิกเรียนสัปดาห์ละอย่างน้อย 1 ครั้ง เพื่อเปิดพื้นที่ให้ครูได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันได้เป็นประจำ

ส่วนบรรยากาศทางจิตใจที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนานวัตกรรมของครูในโรงเรียนสาธิต จะสร้างขึ้นด้วย 2 วิธีการ วิธีแรก คือ การที่ผู้บริหารเน้นย้ำในที่ประชุมให้ครูทราบถึงเป้าหมายและความคืบหน้าของการพัฒนานวัตกรรมทางการศึกษาที่เกิดขึ้นในโรงเรียน พร้อมกับการยกย่องชมเชยครูที่พัฒนานวัตกรรมได้สำเร็จสร้างขวัญกำลังใจให้แก่ครูในการพัฒนานวัตกรรม ทั้งนี้ การเน้นย้ำนโยบายจะต้องเป็นไปอย่างพอเหมาะพอสม คือ ไม่มากไปจนทำให้ครูรู้สึกกดดันและไม่น้อยไปจนทำให้ครูรู้สึกย่อหย่อน ดังที่ผู้อำนวยการคนที่ 4 ให้ข้อมูลว่า “ผมก็จะพูดทุกครั้งที่ประชุม แต่พูดแค่พอให้ครูรับรู้กัน ไม่ต้องย้ำเตือนมาก ไม่อย่างนั้นจะทำให้ครูรู้สึกเบื่อหน่าย” ส่วนอีกวิธีการหนึ่ง คือ การประชาสัมพันธ์การประกวดนวัตกรรม หรือโครงการฝึกอบรมเพื่อการพัฒนานวัตกรรมที่จัดขึ้นทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน ที่ช่วยกระตุ้นให้ครูรู้สึกว่าตนยังคงอยู่ในบรรยากาศแห่งการเรียนรู้อยู่เสมอ การประชาสัมพันธ์เหล่านี้มักจะได้รับการตอบรับที่ดีจากครู

ดังที่ ผู้อำนวยการคนที่ 2 ให้ข้อมูลว่า “เราประชาสัมพันธ์โครงการอบรมอยู่บ่อยครั้ง ซึ่งหากเป็นการอบรมที่เข้าร่วมได้ง่าย เช่นอบรมออนไลน์หรืออบรมในวันหยุดก็จะมีคนเข้าร่วมมาก บางครั้งอาจเกินกว่าจำนวนที่รับด้วยซ้ำ”

สำหรับบทบาทของกลุ่มสาระการเรียนรู้ในการสร้างบรรยากาศที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนานวัตกรรม พบว่า จะกลุ่มสาระการเรียนรู้ที่มีห้องพักครูจะมีบทบาทในการจัดบรรยากาศทางกายภาพเป็นหลัก โดยการจัดพื้นที่การทำงานให้ครูสามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันได้ รวมถึงการจัดมุมหนังสือหรือแหล่งข้อมูลความรู้ในห้องพักครู จะช่วยส่งเสริมให้ครูสามารถพัฒนานวัตกรรมได้ดียิ่งขึ้น ส่วนการสร้างบรรยากาศทางด้านจิตใจ มักเป็นไปในรูปแบบของการให้กำลังใจหรือการยกย่องชมเชยอย่างไม่เป็นทางการ ที่จะสร้างจูงใจในการพัฒนานวัตกรรมให้แก่ครูได้มากน้อยต่างกันไปตามบริบทในการทำงานของแต่ละกลุ่มสาระการเรียนรู้

1.5 ด้านการติดตามและประเมินผลการพัฒนาความเป็นนวัตกรของครู ผลการศึกษา พบว่า

การติดตามและประเมินผลการพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูในโรงเรียนสาธิตจะเป็นการติดตามและประเมินการผลิตงานวิจัยหรือการสร้างนวัตกรรมทางการศึกษา โดยในระดับโรงเรียนจะมีกลไกอยู่ 2 วิธี วิธีแรก คือ การประเมินจำนวนผลผลิตทางวิชาการในภาพรวมทั้งโรงเรียน พร้อมทั้งรายงานผลในที่ประชุมบุคลากรในโรงเรียนอยู่เสมอ เพื่อให้บุคลากรทราบทั่วกันว่ากลุ่มสาระการเรียนรู้ใดและครูคนใดที่ผลิตผลงานทางวิชาการสำเร็จบ้าง ในลักษณะของการสื่อสารในเชิงบวกเพื่อการชื่นชมยินดีกับความสำเร็จและไม่สร้างแรงกดดันโดยตรงไปที่กลุ่มสาระการเรียนรู้หรือครูที่ไม่สามารถสร้างผลงานทางวิชาการได้ ดังที่ผู้อำนวยการคนที่ 4 ให้ข้อมูลว่า “ไม่ต้องรายงานอะไรมาก แค่บอกว่าใครทำเสร็จแล้วก็พอ คนที่ทำไม่เสร็จก็มีเหตุผลของเขาอยู่ ไม่ต้องไปจี้ ถ้าเขาทำได้เขาก็จะทำเอง เพราะเขารู้อยู่แล้วว่าควรทำอะไร” ส่วนวิธีที่สองคือการประกันคุณภาพ ที่เป็นมาตรฐานที่ให้โรงเรียนต้องผลักดันให้ครูพัฒนางานวิจัยหรือนวัตกรรมทางการศึกษาให้ได้จำนวนถึงขั้นต่ำที่กำหนดไว้ ซึ่งในอดีตที่ผ่านมา โรงเรียนสาธิตแต่ละแห่งก็สามารถผ่านเกณฑ์มาตรฐานประกันคุณภาพได้เสมอ

ส่วนการติดตามและประเมินผลการพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูระดับกลุ่มสาระการเรียนรู้ จะเป็นติดตามข้อมูลเกี่ยวกับสถานะและความคืบหน้าของการผลิตงานวิจัยหรือนวัตกรรมทางการศึกษาอย่างสม่ำเสมอผ่านการพูดคุยสอบถามอย่างไม่เป็นทางการ ตามวัฒนธรรมองค์กรที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นแล้ว ดังที่หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้คนที่ 5 ให้ข้อมูลว่า “เพราะเราคุยกันอยู่ตลอด เราจึงรู้ว่าใครทำงานอะไรกันไปบ้าง โดยไม่ต้องให้ทำข้อมูลหรือรายงานส่ง” และเมื่อทางกลุ่มสาระการเรียนรู้ได้ทราบว่ามีครูที่พบปัญหาในการพัฒนางานวิจัยหรือนวัตกรรม ทางกลุ่มสาระการเรียนรู้จะเข้าให้ความช่วยเหลือแก่ครูผู้นั้นได้อย่างตรงความต้องการ

1.6 ด้านการสร้างเครือข่ายความร่วมมือการพัฒนาความเป็นนวัตกรของครู ผลการศึกษา พบว่า

เครือข่ายความร่วมมือการพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูของโรงเรียนสาธิตจำแนกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ กลุ่มแรก คือ เครือข่ายกับหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยทั้งที่โรงเรียนสังกัดอยู่ ทั้งคณะครุศาสตร์หรือศึกษาศาสตร์ที่โรงเรียนสังกัดอยู่และคณะสาขาอื่น ซึ่งจะให้ความร่วมมือกับโรงเรียนในการให้ความช่วยเหลือแก่โรงเรียนในการใช้อาคาร สถานที่ ห้องทดลอง หรือวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็น รวมถึงการแบ่งปันองค์ความรู้เฉพาะทางจากคณาจารย์ผู้เชี่ยวชาญในศาสตร์ที่จำเป็นต่อการพัฒนานวัตกรรมของครู กลุ่มที่สองคือเครือข่ายความร่วมมือกับโรงเรียนสาธิตแห่งอื่น ซึ่งเป็นเครือข่ายเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้นวัตกรรมซึ่งกันและกันผ่านนิทรรศการ “สาธิตวิชาการ” ที่โรงเรียนสาธิตแต่ละแห่งจะผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันเป็นเจ้าภาพทุกปี เครือข่ายนี้นอกจากจะทำให้ครูในโรงเรียนได้เรียนรู้จากนวัตกรรมของโรงเรียนสาธิตอื่นแล้ว ยังช่วยผลักดันให้ครูต้องแสดงความเป็นผู้นำทางวิชาการเพื่อการแข่งขันทางวิชาการกับโรงเรียนสาธิตอื่นอีกด้วย ดังที่หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้คนที่ 6 ให้ข้อมูลว่า “บางครั้งเมื่อเราไปเห็นนวัตกรรมของโรงเรียนอื่นแล้วก็ตกใจว่าโรงเรียนอื่นไปกันได้ไกลถึงขนาดนี้แล้ว ซึ่งก็ช่วยให้เราได้เห็นสิ่งใหม่ที่เราไม่เคยเห็น และสะท้อนกลับมามองตัวเองว่า ทำอย่างไรเราจึงจะพัฒนาอย่างนั้นได้บ้าง”

เครือข่ายความร่วมมือกลุ่มที่สามคือเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกที่สามารถให้ความช่วยเหลือทางวิชาการในการพัฒนานวัตกรรมแก่โรงเรียนได้ เช่นที่โรงเรียนสาธิตแห่งที่ 2 และ 5 มีความร่วมมือกับสำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน) หรือ GISTDA ที่ให้ความช่วยเหลือ

ด้านองค์ความรู้และวัสดุอุปกรณ์เพื่อการพัฒนานวัตกรรมการศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และดาราศาสตร์ เครือข่ายความร่วมมือในกลุ่มนี้สามารถสร้างขึ้นอย่างเป็นทางการโดยการประสานงานระหว่างผู้บริหารโรงเรียนกับผู้บริหารในหน่วยงานนั้น หรือสร้างขึ้นอย่างไม่เป็นทางการจากความสัมพันธ์ส่วนบุคคลของครูในกลุ่มสาระการเรียนรู้ ที่มักเริ่มต้นจากกลุ่มสาระการเรียนรู้ ดังที่หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้คนที่ 2 ให้ข้อมูลว่า “สำหรับหน่วยงานบางแห่งเราก็ติดต่อไปได้เพราะมีผู้ปกครองทำงานอยู่ในนั้น” หลังจากนั้น หากทางหน่วยงานต้องการเอกสารหรือจดหมายจากโรงเรียนเพื่ออนุมัติการให้ความร่วมมือ กลุ่มสาระการเรียนรู้ก็สามารถประสานงานกับหน่วยบริหารกลางของโรงเรียนเพื่อออกจดหมายในนามของโรงเรียนได้

2. ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูในโรงเรียนสาธิต

ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญที่สุดในการพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูในโรงเรียนสาธิตที่ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 10 คน เห็นตรงกันและกล่าวถึงเป็นอันดับแรก คือ ครูมีภาระงานมากจนไม่สามารถบริหารจัดการเวลาให้กับการพัฒนาความเป็นนวัตกรของตนเองหรือการพัฒนานวัตกรรมได้อย่างเพียงพอและเกิดความเหนื่อยล้า อย่างไรก็ดี ด้วยความตระหนักในบทบาทหน้าที่ของครูสาธิตและการสร้างบรรยากาศองค์กรในโรงเรียนที่ทำให้ครูอยู่ในบรรยากาศแห่งนวัตกรรม ตลอดจนระบบการติดตามผลการพัฒนานวัตกรรมและการให้ความช่วยเหลือภายในกลุ่มสาระการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นอย่างเป็นธรรมชาติจากวัฒนธรรมองค์กร ทำให้ครูในโรงเรียนสาธิตจะปรับลำดับความสำคัญของงานพัฒนานวัตกรรมให้เหมาะสมกับเงื่อนไขในการทำงานของตน และสามารถจัดสรรเวลาที่มีอยู่อย่างจำกัดมาใช้ในการพัฒนานวัตกรรมให้เป็นผลสำเร็จได้ นอกจากนี้โรงเรียนบางแห่งได้พยายามแก้ปัญหาโดยการให้เงินรางวัลหรือจัดสรรทุนเพิ่มเติม ดังที่ผู้อำนวยการคนที่ 3 ให้ข้อมูลว่า “พอมีสิ่งจูงใจเพิ่มเติม ความพยายามที่ครูจะใส่ลงมาก็มากขึ้น เพราะผลตอบแทนที่ได้นั้นคุ้มค่า”

ปัญหาและอุปสรรคถัดมาก็คือ การขาดพื้นที่และเวลาสำหรับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งเป็นปัญหาที่พบในโรงเรียนที่ไม่มีห้องพักครูของกลุ่มสาระการเรียนรู้ ซึ่งแม้ว่าทางโรงเรียนจะแก้ไขปัญหาโดยการจัดเวลาประชุมหลังเลิกงานให้ครูได้มีโอกาสพบปะกันมากขึ้นก็ตาม แต่การประชุมดังกล่าวทำให้ครูเกิดความเหนื่อยล้าจากการทำงานมากขึ้น ดังที่หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้คนที่ 5 กล่าวว่า “การประชุมหลังเลิกงานก็ได้ประโยชน์จริง แต่ก็เหนื่อยมาก เพราะเลิกงานเย็นถึงค่ำแทบทุกวัน” อีกทั้งการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากการประชุมหลังเลิกงานนั้น ก็ไม่อาจชดเชยกับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่เกิดขึ้นอย่างเป็นธรรมชาติในห้องพักครูได้อย่างสมบูรณ์ทั้งหมด

ปัญหาและอุปสรรคสุดท้ายคือ การเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมองค์กรที่เปลี่ยนไปตามพฤติกรรมของครูในโรงเรียน ปัญหานี้ยังไม่ปรากฏขึ้นชัดเจนในอดีต แต่กำลังเริ่มก่อตัวขึ้นในปัจจุบันอย่างช้า ๆ โดยผลการวิจัยพบว่าครูที่เข้ามาใหม่ในช่วงระยะเวลาไม่กี่ปีที่ผ่านมาจะเริ่มมีพฤติกรรมในการทำงาน รวมถึงวิธีการสื่อสารทั้งในฐานะที่เป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารที่ต่างจากครูรุ่นก่อน ทำให้วัฒนธรรมและวิถีการทำงานที่ช่วยเหลือเกื้อกูลกันอย่างเป็นธรรมชาติเริ่มเปลี่ยนแปลงไป ดังที่หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้คนที่ 5 กล่าวว่า “ทุกอย่างเริ่มเปลี่ยนแปลงไปอย่างช้า ๆ เพราะอาจารย์ผู้ใหญ่ที่อยู่มาตั้งแต่รุ่นบุกเบิกก็ค่อย ๆ ทยอยเกษียณอายุ หรือที่เคยมาช่วยงานหลังเกษียณก็เริ่มมาช่วยได้น้อยลงด้วยวัยของท่านที่มากขึ้น” ทั้งนี้ แม้ปัญหาดังกล่าวจะยังไม่รุนแรงและยังไม่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูในโรงเรียนสาธิตอย่างชัดเจนในปัจจุบัน แต่หากผู้บริหารและครูในโรงเรียนสาธิตไม่ได้เร่งแก้ไขปัญหาให้ทันท่วงที วัฒนธรรมการช่วยเหลือเกื้อกูลกันอย่างเป็นธรรมชาติของครูในของโรงเรียนสาธิตอาจเปลี่ยนแปลงมากขึ้นจนส่งผลกระทบต่อการพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูในอนาคตอย่างมีนัยสำคัญ

3. ปัจจัยความสำเร็จของการบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูในโรงเรียนสาธิต

จากการวิจัย พบว่าปัจจัยความสำเร็จของการบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูในโรงเรียนสาธิตที่สำคัญ มีทั้งสิ้น 4 ปัจจัย ได้แก่ ภาวะผู้นำของผู้บริหาร วิสัยทัศน์และเป้าหมายด้านนวัตกรรมที่ชัดเจน การให้อิสระแก่ครูในการพัฒนาตนเองตามความต้องการ และบรรยากาศและวัฒนธรรมที่เอื้ออำนวยต่อการสร้างนวัตกรรม ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ภาวะผู้นำของผู้บริหาร เป็นปัจจัยความสำเร็จประการแรก โดยผู้บริหารที่เห็นความสำคัญของการสร้างนวัตกรรมจะมุ่งมั่นในการผลักดันให้ครูสร้างนวัตกรรมอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งจะสร้างแรงส่งให้ครูต้องพัฒนาความเป็นนวัตกร

ของตนเองให้เพียงพอและเหมาะสมที่จะสร้างนวัตกรรมตามที่ผู้บริหารคาดหวัง อย่างไรก็ดี หากผู้บริหารมีเพียงความมุ่งมั่นแต่ขาดความสามารถในการจูงใจ การสนับสนุน และการช่วยเหลือครูที่เหมาะสม ผู้บริหารย่อมไม่อาจส่งเสริมพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูให้เกิดขึ้นได้อย่างเป็นรูปธรรม ดังที่ผู้อำนวยการคนที่ 4 กล่าวว่า “ส่วนนึงก็อาจจะเพราะผมเป็นอาจารย์ด้านนวัตกรรมการสอน ทำให้ผมให้ผลักดันเรื่องการสร้างนวัตกรรมเต็มที่” และหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้คนที่ 1 กล่าวว่า “ผู้บริหารคือผู้กำหนดความเป็นนวัตกรของครูในโรงเรียน หากผู้นำมีวิสัยทัศน์ กล้าตัดสินใจ สนับสนุนแนวคิดใหม่ และเชื่อมั่นในศักยภาพครู จะทำให้เกิดการทดลองและสร้างสรรค์งานใหม่ในโรงเรียนได้”

ปัจจัยความสำเร็จประการถัดมา คือ วิสัยทัศน์และเป้าหมายด้านนวัตกรรมที่ชัดเจน อันเป็นสิ่งกำหนดให้การบริหารโรงเรียนมีทิศทางที่มุ่งไปในด้านการพัฒนานวัตกรรมอย่างชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในด้านการพัฒนาบุคลากรที่จะมุ่งไปในการสร้างความเป็นนวัตกรให้ครู ตั้งแต่การสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างนวัตกรรม การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพครู การสนับสนุนทรัพยากรเพื่อการวิจัยและสร้างนวัตกรรมทางการศึกษา นอกจากนี้เมื่อโรงเรียนมีเป้าหมายด้านนวัตกรรมไว้อย่างชัดเจนแล้ว ผู้บริการจะต้องเป็นผู้สื่อสารวิสัยทัศน์และเป้าหมายด้านนวัตกรรมนั้นให้ครูรับทราบอย่างชัดเจนทั่วทั้งโรงเรียน เพื่อให้ครูทราบว่าตนควรต้องมีความเป็นนวัตกรมากน้อยเพียงใด อย่างไรบ้าง และนำความคาดหวังนั้นมายึดถือเป็นเป้าหมายในการพัฒนาตนเอง ดังที่ผู้อำนวยการคนที่ 2 กล่าวว่า “นโยบายด้านนวัตกรรมถูกกำหนดมาอยู่ก่อนตั้งแต่ตอนแสดงวิสัยทัศน์เพื่อรับการสรรหาผู้อำนวยการอยู่แล้ว เมื่อได้เข้ามารับตำแหน่งจึงต้องนำนโยบายและเป้าหมายที่ได้แสดงไว้มาขับเคลื่อนต่อให้สำเร็จ” และหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้คนที่ 1 กล่าวว่า “เป้าหมายที่ชัดเจนช่วยให้ครูรู้ว่าตนควรพัฒนาอะไร สร้างนวัตกรรมเพื่ออะไร และจะวัดความสำเร็จอย่างไร ทำให้นวัตกรรมมีทิศทาง ไม่กระจัดกระจายและประสบผลสำเร็จได้ง่ายขึ้น”

การให้อิสระแก่ครูในการพัฒนาตนเองตามความต้องการ เป็นปัจจัยความสำเร็จอีกประการหนึ่ง ซึ่งประกอบด้วยการจัดสรรทรัพยากรที่เพียงพอต่อการพัฒนานวัตกรรม การสนับสนุนทุนวิจัย การจัดการฝึกอบรมเพื่อการพัฒนานวัตกรรมตามประเด็นที่ครูต้องการ ตลอดจนการส่งเสริมการดำเนินกิจกรรมชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ ซึ่งเป็นการให้อิสระแก่ครูแต่ละคนในการเติมเต็มสมรรถนะที่ตนเห็นว่าจำเป็นต้องได้รับการพัฒนา รวมถึงยังช่วยลดข้อจำกัดและเพิ่มความสามารถให้ครูสามารถสร้างนวัตกรรมได้สำเร็จตามที่ตนตั้งใจไว้ได้ ดังที่หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้คนที่ 4 กล่าวว่า “การเสริมสร้างความมั่นคงทางอาชีพให้แก่บุคลากรในโรงเรียน ควบคู่ไปกับการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของครูอย่างต่อเนื่อง การสนับสนุนด้านงบประมาณที่เพียงพอ และการรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากบุคลากรอย่างทั่วถึง จะช่วยให้ครูสามารถพัฒนาตนเองได้เต็มที่”

ปัจจัยความสำเร็จประการสุดท้ายคือ บรรยากาศและวัฒนธรรมที่เอื้ออำนวยต่อการสร้างนวัตกรรม โดยบรรยากาศในโรงเรียนที่กระตุ้นให้ครูตระหนักถึงความจำเป็นในการพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง ทั้งบรรยากาศทางกายภาพที่ และบรรยากาศทางสังคม จะกระตุ้นครูตระหนักอยู่เสมอว่าการพัฒนานวัตกรรมเป็นส่วนหนึ่งของงานที่ตนและตนจำเป็นต้องพัฒนาความเป็นนวัตกรของตนเองอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกัน วัฒนธรรมองค์การในโรงเรียนสาธิตที่ครูจะแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันอยู่เสมอจนเป็นปกติ จะช่วยส่งเสริมให้ครูพัฒนาความเป็นนวัตกรได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การมีห้องพักครูหรือช่วงเวลาหรือพื้นที่พบปะให้ครูใช้เป็นพื้นที่เรียนรู้ร่วมกันจะเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้บรรยากาศและวัฒนธรรมนวัตกรรมในโรงเรียนแข็งแกร่งขึ้นอย่างมาก ดังที่ หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้คนที่ 5 กล่าวว่า “บรรยากาศเป็นมิตรและส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ จะช่วยให้ครูปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงและพัฒนานวัตกรรมการสอนในรูปแบบใหม่ได้เป็นอย่างดี”

อภิปรายผล

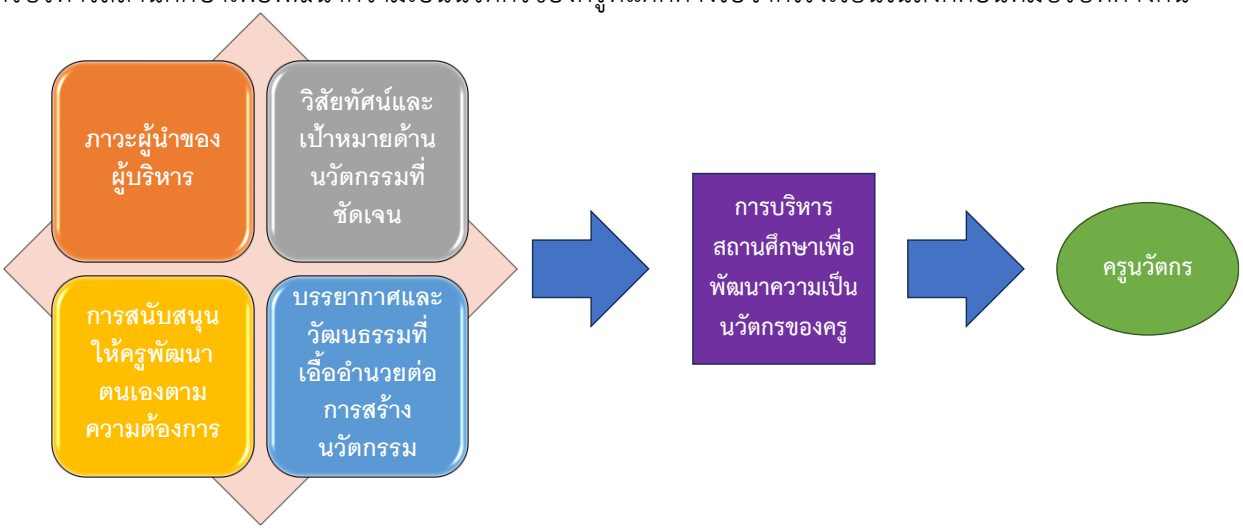
จากผลการวิจัยที่พบว่า โรงเรียนสาธิตใช้ชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพเป็นเครื่องมือในการพัฒนาความเป็นนวัตกรของครู และพบว่าบรรยากาศและวัฒนธรรมที่เอื้ออำนวยต่อการสร้างนวัตกรรมเป็นหนึ่งในปัจจัยความสำเร็จของการพัฒนาความเป็นนวัตกรของครู อาจเป็นเพราะสถานะที่โรงเรียนสาธิตเป็นสถานฝึกหัดครู ทำให้ครูในโรงเรียนสาธิตมีลักษณะเป็นทั้งครูและอาจารย์มหาวิทยาลัยไปพร้อม ๆ กัน ครูในโรงเรียนสาธิตจึงเปิดกว้างต่อการแสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางวิชาการกันอยู่เสมอโดยธรรมชาติ และพฤติกรรมนี้ได้พัฒนาขึ้นจนกลายเป็นวัฒนธรรมการทำงานที่เข้มแข็ง ทั้งนี้ การดำเนินกิจกรรมชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพเป็นเครื่องมือที่สามารถพัฒนาสมรรถนะของครูที่มีประสิทธิผล ดังที่ Lieberman (2007) กล่าวว่า ชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ครูได้มีโอกาสพัฒนาตนเองด้วยการเรียนรู้ตลอดชีวิต นอกจากนี้ การที่ชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพจะเข้มแข็งได้ต้องอาศัยบรรยากาศและวัฒนธรรมการทำงานในโรงเรียนที่ส่งเสริมให้ครูเรียนรู้ร่วมกันอย่างเป็นกัลยาณมิตรเป็นปัจจัยส่งเสริมที่ ดังที่ชวลิต เกิดทิพย์ (2565) กล่าวว่า วัฒนธรรมองค์การเป็นรากฐานสำคัญที่จะช่วยพัฒนาชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพในสถานศึกษาให้ยั่งยืน สอดคล้องกับ Sofiyan et al. (2022) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมของครูในโรงเรียนมัธยมเอกชนแห่งหนึ่ง ซึ่งผลการวิจัยพบว่าวัฒนธรรมองค์การในโรงเรียนส่งผลในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมของครู เช่นเดียวกับ Duan & Fadri (2024) ที่ได้ศึกษาปัจจัยพยากรณ์สมรรถนะด้านการวิจัยของอาจารย์ในวิทยาลัยในมณฑล Hunan สาธารณรัฐประชาชนจีน และพบว่าวัฒนธรรมนวัตกรรมของวิทยาลัยส่งผลต่อสมรรถนะด้านการวิจัยของอาจารย์อย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่า โรงเรียนสาธิตนิยมการส่งเสริมให้ครูเข้าร่วมการประชุมเชิงวิชาการหรือการประกวดนวัตกรรม รวมทั้งการจัดบริการวิชาการด้านการพัฒนานวัตกรรมโดยให้ครูเป็นวิทยากรหรือเป็นพี่เลี้ยงให้แก่โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะโรงเรียนสาธิตตระหนักถึงบทบาทในการเป็นโรงเรียนฝึกหัดครูของตน ครูโรงเรียนสาธิตจึงต้องแสดงความเป็นผู้นำทางวิชาการเพื่อให้โรงเรียนเป็นที่ยอมรับว่าเป็นสถานฝึกหัดครูที่มีความเป็นเลิศทางวิชาการ การกำหนดภารกิจให้ครูนำเสนอผลงานด้านนวัตกรรมของตนในเวทีวิชาการหรือให้ครูเป็นผู้ให้บริการวิชาการ จึงเป็นกระตุ้นให้ครูเรียนรู้และพัฒนาความเป็นนวัตกรของตนได้เป็นอย่างดี เนื่องจากการเรียนรู้ผ่านการเป็นผู้สอนหรือผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ผู้อื่นเป็นวิธีการเรียนรู้ของบุคคลที่มีประสิทธิภาพสูง ซึ่งเป็นการเรียนรู้ในลักษณะที่เรียกว่า Learning by Teaching (Kolbe, 2025) ผลการวิจัยที่พบนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Yang (2024) ที่ได้ศึกษาเรื่องผลของการพัฒนาครูมัธยมในประเทศจีนด้วยการให้ครูลงพื้นที่เพื่อปฏิบัติงานร่วมกับชุมชน (community engagement) ซึ่งพบว่าการลงพื้นที่ชุมชนได้ช่วยให้ครูเกิดการพัฒนาตนเองจากการเป็นผู้ให้ความรู้แก่ชุมชน และสร้างความมั่นใจทางด้านวิชาการให้แก่ครูได้

ในด้านปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาความเป็นนวัตกรของครู ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาที่สำคัญที่สุดที่ทุกโรงเรียนเผชิญคือครูมีภาระงานมากจนไม่สามารถจัดสรรเวลาเพื่อการพัฒนาความเป็นนวัตกรของตนได้อย่างมีประสิทธิผล ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสถานะของโรงเรียนสาธิตที่เป็นทั้งโรงเรียนและสถานฝึกหัดครู ทำให้ครูในโรงเรียนสาธิตต้องปฏิบัติหน้าที่เป็นทั้งครูผู้สอนนักเรียนและอาจารย์มหาวิทยาลัยไปพร้อม ๆ กัน ส่งผลให้ครูบางคนที่มีข้อจำกัดในการบริหารจัดการเวลาเลือกที่จะใช้เวลาไปกับการปฏิบัติงานตามภารกิจหลักจนไม่มีเวลาเหลือสำหรับการพัฒนาตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับ Abdullah & Hassan (2024) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบเชิงลบจากภาระงานของครู ซึ่งพบว่าภาระงานของครูที่มากเกินไปเป็นอุปสรรคต่อการจัดสรรเวลาเพื่อการพัฒนาตนเอง และการมีส่วนร่วมในการริเริ่มการพัฒนาทางวิชาชีพของครูในโรงเรียน

องค์ความรู้ใหม่

การวิจัยในครั้งนี้ได้ทำให้พบองค์ความรู้ใหม่ประการหนึ่ง คือปัจจัยความสำเร็จของการบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูโรงเรียนสาธิตทั้ง 4 ประการ ได้แก่ ภาวะผู้นำของผู้บริหาร วิสัยทัศน์และเป้าหมายด้านนวัตกรรมที่ชัดเจน การสนับสนุนให้ครูพัฒนาตนเองตามความต้องการ และบรรยากาศและวัฒนธรรมที่เอื้ออำนวยต่อการสร้างนวัตกรรม ดังสามารถสรุปเป็นแผนภาพที่ 2 ทั้งนี้ เนื่องจากโรงเรียนสาธิตเป็นโรงเรียนที่มีบริบทเฉพาะตัวทั้งในด้านซึ่งมีลักษณะเฉพาะทั้งด้านโครงสร้าง บทบาท และความคาดหวังทางวิชาการ จึงอาจมีปัจจัยความสำเร็จของการบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูที่แตกต่างไปจากโรงเรียนในสังกัดอื่นที่มีบริบทต่างกัน



ภาพที่ 2 ปัจจัยความสำเร็จของการบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นนวัตกรของครู

สรุปผลการวิจัย

บริบทการเรียนรู้ในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้โรงเรียนสาธิตซึ่งเป็นทั้งสถานศึกษาของนักเรียนและสถานฝึกหัดครู ต้องพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูในสังกัดให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม ด้วยวิธีการบริหารที่ประกอบด้วยการกำหนดกลยุทธ์และเป้าหมายด้านการพัฒนาความเป็นนวัตกรที่เปิดโอกาสให้บุคลากรมีส่วนร่วมอย่างทั่วถึง การพัฒนาสมรรถนะครูด้วยวิธีการที่หลากหลาย การสนับสนุนทรัพยากรที่จำเป็นพร้อมทั้งให้ความช่วยเหลือแก่ครูในการพัฒนานวัตกรรม การสร้างบรรยากาศในโรงเรียนและวัฒนธรรมองค์การที่ส่งเสริมให้ครูพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ การใช้ระบบประเมินผลงานทางวิชาการและการประกันคุณภาพเพื่อติดตามและประเมินผลการพัฒนาความเป็นนวัตกรของครู และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของโรงเรียน ทั้งจากหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยที่เป็นต้นสังกัด โรงเรียนสาธิตในสังกัดมหาวิทยาลัยอื่น และการแสวงหาความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอกอื่น ทั้งนี้ ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารเพื่อพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูในโรงเรียนสาธิตที่พบมี 3 ประการ ได้แก่ ครูมีภาระงานมากจนไม่สามารถบริหารจัดการเวลาให้กับการพัฒนาตนเอง การขาดพื้นที่และเวลาสำหรับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของครู และการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมองค์กรที่เปลี่ยนไปตามพฤติกรรมของครูในโรงเรียน ส่วนปัจจัยความสำเร็จของการบริหารเพื่อพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูในโรงเรียนสาธิตมี 4 ปัจจัย ได้แก่ ภาวะผู้นำของผู้บริหาร วิสัยทัศน์และเป้าหมายด้านนวัตกรรมที่ชัดเจน การสนับสนุนให้ครูพัฒนาตนเองตามความต้องการ และบรรยากาศและวัฒนธรรมที่เอื้ออำนวยต่อการสร้างนวัตกรรม

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 สถานศึกษาที่ต้องการพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูควรพัฒนาปัจจัยความสำเร็จในการบริหารสถานศึกษาเพื่อการพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูให้พร้อมทั้ง 4 ปัจจัย โดยสถานศึกษาควรกำหนดวิสัยทัศน์และเป้าหมายด้านนวัตกรรมของสถานศึกษาให้ชัดเจน รวมถึงพัฒนาภาวะผู้นำของผู้บริหาร พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้ครูได้เลือกพัฒนาตนเองตามความต้องการ ตลอดจนสร้างวัฒนธรรมในการทำงานที่เปิดกว้างทางความคิดและมีการช่วยเหลือกันอย่างเป็นกัลยาณมิตร เพื่อให้เกิดบรรยากาศที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาความเป็นนวัตกรของครู

1.2 ผู้บริหารสถานศึกษาควรพิจารณาปริมาณงานที่ครูรับผิดชอบให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมที่มีเวลาเหลือให้ครูมีโอกาสในการพัฒนาความเป็นนวัตกรของตนได้ หรืออาจนับรวมให้การพัฒนาความเป็นนวัตกรเป็นภาระงานหนึ่งที่ครูต้องรับผิดชอบอีกประการหนึ่ง

1.3 ผู้บริหารสถานศึกษาควรจัดพื้นที่ส่วนกลางให้ครูใช้ในการพบปะพูดคุยกัน เพื่อให้ครูสามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมทางการศึกษาซึ่งกันและกัน อันจะส่งผลให้ครูมีโอกาสในการพัฒนาความเป็นนวัตกรของตนได้อยู่เสมอ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาการบริหารเพื่อพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูในโรงเรียนสาธิตในต่างประเทศที่มีบริบทใกล้เคียงกับโรงเรียนสาธิตในประเทศไทย เพื่อเปรียบเทียบและถอดบทเรียนเกี่ยวกับการบริหารเพื่อพัฒนาความเป็นนวัตกรของครูของโรงเรียนสาธิตที่มีบริบทใกล้เคียงกัน

2.2 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นนวัตกรของครู โดยนำประเด็นค้นพบต่าง ๆ จากการวิจัยครั้งนี้ไปต่อยอดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยใหม่

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. (2567). *การพัฒนานวัตกรรมสนับสนุนการจัดการเรียนการสอนผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลอัจฉริยะเพื่อส่งเสริมสมรรถนะผู้สอนและเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียน* (รายงานโครงการ). กรุงเทพฯ: กองทุนพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา, กระทรวงศึกษาธิการ.

ชวลิต เกิดทิพย์. (2565). การพัฒนารูปแบบวัฒนธรรมองค์การชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา ในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้. *วารสารมานุษยวิทยาเชิงพุทธ, 7*(7), 61–83.

ตระกูลพันธ์ ยุชมภู, โสภา อำนวยรัตน์, สันติ บูรณะชาติ และ น้ำฝน กันมา (2563). รูปแบบการบริหารโรงเรียนสาธิตที่มีประสิทธิผลสังกัดมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ. *วารสารนวัตกรรมทางการศึกษา, 20*(2), 183–196.

วิวัฒน์ มีสุวรรณ์. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณลักษณะของครูนวัตกรด้านเทคโนโลยีการศึกษาในสถานศึกษาสำหรับปฏิบัติการสอน เครือข่ายมหาวิทยาลัยนเรศวร. *Journal of Education and Innovation, 19*(3), 50–62.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษาแห่งชาติ. (2560). *แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560 – 2579.* กรุงเทพฯ: พริกหวานกราฟฟิค.

Abdullah, M. H. S., & Hassan, N. M. (2024). Negative implications of workload among teachers: A systematic literature review. *International Journal of Academic Research in Progressive Education and Development, 13*(3), 2515-2527.

Duan, J., & Fadri, R. F. (2024). School innovation culture as predictor of teachers' research competence. *Journal of Education and Educational Research, 11*(2), 114-118.

Kolbe, S. W. (2025). Learning by teaching: A pathway to educational justice. *International Journal of Teaching and Learning Sciences, 2*(1), e116.

Lieberman, A. (2007). Professional learning community: A reflection. In L. Stoll & K. S. Louis (Eds.), *Professional learning community: Divergence, depth and dilemma* (pp. 199-203). New York: McGraw-Hill.

Normuhammad, S. (2021). Innovative educational process as basis of pedagogical integration. *Central Asian Journal of Social Sciences and History, 2*(6), 65-72.

OECD. (2025). *What does innovation in pedagogy look like?*. Paris: OECD Publishing.

Papendieck, A., & Hughes, J. E. (2022). Critical innovators: How teachers and entrepreneurs position themselves as technology in schools. *Contemporary Issues in Technology and Teacher Education, 22*(3), 579-620.

Sofiyan, S., Sembiring, R., Danilwan, Y., Anggriani, R., & Sudirman, A. (2022). Innovative work behavior and its impact on teacher performance: The role of organizational culture and self efficacy as predictors. *Journal of Education Research and Evaluation, 6*(1), 44-52.

Thurlings, M., Evers, A. T., & Vermeulen, M. (2014). Toward a model of explaining teachers' innovative behavior: A literature review. *Review of Educational Research, 85*(3), 430-471.

Yang, X. Y. (2024). Examining the impact of community engagement projects as incentives for teacher professional development. *International Journal of Religion, 5*(11), 7636-7650.

Yermolenko, A., Kulishov, V., & Shevchuk, S. (2020). Innovative principles of development of methodical competence of modern teacher of vocational education. *Fundamental and applied researches in practice of leading scientific schools, 38*(2), 113-118.

Zaporozhchenko, T., Turchyn, T., Marchuk, S., Boichuk, P., Shakotko, V., & Barulina, Y. (2022). On the two types of resources for innovative primary school teacher training. *Revista Românească pentru Educatie Multidimensională, 14*(4), 40-53.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSSP
Journal of Social Science Panyapat
https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSSP/index

Research Article

The Factors Influencing the Decision to Use Low-Cost Carriers for Domestic Flight Routes

Nakamol Maneenoot[1*] and Thanarak Laosuthi[2]

[1] *Master's degree student, Department of Economics, Faculty of Economics, Kasetsart University, Thailand*

[2] *Department of Economics, Faculty of Economics, Kasetsart University, Thailand*

[*] *Corresponding author. E-mail: nakamol.ma@ku.th*

ABSTRACT

This article aimed to study the marketing mix factors and the marketing mix factors influencing the decision to use low-cost carriers (LCCs) for domestic routes. This quantitative research involved a sample of 398 individuals who had prior experience utilizing domestic low-cost airline services. They were selected by purposive sampling. The instrument for collecting data was an online questionnaire. Analysis data by Descriptive statistics and Chi-Square Test. The result of the study found that: 1) factors significantly associated with the decision to select an airline included baggage allowance promotions, ticket distribution channels, educational level, pricing structures, and change fees. 2) factors found to have no significant association with the decision included payment channels, regional route selection, occupation, age, baggage services, on-board food and beverage services, travel occasions, income, service processes, physical evidence, ticket price promotions, and personnel.

Keywords: Marketing Mix, Personal Factors, Consumer Decision-Making, Low-Cost Carriers

Received: 23 March 2026;
Revised: 7 May 2026;
Accepted: 21 June 2026

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat
ISSN: 3027-6748 (Online)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ สำหรับเส้นทางบินในประเทศ

ณกมล มณีนุษย์[1*] และ ธนารักษ์ เหล่าสุทธิ[2]

[1] *นิสิตปริญญาโท ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย*

[2] *ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย*

* *Corresponding author. E-mail: nakamol.ma@ku.th*

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ สำหรับเส้นทางบินในประเทศ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลจากผู้มีประสบการณ์ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำสำหรับเส้นทางบินในประเทศ จำนวน 398 ราย เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามออนไลน์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา และวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการทดสอบไคสแควร์ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกสายการบิน ได้แก่ โปรโมชันโหลดสัมภาระ ช่องทางการจำหน่ายตั๋ว ระดับการศึกษา รูปแบบราคาตั๋ว และค่าธรรมเนียมการเปลี่ยนตั๋ว ส่วนปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกสายการบิน ได้แก่ ช่องทางการชำระเงิน การเลือกเส้นทางบินตามภูมิภาค อาชีพ อายุ บริการโหลดสัมภาระ บริการอาหารและเครื่องดื่ม โอกาสในการเดินทาง รายได้ กระบวนการให้บริการ ลักษณะทางกายภาพ โปรโมชันราคาตั๋ว และบุคลากร

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด, ปัจจัยส่วนบุคคล, การตัดสินใจเลือกใช้บริการ, สายการบินต้นทุนต่ำ

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat

บทนำ

การขนส่งทางอากาศเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญที่ช่วยสนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงเศรษฐกิจภายในประเทศกับเศรษฐกิจโลก อีกทั้งเป็นโครงสร้างพื้นฐานหลักที่สนับสนุนทั้งการค้า การลงทุน และโดยเฉพาะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นรายได้หลักของประเทศ และจากข้อมูลของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ระบุว่า ในปี พ.ศ. 2566 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 20.06 ล้านคน โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าประเทศไทยมากที่สุด ได้แก่ มาเลเซีย จีน และสาธารณรัฐเกาหลี ซึ่งกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และรัสเซีย (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566) ขณะที่การท่องเที่ยวภายในประเทศมีการขยายตัวต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2567 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยสูงถึง 70.643 ล้านคน-ครั้ง สร้างรายรับจำนวน 2.72 แสนล้านบาท และจังหวัดที่นิยมท่องเที่ยว ได้แก่ ชลบุรี เชียงใหม่ และเชียงราย ซึ่งมีแนวโน้มขยายตัวได้ดีต่อเนื่อง ส่งผลต่อการเติบโตของภาคบริการขนส่งทางอากาศ ซึ่งมีอัตราการเติบโตของมูลค่าที่แท้จริงสูงถึงร้อยละ 29.50 (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2568) แสดงให้เห็นว่า ภาคการขนส่งผู้โดยสารทางอากาศเป็นภาคการขนส่งหนึ่งที่สำคัญของประเทศไทย

เมื่อพิจารณาสถิติขนส่งทางอากาศของบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (ทอท.) ในช่วงปี พ.ศ. 2558 – 2568 พบว่า สายการบินต้นทุนต่ำ (Low-Cost Carrier: LCC) มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยถึงร้อยละ 2.73 ต่อปี และมีส่วนแบ่งการตลาดผู้โดยสารภายในประเทศสูงถึงร้อยละ 73.80 (บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน), 2568) แม้ว่าในช่วงปี พ.ศ. 2568 จะมีปริมาณผู้โดยสารน้อยกว่าช่วงก่อนเกิดการแพร่ระบาดของ COVID-19 หรือช่วงปี พ.ศ. 2561 เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปและการแข่งขันที่สูงขึ้นก็ตาม

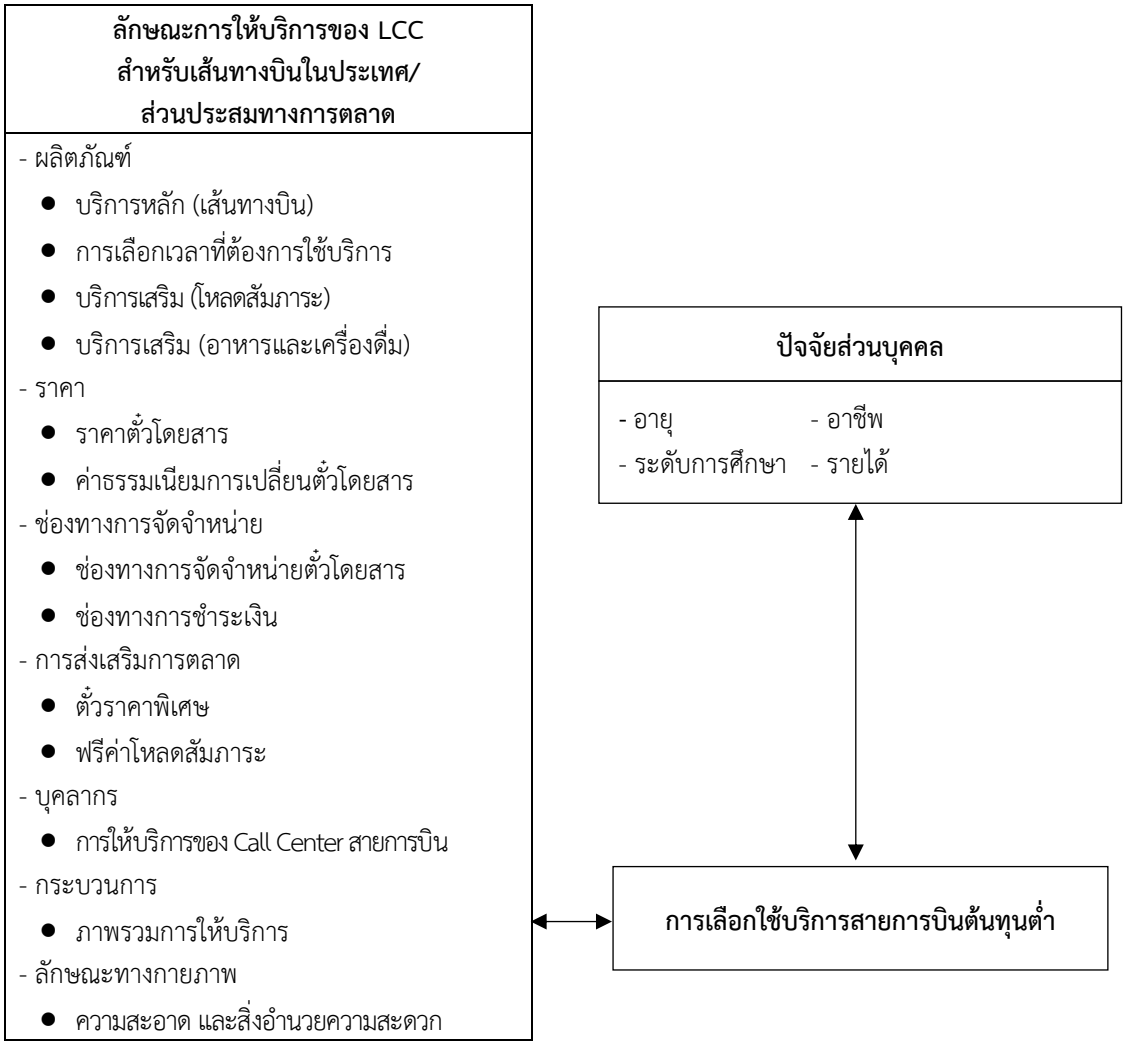
นอกจากนี้ ธุรกิจ LCC ซึ่งมีบทบาทสำคัญที่ช่วยส่งเสริมความถี่ในการเดินทางและกระจายรายได้สู่เมืองรองผ่านเส้นทางบินระหว่างภูมิภาค จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยจึงศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้โดยสาร ทั้งปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยส่วนบุคคล เพื่อให้ได้ข้อสรุปที่จะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบาย

ทางการตลาด การวางแผนการลงทุนที่มีประสิทธิภาพ และการสร้างความแตกต่างในการให้บริการ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของผู้โดยสารภายใต้สภาวะตลาดที่มีความผันผวนสูงในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ สำหรับเส้นทางบินในประเทศ

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยนี้พัฒนาจากทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Theory) ซึ่งอธิบายว่าพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกระบวนการที่บุคคลใช้ในการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมหลังการซื้อของผู้บริโภคขั้นสุดท้าย ได้แก่ บุคคลหรือครัวเรือนที่ซื้อสินค้าและบริการเพื่อการบริโภคส่วนบุคคล (Kotler & Armstrong, 2018) สอดคล้องกับวารุณี ตันติวงศ์วาณิช (2557) ที่อธิบายว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคคนสุดท้ายเพื่อการบริโภคส่วนบุคคลโดยสามารถอธิบายผ่านตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เพื่อเข้าใจถึงเหตุจูงใจในการตัดสินใจซื้อ (วารุณี ตันติวงศ์วาณิช, 2557)

ปัจจัยหนึ่งที่สำคัญของตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค คือ สิ่งกระตุ้นทางการตลาด หรือส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ที่เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญ และเป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้ โดยนำมาผสมผสาน

เพื่อสร้างปฏิกิริยาที่ต้องการจากตลาดเป้าหมาย และออกแบบ 4Ps ให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด (McCarthy, 1960) และสำหรับธุรกิจบริการมีองค์ประกอบที่สำคัญอีก 3 ประการ (3Ps) คือ บุคลากร กระบวนการ ลักษณะทางกายภาพ (Booms & Bitner, 1981) ทั้งนี้ ปัจจัยส่วนบุคคลเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญของตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค (วารุณี ตันติวงศ์วาณิช, 2557) ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นจะส่งผลให้เกิดความต่างกันของการตัดสินใจและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ สำหรับเส้นทางบินในประเทศ

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานหลักและทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลกับการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และทำให้ทราบถึงประสบการณ์ของกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำและเดินทางโดยเส้นทางบินในประเทศผ่านท่าอากาศยานที่อยู่ภายใต้การดูแลของ ทอท. ในช่วงเดือนมกราคม 2567 ถึงเดือนกันยายน 2568 จำนวน 65,876,833 คน โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Cochran (1977) เพื่อคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ควรเก็บแบบสอบถาม (n) จากขนาดประชากรทั้งหมด (N) และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (e) เป็นร้อยละ 5 และระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95

1.1 สูตรพื้นฐาน:

$$n_0 = \frac{Z^2 \; x \; p \; x \; q}{e^2} = \frac{1.96^2 \; x \; 0.5 \; x \; 0.5}{(0.05)^2}$$

$$= 384.16$$

โดยกำหนดให้ n_0 คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้

Z คือ ค่า Z-score จากระดับความเชื่อมั่น

p คือ สัดส่วนของประชากร

q คือ 1 – p

e คือ ค่าความคลาดเคลื่อนที่จะยอมรับได้

จากสูตรพื้นฐานและสูตรปรับแก้สำหรับประชากรที่ทราบจำนวน ได้จำนวน 385 คน แล้วนำมาคำนวณสูตรเผื่ออัตราการหลุดจากการวิจัย ได้จำนวน 428 คน จึงมีขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ควรเก็บแบบสอบถามจำนวน 428 คน

1.2 สูตรปรับแก้สำหรับประชากรที่ทราบจำนวน:

$$n = \frac{n_0}{1 + (\frac{(n_0 - 1)}{N})} = \frac{384.16}{1 + (\frac{(384.16 - 1)}{65{,}876{,}833})}$$

$$= 384.16 \sim 385 \text{ คน}$$

โดยกำหนดให้ N คือ ขนาดประชากรทั้งหมด

ทั้งนี้ จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างข้างต้น แสดงให้เห็นว่า ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณเป็นจำนวนประมาณ 385 คน และต่อมาเมื่อพิจารณาการปรับขนาดกลุ่มตัวอย่างให้เพียงพอเผื่ออัตราการหลุดจากการวิจัย (drop – out) โดยมีสูตรดังนี้

1.3 สูตรเผื่ออัตราการหลุดจากการวิจัย:

$$n_{adjusted} = \frac{n}{1 - d} = \frac{385}{1 - 0.10}$$

$$= 427.78 \sim 428 \text{ คน}$$

โดยกำหนดให้ $n_{adjusted}$ คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ควรเก็บแบบสอบถามจริง

n คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ก่อนเผื่อการ drop – out

d คือ อัตราการ drop - out ในรูปแบบสัดส่วน (ผู้วิจัยกำหนดร้อยละ 10)

ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้จึงมีขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ควรเก็บแบบสอบถามจำนวน 428 คน เพื่อให้จำนวนตัวอย่างสุดท้ายมีความเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ทางสถิติ และเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการวิจัยโดยรวม

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้รวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือ ซึ่งแบ่งลักษณะคำตอบเป็นข้อมูลเชิงหมวดหมู่ (ข้อมูลระดับกลุ่ม หรือ Nominal Scale) โดยแบบสอบถามมี 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ส่วนประสมทางการตลาด สอบถามความคิดเห็นในการเลือกใช้ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ที่แตกต่างกัน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการตอบสนองของผู้ซื้อ สอบถามการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ Thai AirAsia Thai Lion Air Thai Vietjet Air และ Nok Air

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนบุคคล สอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้

ทั้งนี้ ในส่วนของการสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยได้พิจารณากำหนดขอบเขตเนื้อหาและสร้างแบบสอบถามออนไลน์ให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อความสมบูรณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ โดยสร้างแบบสอบถามที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยส่วนบุคคลให้สอดคล้องกับหลักการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ซึ่งเป็นการพิจารณาความสอดคล้องของแบบสอบถาม (Rovinelli & Hambleton, 1977) และหลักการตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการสอบซ้ำ (Test-Retest) ซึ่งเป็นการนำแบบสอบถามชุดเดิมไปทดสอบกับกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะใกล้เคียงกลุ่มตัวอย่าง และทดสอบกลุ่มเดิม จำนวน 2 ครั้ง ในช่วงเวลาที่ต่างกัน แล้ววิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แคปปา (Cohen’s Kappa) (Cohen, 1960)

3. สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานหลัก: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยส่วนบุคคลเป็นอิสระ/ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

สมมติฐานรอง: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยส่วนบุคคลไม่เป็นอิสระ/มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้รวบรวมข้อมูลข้อมูลปฐมภูมิจากการสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือ โดยสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาแบบเฉพาะเจาะจง ซึ่งจะคัดเลือกผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้มีประสบการณ์ในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำและเดินทางโดยเส้นทางบินในประเทศในช่วงเดือนมกราคม 2567 ถึงเดือนกันยายน 2568 จำนวน 428 ตัวอย่าง

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ 2 รูปแบบ ดังนี้

5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อให้เกิดความเข้าใจในภาพรวมของตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ความถี่ และค่าร้อยละ

5.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ ทดสอบสมมติฐานทางสถิติโดยวิธีการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test) เพื่อใช้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่มีลักษณะเป็นข้อมูลเชิงหมวดหมู่

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า ข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่รวบรวมได้ทั้งหมด จำนวน 429 คน พบว่ามีผู้ที่ไม่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ จำนวน 31 คน คงเหลือกลุ่มตัวอย่างที่สามารถใช้ในการศึกษา จำนวน 398 คน ซึ่งสรุปผลได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนและร้อยละจากแบบสอบถาม

เมื่อพิจารณาข้อมูลจำนวนและร้อยละด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) สรุปได้ว่า ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเส้นทางบินภาคเหนือมากกว่าภูมิภาคอื่น และเลือกใช้บริการสายการบินในช่วงวันหยุดหรือช่วงตั๋วราคาถูก ไม่ซื้อโหลดสัมภาระ และอาหารและเครื่องดื่ม โดยเลือกซื้อตั๋วที่ราคาเหมาะสมกับช่วงเวลาบิน และเลือกค่าธรรมเนียม 535 บาท และต้องแจ้งล่วงหน้า 3 ชั่วโมง ซึ่งเลือกซื้อตั๋วผ่านสายการบิน และชำระเงินผ่าน QR อีกทั้งเลือกโปรโมชัน 0 บาท แต่ไม่รวมภาษี และเลือกโปรโมชันฟรี 10 กก. แบบมีเงื่อนไข รวมถึงเลือกบุคลากรที่มีความเข้าใจบริการของสายการบิน และสามารถให้คำแนะนำ/ตอบคำถามได้ถูกต้องและเหมาะสม เลือกการโหลดสัมภาระ/การเรียกขึ้นเครื่อง/การให้บริการบนเครื่อง/กระบวนการให้บริการไม่มีผลต่อการเลือก และเลือกลักษณะทางกายภาพของที่นั่ง โดยมีรายละเอียดข้อมูลจำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลจำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์		
1.1 ปัจจัยด้านการเลือกเส้นทางบินตามภูมิภาค		
เส้นทางบินเลือกภาคเหนือ	175	43.97
เส้นทางบินเลือกภาคอื่น (ใต้/ตะวันออกเฉียงเหนือ/กลาง)	223	56.03
รวม	398	100.00
1.2 ปัจจัยด้านโอกาสในการเดินทาง		
เดินทางช่วงวันหยุดหรือช่วงตั๋วราคาถูก	213	53.52
เดินทางเพื่อทำธุระ	185	46.48
รวม	398	100.00
1.3 ปัจจัยด้านด้านบริการโหลดสัมภาระ		
ไม่ซื้อ	272	68.34
ซื้อ	126	31.66
รวม	398	100.00
1.4 ปัจจัยด้านบริการอาหารและเครื่องดื่ม		
ไม่ซื้อ	273	68.59
ซื้อ	125	31.41
รวม	398	100.00
2. ปัจจัยด้านราคา		
2.1 ปัจจัยด้านรูปแบบราคาตั๋ว		
เลือกซื้อตั๋วที่ราคาเหมาะสมกับช่วงเวลาบิน	255	64.07
เลือกซื้อตั๋วที่ราคาถูกที่สุดหรือไม่ได้คำนึงถึงปัจจัยด้านราคา	143	35.93
รวม	398	100.00
2.2 ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการเปลี่ยนตั๋ว		
เลือกค่าธรรมเนียม 535 บาท และต้องแจ้งล่วงหน้า 3 ชั่วโมง	138	34.67
เลือกค่าธรรมเนียม 750 – 802.5 บาท และต้องแจ้งล่วงหน้า 4 – 48 ชั่วโมง	131	32.91
เลือกค่าธรรมเนียมการเปลี่ยนตั๋วไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบิน	129	32.41
รวม	398	100.00

ตารางที่ 1 ข้อมูลจำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย		
3.1 ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายตั๋ว		
เลือกซื้อตั๋วผ่านสายการบิน	238	59.80
เลือกซื้อตั๋วผ่านตัวแทนจำหน่าย	160	40.20
รวม	398	100.00
3.2 ปัจจัยด้านช่องทางการชำระเงิน		
เลือกชำระผ่าน QR	182	45.73
เลือกชำระผ่าน Card	115	28.89
เลือกชำระผ่านช่องทางอื่น	101	25.38
รวม	398	100.00
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด		
4.1 ปัจจัยด้านโปรโมชันราคาตั๋ว		
เลือกโปรโมชัน 0 บาท แต่ไม่รวมภาษี	221	55.53
เลือกโปรโมชันที่รวมภาษี	177	44.47
รวม	398	100.00
4.2 ปัจจัยด้านโปรโมชันโหลดกระเป๋า		
เลือกโปรโมชันฟรี 10 กก. แบบมีเงื่อนไข	335	84.17
เลือกโปรโมชันซื้อเพิ่ม เริ่มต้น 15 กก.	63	15.83
รวม	398	100.00
5. ปัจจัยด้านบุคลากร		
5.1 ปัจจัยด้านบุคลากร (Call Center)		
เลือกบุคลากรที่มีความเข้าใจบริการของสายการบิน และสามารถให้คำแนะนำ/ตอบคำถามได้ถูกต้องและเหมาะสม	241	60.55
เลือกสื่อสารอย่างสุภาพอ่อนโยน/ให้ข้อมูลอย่างรวดเร็ว/ให้ความช่วยเหลืออย่างใส่ใจ	157	39.45
รวม	398	100.00
6. ปัจจัยด้านกระบวนการ		
6.1 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ		
เลือกการโหลดสัมภาระ/การเรียกขึ้นเครื่อง/การให้บริการบนเครื่อง/กระบวนการให้บริการไม่มีผลต่อการเลือก	213	53.52
เลือกการจองตั๋ว/การเช็คอิน	185	46.48
รวม	398	100.00
7. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ		
7.1 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ		
เลือกลักษณะทางกายภาพของที่นั่ง	286	71.86
เลือกบริเวณเคาน์เตอร์เช็กอิน/ห้องน้ำบนเครื่องบิน/ลักษณะทางกายภาพไม่มีผลต่อการเลือก	112	28.14
รวม	398	100.00

เมื่อพิจารณาข้อมูลจำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล แสดงให้เห็นว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 29 – 44 (Gen Y) จบปริญญาตรีและต่ำกว่า ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ปานกลาง (15,001 – 30,000 บาท) โดยมีรายละเอียดข้อมูลจำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ข้อมูลจำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ปัจจัยด้านอายุ		
อายุ 15 – 28 (Gen Z)	78	19.60
อายุ 29 – 44 (Gen Y)	219	55.03
อายุ 45 – 60 (Gen X)	73	18.34
อายุ 62 – 78 (Baby Boomer)	28	7.04
รวม	398	100.00
2. ปัจจัยด้านระดับการศึกษา		
จบปริญญาตรีและต่ำกว่า	267	67.09
จบสูงกว่าปริญญาตรี	131	32.91
รวม	398	100.00
3. ปัจจัยด้านอาชีพ		
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	218	54.77
เป็นพนักงานบริษัทเอกชน	105	26.38
ประกอบอาชีพอื่น	75	18.84
รวม	398	100.00
รวม	398	100.00
4. ปัจจัยด้านรายได้		
รายได้ต่ำ (ไม่เกิน 15,000 บาท)	30	7.54
รายได้ปานกลาง (15,001 – 30,000 บาท)	194	48.74
รายได้สูง (30,001 – 60,000 บาท)	132	33.17
รายได้สูงมาก (มากกว่า 60,001 บาท)	42	10.55
รวม	398	100.00

2. ผลการทดสอบไคสแควร์จากแบบสอบถาม

เมื่อพิจารณาข้อมูลผลการทดสอบไคสแควร์จากแบบสอบถามของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกสายการบิน ได้แก่ โปรโมชันโหลดสัมภาระ ช่องทางการจำหน่ายตั๋ว รูปแบบราคาตั๋ว และค่าธรรมเนียมการเปลี่ยนตั๋ว สำหรับปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกสายการบิน ได้แก่ ช่องทางการชำระเงิน การเลือกเส้นทางบินตามภูมิภาค อาชีพ อายุ บริการโหลดสัมภาระ บริการอาหารและเครื่องดื่ม โอกาสในการเดินทาง รายได้ กระบวนการให้บริการ ลักษณะทางกายภาพ โปรโมชันราคาตั๋ว และบุคลากร โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบไคสแควร์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

สมมติฐาน	Pearson Chi-Square	P-value
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์		
1.1 ปัจจัยด้านการเลือกเส้นทางบินตามภูมิภาค	10.01	0.798
1.2 ปัจจัยด้านโอกาสในการเดินทาง	3.27	0.351
1.3 ปัจจัยด้านบริการโหลดสัมภาระ	2.62	0.454
1.4 ปัจจัยด้านบริการอาหารและเครื่องดื่ม	3.10	0.376
2. ปัจจัยด้านราคา		
2.1 ปัจจัยด้านรูปแบบราคาตั๋ว	7.98	0.046**
2.2 ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการเปลี่ยนตั๋ว	10.83	0.094*

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบไคสแควร์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) (ต่อ)

สมมติฐาน	Pearson Chi-Square	P-value
3. ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย		
3.1 ช่องทางการจำหน่ายตั๋ว	9.44	0.024**
3.2 ช่องทางการชำระเงิน	3.07	0.800
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด		
4.1 โปรโมชันราคาตั๋ว	5.50	0.139
4.2 โปรโมชันโหลดสัมภาระ	6.39	0.011**
5. บุคลากร (Call Center)	5.90	0.116
6. กระบวนการให้บริการ	4.97	0.174
7. ลักษณะทางกายภาพ	5.08	0.166

หมายเหตุ: *** หมายถึง มีนัยสำคัญที่ 0.01 ** หมายถึง มีนัยสำคัญที่ 0.05 และ * หมายถึง มีนัยสำคัญที่ 0.10

เมื่อพิจารณาข้อมูลผลการทดสอบไคสแควร์จากแบบสอบถามของปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกสายการบิน ได้แก่ ระดับการศึกษา สำหรับปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกสายการบิน ได้แก่ อาชีพ อายุ และรายได้ โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบไคสแควร์ของปัจจัยส่วนบุคคล

สมมติฐาน	Pearson Chi-Square	P-value
1.ปัจจัยด้านอายุ	1.87	0.599
2.ปัจจัยด้านระดับการศึกษา	4.08	0.043**
3.ปัจจัยด้านอาชีพ	0.83	0.659
4.ปัจจัยด้านรายได้	3.98	0.263

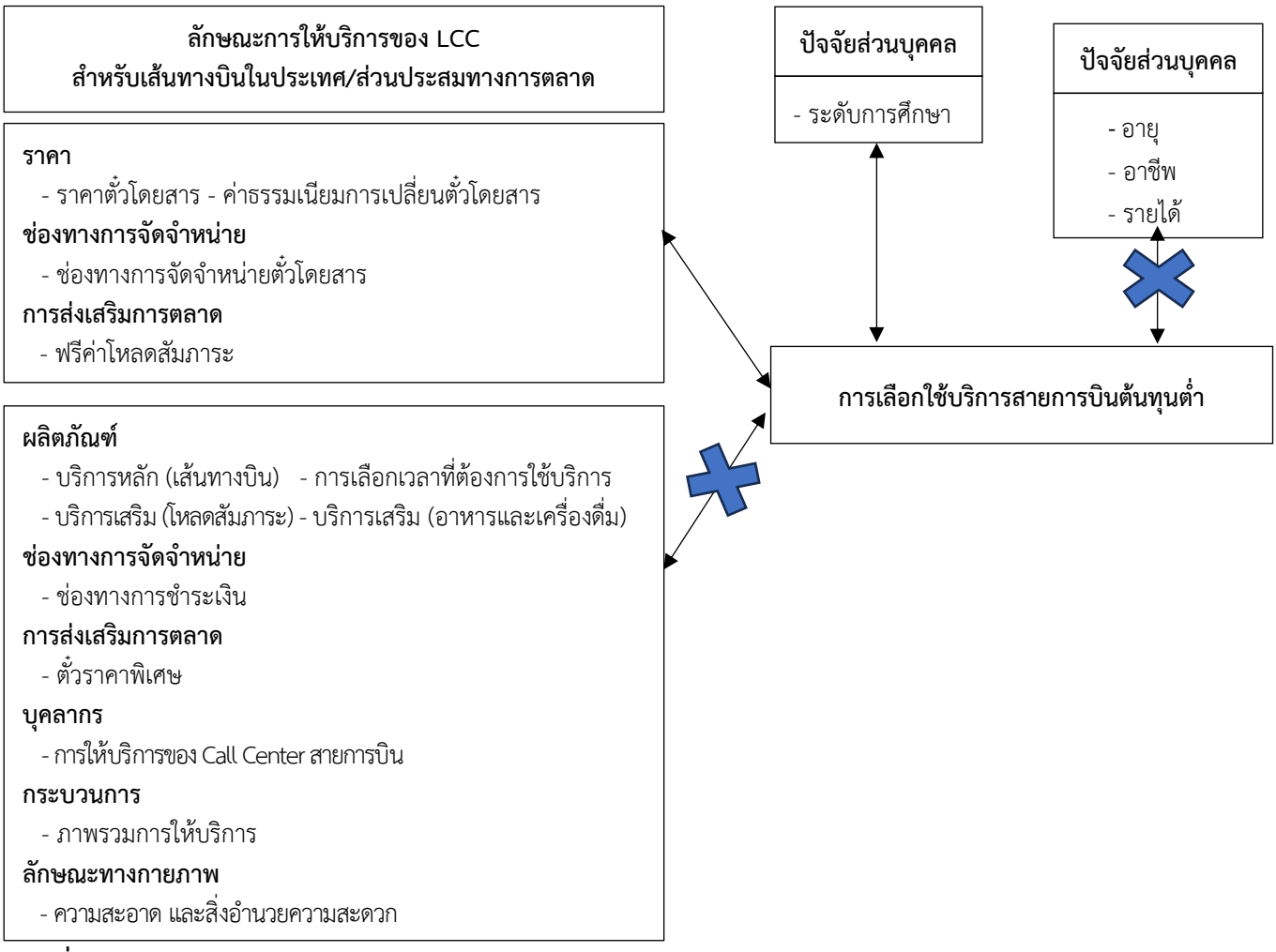
หมายเหตุ: *** หมายถึง มีนัยสำคัญที่ 0.01 ** หมายถึง มีนัยสำคัญที่ 0.05 และ * หมายถึง มีนัยสำคัญที่ 0.10

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัย พบว่า จากผลทดสอบไคสแควร์ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) จะเห็นได้ว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกสายการบิน ได้แก่ โปรโมชันโหลดสัมภาระ ช่องทางการจำหน่ายตั๋ว รูปแบบราคาตั๋ว และค่าธรรมเนียมการเปลี่ยนตั๋ว และปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกสายการบิน ได้แก่ ช่องทางการชำระเงิน การเลือกเส้นทางบินตามภูมิภาค บริการโหลดสัมภาระ บริการอาหารและเครื่องดื่ม โอกาสในการเดินทาง กระบวนการให้บริการ ลักษณะทางกายภาพ โปรโมชันราคาตั๋ว และบุคลากร นอกจากนี้ จากผลทดสอบไคสแควร์ด้านปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกสายการบิน ได้แก่ ระดับการศึกษา และปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกสายการบิน ได้แก่ อาชีพ อายุ และรายได้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้โดยสารส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย และราคาเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับ สุภา จิรวัฒนานนท์ (2567) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดไปน้อยสุด ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ราคา บุคลากร ผลิตภัณฑ์ และกระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ อีกทั้งสอดคล้องกับ Tran Ngoc Tu (2023) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสายการบินสำหรับการเดินทางของลูกค้ารายบุคคลชาวเวียดนาม พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ ราคา และเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ วิภาวี พฤทธิ์วาณิชย์ (2562) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและคุณค่าตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินไทยไลอ้อนแอร์ของผู้บริโภค

ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินไทยไลอ้อนแอร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กายภาพ และกระบวนการ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Saputri & Sari (2019) ศึกษาผลกระทบของส่วนประสมการตลาดบริการต่อสายการบินต้นทุนต่ำ กรณีศึกษาสายการบิน Scoot อินโดนีเซีย ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่าปัจจัยการตลาดบริการทั้ง 7 มีผลต่อความตั้งใจซื้อของลูกค้า Scoot Airlines หรือไม่ พบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฯ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย ลักษณะทางกายภาพ ส่วนบุคลากร และกระบวนการไม่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งยังสอดคล้องกับ Kwok et al. (2020) ศึกษาส่วนประสมการตลาด 7P ของบริการแบ่งปันที่พักผ่านการวิเคราะห์รีวิวออนไลน์ของนักเดินทางบน Airbnb เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อประสบการณ์และความพึงพอใจของผู้เข้าพัก พบว่า ส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อประสบการณ์และความพึงพอใจของผู้เข้าพักมากไปน้อย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์บริการ หลักฐานทางกายภาพ บุคลากร/โฮสต์ กระบวนการให้บริการ สถานที่/ช่องทาง ราคา และโปรโมชัน รวมถึง ฉัตรตระกูล ปานอุทัย และคณะ (2568) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ในจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ทั้ง 7 ด้าน และทัศนคติที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจฯ ทั้งนี้ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ได้แก่ ราคา สถานที่ และลักษณะทางกายภาพ

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่

จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ไม่ใช่การพิจารณาจากด้านราคาเพียงปัจจัยเดียว แต่มีการคำนึงถึงความคุ้มค่าของบริการและความคล่องตัวของการบริหารจัดการของสายการบินด้วย โดยผู้โดยสารให้ความสำคัญกับเงื่อนไขที่ช่วยบริหารจัดการค่าใช้จ่ายแฝงอย่างมีประสิทธิภาพ อาทิ โปรโมชันน้ำหนักสัมภาระและอัตราค่าธรรมเนียมการเปลี่ยนแปลงการเดินทาง ซึ่งสะท้อนถึงความต้องการความยืดหยุ่นภายใต้สถานการณ์การเดินทางที่ผันผวน นอกจากนี้ ผู้โดยสารมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับอรรถประโยชน์หลักจากผลิตภัณฑ์มากกว่าบริการเสริมอื่น ๆ อาทิ บริการโหลดสัมภาระและบริการอาหารและเครื่องดื่ม หรือปัจจัยด้านบุคลากร กระบวนการและลักษณะทางกายภาพ ซึ่งไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสายการบินอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ ระดับการศึกษาเป็นปัจจัยส่วนบุคคลเดียวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำอย่างมีนัยสำคัญ สะท้อนให้เห็นว่า ผู้โดยสารให้ความสำคัญกับบริการที่เข้าถึงง่าย สะดวก ไม่ซับซ้อน และตอบสนองความต้องการพื้นฐานในการเดินทาง

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำสำหรับเส้นทางบินในประเทศ โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากผู้มีประสบการณ์ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำสำหรับเส้นทางบินในประเทศจำนวน 398 ราย เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยวิธีการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test) ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาได้ว่า เมื่อพิจารณาผลทดสอบไคสแควร์ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกสายการบิน ได้แก่ โปรโมชันโหลดสัมภาระ ช่องทางการจำหน่ายตั๋ว รูปแบบราคาตั๋ว และค่าธรรมเนียมการเปลี่ยนตั๋ว และปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกสายการบิน ได้แก่ ช่องทางการชำระเงิน การเลือกเส้นทางบินตามภูมิภาค บริการโหลดสัมภาระ บริการอาหารและเครื่องดื่ม โอกาสในการเดินทาง กระบวนการให้บริการ ลักษณะทางกายภาพ โปรโมชันราคาตั๋ว และบุคลากร โดยเมื่อพิจารณาผลทดสอบไคสแควร์ด้านปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกสายการบิน ได้แก่ ระดับการศึกษา และปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกสายการบิน ได้แก่ อาชีพ อายุ และรายได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 สายการบินสามารถเพิ่มโอกาสให้ผู้โดยสารตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำสำหรับเส้นทางบินในประเทศมากขึ้น โดยกำหนดกลยุทธ์การตั้งราคาตั๋วโดยสารให้เหมาะสมสำหรับเที่ยวบินที่อยู่ในช่วงเวลาที่ผู้โดยสารมีความต้องการเดินทางสูง

1.2 พิจารณาปรับปรุงการกำหนดเงื่อนไขการเปลี่ยนแปลงบัตรโดยสารให้มีความคล่องตัวมากขึ้นและมีค่าธรรมเนียมที่ต่ำ

1.3 พัฒนาแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ของสายการบินให้มีความสะดวกต่อการจำหน่ายตั๋ว

1.4 การเพิ่มความยืดหยุ่นในการออกแบบโปรโมชันและการบริหารจัดการสัมภาระ อาทิ นำเสนอสิทธิโหลดสัมภาระฟรีขั้นต้น 5 กก. โดยไม่มีเงื่อนไข หรือกำหนดน้ำหนักสัมภาระเริ่มต้นในปริมาณที่น้อยลง

1.5 สื่อสารถึงสิทธิประโยชน์พื้นฐานของผู้โดยสารอย่างชัดเจน โดยลดความซับซ้อนของข้อมูลเกี่ยวกับเงื่อนไขการให้บริการต่าง ๆ ผ่านรูปแบบการนำเสนอข้อมูลที่เข้าใจง่าย

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 พิจารณากำหนดขอบเขตแบบสอบถาม โดยใช้บริการเสริมอื่น นอกเหนือจากบริการโหลดสัมภาระและบริการอาหารและเครื่องดื่มที่ผู้วิจัยได้ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ อาทิ การเลือกที่นั่ง ประกันภัยการเดินทาง และระบบความบันเทิง อาจทำให้ตัวแปรด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับการเลือกสายการบินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติได้

2.2 พิจารณาศึกษาข้อมูลเฉพาะของสายการบินใดสายการบินหนึ่ง หรือเปรียบเทียบข้อมูลแต่ละสายการบินเพื่อให้สายการบินสามารถใช้วางแผนกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมกับแต่ละพื้นที่หรือแต่ละสายการบินต่อไป

เอกสารอ้างอิง

ฉัตรตระกูล ปานอุทัย, พัชรี ทองคำพานิช, ชารีรัตน์ อุดมวิโรจน์สิน, ปวเรศร์ พันธยุทธ์, อัมพร กรุดวงษ์, สุรเชษฐ ขวัญใน, พิชญ์พล บุญคงเสน, ศรีประภา โทแก้ว และ นฤเดช วีระสุข. (2568). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ในจังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม, 9*(5), 304–317.

ธีรินทร์ รัตนภิญโญวงศ์. (2556). *ยุคทองของสายการบินต้นทุนต่ำ...กับรูปแบบธุรกิจที่ต้องจับตามอง*. สืบค้นจาก https://www.scbeic.com/th/detail/product/746.

บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). (2568). *สถิติขนส่งทางอากาศ รายงานสถิติการขนส่งทางอากาศ*. สืบค้นจาก https://investor-th.airportthai.co.th/transport.html.

วารุณี ตันติวงศ์วาณิช. (2557). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วิภาวี พฤทธิ์วาณิชย์. (2562). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและคุณค่าตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสายการบินไทยไลอ้อนแอร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). *รายงานรายได้ประชาชาติของประเทศไทย พ.ศ. 2566. บัญชีประชาชาติของประเทศไทย ฉบับปี พ.ศ. 2566*. สืบค้นจาก https://www.nesdc.go.th/wordpress/wp-content/uploads/2025/04/article_20250320092941.pdf.

_____. (2568). *รายงานภาวะเศรษฐกิจไทย ไตรมาสที่สี่ ทั้งปี 2567 และแนวโน้มปี 2568*. สืบค้นจาก https://www.nesdc.go.th/wordpress/wp-content/uploads/2025/04/article_20250217090117-1.pdf.

สุภา จิรวัฒนานนท์. (2567). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี, 13*(2), 38–50.

Booms, B. H., & Bitner, M. J. (1981). Marketing strategies and organization structures for service firms. In J. H. Donnelly & W. R. George (Eds.), *Marketing of services* (p. 47–51). Chicago, IL: American Marketing Association.

Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques*. (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.

Cohen, J. (1960). A coefficient of agreement for nominal scales. *Educational and psychological measurement, 20*(1), 37-46.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing*. (17th ed.). London: Pearson Education Limited.

Kwok, L., Tang, Y., & Yu, B. (2020). The 7 Ps marketing mix of home-sharing services: Mining travelers' online reviews on Airbnb. *International Journal of Hospitality Management, 90*, 102616.

McCarthy, E. J. (1960). *Basic Marketing: A Managerial Approach*. Homewood, IL: Richard D. Irwin.

Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). *On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity*. Dutch Journal of Educational Research, 2, 49-60.

Saputri, M. E., & Sari, D. (2019, May). The effect of service marketing mix in low cost airlines: A study of Scoot Airlines Indonesia. In *1st International Conference on Economics, Business, Entrepreneurship, and Finance (ICEBEF 2018)* (pp. 588-592). Dordrecht, Netherlands: Atlantis Press.

Tu, T. N. (2024). Factors affecting the decision to choose an airline for travel of individual Vietnamese customers. *Transportation Research Procedia, 80*, 170-177.

JSSP: Journal of Social Science Panyapat, 2026. 8(2): 43-60.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSSP
Journal of Social Science Panyapat
https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSSP/index

Research Article

Factors Affecting Purchase Intention of Used Car Customers via Facebook in Bangkok

Thanupong Koonkanaviwat[1*] and Pornlapas Suwannarat[2]

[1] *Faculty of Business Administration, Kasetsart University, Thailand*

[2] *Associate Professor, Faculty of Business Administration, Kasetsart University, Thailand*

* *Corresponding author. E-mail: Thanupong.ko@ku.th*

ABSTRACT

This study investigates the factors influencing Bangkok residents' intentions to purchase used cars through Facebook, with particular emphasis on the roles of perceived quality, perceived price, and perceived value. Given the uncertainty and information asymmetry commonly associated with used-car purchases, this research examines how these perceptions shape consumer purchase intention in the context of social media marketplaces. Quantitative data were collected from 400 respondents in Bangkok and analyzed using SPSS through multiple regression and correlation analyses. The findings reveal that perceived quality has a strong positive effect on perceived value ($\beta = 0.863$, Adjusted $R^2 = 0.744$, $p < 0.001$), while perceived price also significantly influences perceived value ($\beta = 0.809$, Adjusted $R^2 = 0.654$, $p < 0.001$). In addition, perceived price positively affects perceived quality ($\beta = 0.667$, Adjusted $R^2 = 0.444$, $p < 0.001$). Perceived value was found to be the strongest predictor of purchase intention ($\beta = 0.942$, Adjusted $R^2 = 0.887$, $p < 0.001$). Furthermore, mediation analysis based on Baron and Kenny's (1986) approach confirmed that perceived value partially mediates the relationships between perceived quality and purchase intention, as well as between perceived price and purchase intention. The results suggest that consumers evaluate used cars not only based on price and vehicle condition, but also through trust signals, presentation quality, and overall value perceptions conveyed via Facebook advertising. These findings contribute to a deeper understanding of consumer behavior in online used-car markets and provide practical implications for businesses seeking to enhance customer trust and purchase intention in developing digital economies such as Thailand.

Keywords: Perceived Quality, Perceived Price, Perceived Value, Used Car Market, Facebook

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat

Introduction

The global used-car market has experienced substantial growth in recent years, driven by increasing demand for affordable transportation, economic uncertainty, and the rapid expansion of digital commerce platforms. In Thailand, social media platforms—particularly Facebook—have become important channels for buying and selling used cars, transforming traditional consumer purchasing processes. Consumers are now able to search for vehicle listings, communicate directly with sellers, compare alternatives, and

Received: 27 March 2026;
Revised: 23 May 2026;
Accepted: 1 June 2026

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat
ISSN: 3027-6748 (Online)

evaluate products through online interactions rather than relying solely on physical dealership visits. This shift reflects broader changes in consumer behavior in the digital era, where online engagement increasingly influences purchase decision-making processes (Kotler & Armstrong, 2018).

Despite these advantages, purchasing used cars through Facebook remains a high-involvement and high-risk decision because consumers often face substantial information asymmetry and uncertainty. Information asymmetry occurs when sellers possess more complete knowledge about the vehicle's condition, maintenance history, accident records, or hidden defects than buyers (Akerlof, 1970). In the used-car market, this imbalance creates uncertainty regarding product quality and reliability, making it difficult for buyers to accurately assess the true value of a vehicle before purchase. Unlike formal dealership systems, Facebook-based transactions generally lack standardized inspection procedures, warranty protections, or institutional verification mechanisms, which may further increase perceived risk and reduce consumer trust (Gefen et al., 2003).

As a result, consumers tend to rely on indirect cues and perceptions when evaluating used cars in online environments. Previous studies have shown that perceived quality, perceived price fairness, seller credibility, visual presentation, and electronic word-of-mouth significantly influence consumer evaluations and purchase decisions in online marketplaces (Beneke et al., 2013; Pavlou & Fygenson, 2006). In particular, perceived quality and perceived price serve as important signals that help reduce uncertainty and shape consumers' perceived value of products. Perceived value, in turn, plays a critical role in determining purchase intention because consumers evaluate whether the expected benefits outweigh the financial and psychological costs associated with the purchase (Zeithaml, 1988; Suwannarat et al., 2025).

Furthermore, Facebook creates a hybrid social commerce environment that combines commercial transactions with social interaction. While the platform enhances convenience, accessibility, and communication between buyers and sellers, it also increases concerns regarding trust, fraud, and transaction security due to the absence of formal governance structures typically found in traditional e-commerce platforms (Hajli, 2015). Trust therefore becomes a central factor influencing consumers' willingness to engage in Facebook-based used-car transactions.

Although prior research has extensively examined consumer behavior in e-commerce and online shopping contexts, limited empirical evidence exists regarding how perceived quality, perceived price, and perceived value jointly influence purchase intention in social commerce environments, particularly within Thailand's used-car market. Existing studies have primarily focused on traditional e-commerce platforms or dealership-based purchasing behavior, while relatively few studies investigate Facebook as a social commerce platform where information asymmetry and trust issues are especially prominent. Moreover, the mediating role of perceived value in explaining how consumers translate price and quality perceptions into purchase intention remains insufficiently explored in the context of Facebook-based used-car purchasing in Thailand.

Therefore, this study aims to examine the effects of perceived quality, perceived price, and perceived value on purchase intention toward used cars purchased through Facebook in Bangkok. In addition, the study investigates the mediating role of perceived value in the relationships between perceived quality, perceived price, and purchase intention. By addressing these issues, the research seeks

to contribute to the literature on social commerce and consumer behavior while also providing practical insights for used-car businesses operating on digital platforms in developing economies such as Thailand.

Research Objectives

1. To examine the effect of Perceived Quality on Perceived Value in the context of used-car purchases through Facebook in Bangkok.

2. To investigate the effect of Perceived Price on Perceived Value in Facebook-based used-car transactions.

3. To determine the influence of Perceived Price on Perceived Quality among consumers purchasing used cars through Facebook.

4. To assess the effect of Perceived Value on consumers' Purchase Intention toward used cars advertised on Facebook.

5. To examine the mediating role of Perceived Value in the relationship between Perceived Quality and Purchase Intention.

6. To examine the mediating role of Perceived Value in the relationship between Perceived Price and Purchase Intention.

The Conceptual Framework

This study examines the relationships among perceived quality, perceived price, perceived value, and purchase intention in the context of purchasing used cars through Facebook. The conceptual framework is grounded primarily in perceived value theory and consumer behavior literature, which suggest that consumers evaluate products by comparing perceived benefits with perceived sacrifices before forming behavioral intentions (Zeithaml, 1988).

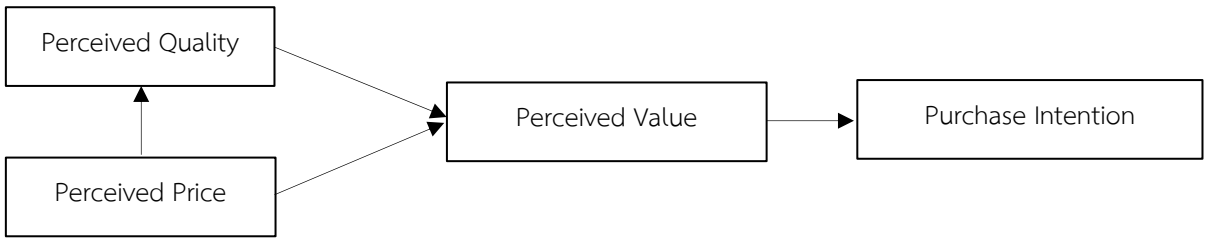


Figure 1 Theoretical Framework

In this framework, perceived quality and perceived price are treated as independent variables, perceived value functions as a mediating variable, and purchase intention serves as the dependent variable.

Previous literature suggests that consumers rely heavily on perceived cues when evaluating products characterized by uncertainty and risk, particularly in online and second-hand marketplaces. According to Valarie Zeithaml (1988), perceived value represents consumers' overall assessment of product utility based on perceptions of what is received relative to what is given. This perspective implies that both perceived quality and perceived price are central determinants of perceived value. In the

context of used-car purchasing, where consumers often cannot fully verify product quality before purchase, these perceptions become especially important in shaping consumer decisions.

Perceived quality refers to consumers' subjective judgment regarding the overall excellence, reliability, and condition of a product (Zeithaml, 1988). Prior studies have consistently shown that higher perceived quality positively enhances perceived value because consumers tend to associate reliability, durability, and performance with greater benefits received from the product (Dodds et al., 1991). In online used-car transactions, perceived quality may derive from vehicle condition, inspection transparency, seller credibility, and visual presentation through Facebook listings. When consumers perceive that a used car demonstrates high quality and reliability, they are more likely to perceive greater value in the purchase. Therefore, the following hypothesis is proposed:

H1: Perceived Quality has a significant positive effect on Perceived Value.

Perceived price refers to consumers' evaluation of whether a product's price is fair, reasonable, and acceptable relative to its expected benefits (Monroe, 1990). Existing literature indicates that price plays a dual role in consumer evaluation. First, it represents a monetary sacrifice that consumers must incur; second, it serves as an informational cue that signals product quality (Rao & Monroe, 1989). Research by Beneke et al. (2013) further suggests that favorable price perceptions positively influence perceived value because consumers are more likely to evaluate products favorably when they perceive strong value for money. In the context of used-car purchases through Facebook, reasonable pricing and transparent price communication may reduce uncertainty and strengthen value perceptions. Therefore, the following hypothesis is proposed:

H2: Perceived Price has a significant positive effect on Perceived Value.

In addition to influencing value perceptions directly, perceived price may also shape consumers' perceptions of product quality. According to signaling theory, consumers often use price as an indicator of quality when objective product evaluation is difficult (Rao & Monroe, 1989). This relationship becomes particularly important in online used-car markets, where information asymmetry limits buyers' ability to physically inspect vehicles before purchase. A price perceived as credible and appropriate may increase confidence in the vehicle's condition and reliability, whereas unusually low prices may create suspicion regarding hidden defects or poor quality. Therefore, the following hypothesis is proposed:

H3: Perceived Price has a significant positive effect on Perceived Quality.

Perceived value has been widely recognized as a critical predictor of behavioral intention and purchase intention. Sweeney and Soutar (2001) conceptualized perceived value as a multidimensional construct reflecting the trade-off between perceived benefits and perceived sacrifices. Empirical evidence from Cronin et al. (2000) demonstrates that perceived value strongly influences consumers' future behavioral intentions, including repurchase intention and willingness to buy. In the context of used-car purchasing, consumers are more likely to intend to purchase when they perceive that the benefits received—such as affordability, vehicle reliability, and utility—outweigh the associated financial and psychological costs. Therefore, the following hypothesis is proposed:

H4: Perceived Value has a significant positive effect on Purchase Intention.

Furthermore, prior studies indicate that perceived value may function as a mediating mechanism through which quality and price perceptions influence purchase intention. Cronin et al. (2000) found that consumers translate evaluations of quality and price into behavioral intentions primarily through value perceptions. Similarly, Bei and Chiao (2001) demonstrated that perceived value mediates the relationships between product attributes and customer behavioral outcomes. In online used-car transactions, consumers may first evaluate vehicle quality and pricing before forming an overall value judgment, which subsequently shapes purchase intention. Therefore, perceived value is expected to mediate the relationship between perceived quality and purchase intention, as well as between perceived price and purchase intention. The following hypotheses are proposed:

H5: Perceived Value mediates the relationship between Perceived Quality and Purchase Intention.

H6: Perceived Value mediates the relationship between Perceived Price and Purchase Intention.

These relationships are particularly relevant in social commerce environments such as Facebook, where consumers face higher uncertainty due to limited physical interaction and the absence of formal verification systems. David Gefen et al. (2003) emphasized that trust and perceived cues play essential roles in reducing uncertainty in online transactions, while Hajli (2015) found that social commerce interactions significantly shape consumer perceptions and purchase behavior. Accordingly, integrating perceived quality, perceived price, perceived value, and purchase intention into a unified framework provides a comprehensive understanding of consumer decision-making in Facebook-based used-car transactions within emerging economies such as Thailand.

Research Methodology

1. Population and Sample

This investigation adopts a quantitative research methodology to examine the relationships among perceived quality, perceived price, perceived value, and purchase intention in the context of purchasing used cars through Facebook. The target population of this study consisted of individuals residing in Bangkok who had prior experience browsing, searching for information about, or purchasing used cars via Facebook. This population was selected because Facebook has become one of the most widely used social commerce platforms for used-car transactions in Thailand, making these individuals highly relevant to the research objectives.

Data were collected from 400 respondents through a structured questionnaire. The sample size was determined using Cochran's (1977) formula for an unknown population size, which calculated a minimum required sample of 385. This was rounded up to 400 to ensure greater statistical power and to account for potential incomplete responses. A convenience sampling method was employed, which was considered appropriate as it enabled the researcher to efficiently access respondents who were actively involved in online used-car search and purchasing activities. In studies of consumer search behavior and purchase intention in digital environments, convenience sampling is frequently applied when the target respondents possess specific online consumption experiences relevant to the research context (Bloch et al., 1986). Previous studies have also employed convenience sampling in purchase intention research

involving online marketplaces and product evaluation contexts because of its practicality and effectiveness in reaching accessible and motivated participants (Gogoi, 2013).

To ensure the appropriateness and relevance of the sample, screening criteria were applied before respondents participated in the survey. Participants were required to: (1) currently reside in Bangkok, (2) be at least 18 years old, and (3) have prior experience browsing, searching for information about, contacting sellers, or purchasing used cars through Facebook within the past 12 months. Respondents who did not meet these criteria were excluded from the study. These screening conditions helped ensure that participants possessed sufficient familiarity with Facebook-based used-car transactions and could provide meaningful responses regarding perceptions of quality, price, value, and purchase intention in the social commerce environment.

2. Research Instruments

The questionnaire comprised five sections: demographic data, perceived quality, perceived price, perceived value, and purchase intention. To ensure content validity, the measurement items were derived from established scales employed in prior research. Responses were measured using a five-point Likert scale ranging from 1 (“strongly disagree”) to 5 (“strongly agree”), as five-point Likert scales are widely adopted in consumer behaviour and marketing research due to their simplicity, reliability, and suitability for measuring attitudes and perceptions (Likert, 1932; Joshi et al., 2015). This approach facilitated a consistent and reliable evaluation of respondents’ subjective viewpoints.

3. Validation of Research Instruments

To ensure the quality of the research instrument, the questionnaire underwent assessment for both validity and reliability. Content validity was evaluated by a panel of three subject matter experts who calculated the Item-Objective Congruence (IOC) index. All items yielded an IOC score above 0.50, confirming that the questions were congruent with the research objectives and theoretically sound (Rovinelli & Hambleton, 1977). Subsequently, a pilot study was conducted to test the instrument's reliability. The Cronbach’s alpha coefficients for all constructs exceeded the acceptable benchmark of 0.70, indicating sufficient internal consistency and readiness for formal data collection (Nunnally & Bernstein, 1994).

4. Data Collection & Analysis

Data collection was conducted through an online questionnaire distributed via Facebook groups, used-car marketplace communities, and direct messaging to potential respondents in Bangkok who had experience browsing or purchasing used cars through Facebook. This recruitment approach was adopted to effectively reach individuals actively engaged in online used-car transactions.

After data collection, the responses were analyzed using SPSS. Descriptive statistics were first employed to summarize respondents’ demographic characteristics and the overall patterns of responses. Subsequently, correlation analysis was conducted to examine the relationships among the study variables. Multiple regression analysis was then used to test the proposed hypotheses and evaluate the effects of independent variables on dependent variables. In addition, mediation analysis based on the approach proposed by Baron and Kenny (1986) was performed to assess the mediating role of perceived value in the relationships between perceived quality, perceived price, and purchase intention.

Research Results

The research study found that:

Table 1. Number and Percentage of Respondents by Personal Factors

Personal Factors	Category	Quantity	Percentage
Gender	Male	230	57.5
	Female	163	40.8
	Other	7	1.7
	Total	**400**	**100.0**
Age	Under 20 years	29	7.2
	20–29 years	195	48.8
	30–39 years	97	24.2
	40–49 years	39	9.8
	50–59 years	29	7.2
	60 years and above	11	2.8
	Total	**400**	**100.0**
Monthly Income	Less than 20,000 THB	70	17.5
	20,000–40,000 THB	134	33.5
	40,001–60,000 THB	95	23.8
	60,001–80,000 THB	55	13.8
	80,001–100,000 THB	27	6.8
	More than 100,000 THB	19	4.8
	Total	**400**	**100.0**
Family Members	1 member	24	6.0
	2–3 members	200	50.0
	4–5 members	133	33.2
	More than 5 members	43	10.8
	Total	**400**	**100.0**
Occupation	Student	52	13.0
	Employee	183	45.8
	Government Officer	59	14.8
	Business Owner	82	20.5
	Housewife/House Husband	13	3.2
	Influencer	11	2.7
	Total	**400**	**100.0**

Table 1 presents the demographic characteristics of the 400 respondents included in this study. The sample was predominantly male (57.5%), followed by female respondents (40.8%) and a small proportion identifying as other genders (1.7%). Most respondents were aged between 20–39 years, with the 20–29 years group representing the largest proportion (48.8%), indicating that young adults constituted the majority of participants in the study.

In terms of socioeconomic characteristics, most respondents belonged to low- to middle-income groups, particularly those earning between 20,000–60,000 THB per month. The majority also lived in

households consisting of 2–5 members. Regarding occupation, employees represented the largest occupational group, followed by business owners, government officers, and students. Overall, the respondent profile reflects predominantly young and economically active individuals who are likely to engage with online used-car marketplaces through Facebook.

Table 2 Results of Regression Analysis 1

Model	Dependent Variable	Independent Variable	B	S.E.	β	t-value	p-value	95% CI	Adjusted R^2
1	Purchase Intention (PI)	Perceived Value (PV)	0.921	0.031	0.942	29.710	< .001***	[0.860, 0.982]	0.887
2	Perceived Value (PV)	Perceived Quality (PQ)	0.847	0.028	0.863	30.250	< .001***	[0.792, 0.902]	0.744
3	Perceived Value (PV)	Perceived Price (PP)	0.798	0.034	0.809	23.470	< .001***	[0.731, 0.865]	0.654
4	Purchase Intention (PI)	Perceived Quality (PQ)	0.503	0.067	0.590	7.507	< .01**	[0.372, 0.634]	0.856
		Perceived Price (PP)	0.361	0.058	0.421	6.224	< .01**	[0.247, 0.475]	
5	Perceived Value (PV)	Perceived Quality (PQ)	0.544	0.061	0.581	8.918	< .01**	[0.424, 0.664]	0.842
		Perceived Price (PP)	0.388	0.054	0.422	7.185	< .01**	[0.282, 0.494]	
6	Purchase Intention (PI)	Perceived Quality (PQ)	0.214	0.049	0.248	4.367	< .01**	[0.118, 0.310]	0.910
		Perceived Price (PP)	0.149	0.061	0.173	2.443	< .05*	[0.029, 0.269]	
		Perceived Value (PV)	0.566	0.052	0.588	10.885	< .01**	[0.464, 0.668]	

1. The Effect of Perceived Quality on Perceived Value

The results presented in Table 2 (Model 2) indicate that Perceived Quality (PQ) has a positive and statistically significant effect on Perceived Value (PV). The regression model demonstrates strong explanatory power, with an Adjusted R^2 of 0.744, indicating that approximately 74.4% of the variance in perceived value is explained by perceived quality. The analysis further reveals a strong positive relationship between the variables, as reflected by the standardized coefficient (β = 0.863, t = 30.250, $p < .001$). In addition, the unstandardized coefficient (B = 0.847, S.E. = 0.028, 95% CI [0.792, 0.902]) indicates that increases in perceived quality are associated with higher levels of perceived value among consumers. Accordingly, Hypothesis 1 (H1) is supported.

These findings suggest that consumers tend to perceive greater value in used cars when they have stronger confidence in quality-related attributes, such as vehicle condition, inspection transparency, and overall reliability. In the context of Facebook-based used-car transactions, credible quality cues and

professional presentation may therefore play an important role in enhancing consumers' value perceptions and encouraging purchase intention.

2. The Effect of Perceived Price on Perceived Value

The results reported in Table 2 (Model 3) demonstrate that Perceived Price (PP) positively and significantly influences Perceived Value (PV). The regression model explains a substantial proportion of variance in perceived value, with an Adjusted R^2 of 0.654, indicating that perceived price accounts for approximately 65.4% of the variation in perceived value. The standardized regression coefficient shows a strong positive relationship between perceived price and perceived value ($\beta = 0.809$, $t = 23.470$, $p < .001$). Moreover, the unstandardized coefficient (B = 0.798, S.E. = 0.034, 95% CI [0.731, 0.865]) suggests that more favorable perceptions of price are associated with higher perceived value among consumers. Therefore, Hypothesis 2 (H2) is supported.

From a practical perspective, the findings indicate that consumers are more likely to perceive higher value when used-car prices are viewed as fair, reasonable, and cost-effective. This suggests that transparent pricing strategies, clear price justification, and communication of cost advantages relative to new vehicles may strengthen perceived value and subsequently enhance purchase intention in Facebook-based used-car marketplaces.

Table 3 Results of Regression Analysis 2

Model	Dependent Variable	Independent Variable	B	S.E.	β	t-value	p-value	95% CI	Adjusted R^2
7	Purchase Intention (PI)	Perceived Quality (PQ)	0.854	0.031	0.871	27.548	< .001***	[0.793, 0.915]	0.758
8	Purchase Intention (PI)	Perceived Price (PP)	0.792	0.035	0.814	22.629	< .001***	[0.723, 0.861]	0.662
9	Perceived Quality (PQ)	Perceived Price (PP)	0.645	0.041	0.667	15.732	< .001***	[0.564, 0.726]	0.444

Note: *** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$.

3. The effect of Perceived Price on Perceived Quality

The results presented in Table 3 (Model 9) indicate that Perceived Price (PP) has a positive and statistically significant effect on Perceived Quality (PQ). The regression model explains a moderate proportion of variance in perceived quality, with an Adjusted R^2 of 0.444, suggesting that approximately 44.4% of the variance in perceived quality is explained by perceived price. The standardized regression coefficient demonstrates a moderately strong positive relationship between the variables ($\beta = 0.667$, $t = 15.732$, $p < .001$). In addition, the unstandardized coefficient (B = 0.645, S.E. = 0.041, 95% CI [0.564, 0.726]) indicates that more favorable price perceptions are associated with higher evaluations of product quality. Accordingly, Hypothesis 3 (H3) is supported.

These findings suggest that price functions not only as a financial consideration but also as an informational cue through which consumers infer product quality in the used-car market. In particular, prices perceived as fair, reasonable, and credible may strengthen consumers' confidence in vehicle

condition and reliability. This signaling effect appears especially important in Facebook-based transactions, where direct physical inspection is often limited.

4. The effect of Perceived Value on Purchase Intention

The results presented in Table 2 (Model 1) demonstrate that Perceived Value (PV) positively and significantly influences Purchase Intention (PI). The regression model exhibits exceptionally high explanatory power, with an Adjusted R^2 of 0.887, indicating that approximately 88.7% of the variance in purchase intention is explained by perceived value. The standardized regression coefficient further reveals a very strong positive relationship between the variables (β = 0.942, t = 29.710, p < .001). Moreover, the unstandardized coefficient (B = 0.921, S.E. = 0.031, 95% CI [0.860, 0.982]) indicates that higher levels of perceived value are strongly associated with increased purchase intention among consumers. Therefore, Hypothesis 4 (H4) is supported.

These findings highlight the central role of perceived value in shaping consumer decision-making in the used-car market. When consumers perceive that a used car offers strong value for money through a favorable balance between benefits and costs, they are substantially more likely to develop purchase intention. From a managerial perspective, emphasizing value-oriented communication, including affordability, reliability, and overall cost-benefit advantages, may effectively strengthen purchase intention in Facebook-based used-car marketplaces.

5. The mediating role of Perceived Value in the relationship between Perceived Quality and Purchase Intention

The mediating role of Perceived Value (PV) in the relationship between Perceived Quality (PQ) and Purchase Intention (PI) was examined using the three-step procedure proposed by Baron and Kenny (1986).

In the first step, the direct effect of perceived quality on purchase intention was assessed. As reported in Table 2 (Model 4), perceived quality exhibited a positive and statistically significant effect on purchase intention when perceived price was simultaneously included in the model (B = 0.503, β = 0.590, t = 7.507, p < .01), with the model demonstrating strong explanatory power (Adjusted R^2 = 0.856). Consistent results were observed in the bivariate analysis shown in Table 3 (Model 7), where perceived quality alone significantly influenced purchase intention (B = 0.854, β = 0.871, t = 27.548, p < .001), indicating a strong direct relationship.

In the second step, the effect of perceived quality on the mediator, perceived value, was examined. As shown in Table 2 (Model 5), perceived quality had a positive and statistically significant effect on perceived value when perceived price was included simultaneously in the model (B = 0.544, β = 0.581, t = 8.918, p < .01), with high explanatory power (Adjusted R^2 = 0.842). Similarly, in Table 2 (Model 2), perceived quality independently remained a strong predictor of perceived value (B = 0.847, β = 0.863, t = 30.250, p < .001).

In the third step, perceived quality and perceived value were simultaneously entered into the regression model predicting purchase intention while controlling for perceived price. As presented in Table 2 (Model 6), perceived value demonstrated a strong and statistically significant effect on purchase intention (B = 0.566, β = 0.588, t = 10.885, p < .01). At the same time, the standardized coefficient for perceived quality decreased from β = 0.871 (Table 3, Model 7) to β = 0.248 (Table 2, Model 6), although

it remained statistically significant (B = 0.214, t = 4.367, p < .01). This reduction in effect size indicates the presence of partial mediation. Therefore, Hypothesis 5 (H5) is supported.

Overall, the findings indicate that perceived quality influences purchase intention both directly and indirectly through perceived value. The inclusion of perceived value reduced, but did not eliminate, the direct effect of perceived quality, confirming a partial mediating effect. These findings suggest that improvements in perceived quality, such as reliable vehicle condition, transparent inspection information, and credible seller presentation, can enhance purchase intention by strengthening consumers' perceived value in Facebook-based used-car transactions.

6. The mediating role of Perceived Value in the relationship between Perceived Price and Purchase Intention

The mediating effect of Perceived Value (PV) on the relationship between Perceived Price (PP) and Purchase Intention (PI) was examined using the three-step procedure proposed by Baron and Kenny (1986).

In the first step, the direct effect of perceived price on purchase intention was evaluated. As reported in Table 2 (Model 4), perceived price positively and significantly influenced purchase intention when perceived quality was simultaneously included in the model (B = 0.361, **β** = 0.421, t = 6.224, p < .01), with strong explanatory power observed for the model overall (Adjusted R^2 = 0.856). Similarly, the bivariate analysis shown in Table 3 (Model 8) revealed that perceived price alone significantly influenced purchase intention (B = 0.792, **β** = 0.814, t = 22.629, p < .001), confirming a strong direct relationship.

In the second step, the influence of perceived price on the mediator, perceived value, was assessed. As shown in Table 2 (Model 5), perceived price had a positive and statistically significant effect on perceived value when perceived quality was included in the model (B = 0.388, **β** = 0.422, t = 7.185, p < .01), with the model explaining a high proportion of variance (Adjusted R^2 = 0.842). Likewise, when examined independently in Table 2 (Model 3), perceived price remained a strong predictor of perceived value (B = 0.798, **β** = 0.809, t = 23.470, p < .001).

In the third step, perceived price and perceived value were simultaneously entered into the model predicting purchase intention while controlling for perceived quality. As presented in Table 2 (Model 6), perceived value exerted a strong and statistically significant influence on purchase intention (B = 0.566, **β** = 0.588, t = 10.885, p < .01). Meanwhile, the standardized coefficient for perceived price decreased from **β** = 0.814 (Table 3, Model 8) to **β** = 0.173 (Table 2, Model 6), although the relationship remained statistically significant (B = 0.149, t = 2.443, p < .05). This reduction in effect size indicates the presence of partial mediation. Accordingly, Hypothesis 6 (H6) is supported.

Overall, the findings indicate that perceived price affects purchase intention both directly and indirectly through perceived value. The inclusion of perceived value reduced, but did not eliminate, the direct effect of perceived price, thereby confirming partial mediation. From a practical perspective, transparent and reasonable pricing strategies may enhance purchase intention primarily by strengthening consumers' perceived value, while perceived price itself continues to function as an important decision-making cue in Facebook-based used-car marketplaces.

Table 4. Summary of Hypothesis Testing Results

Hypothesis	Hypothesis Statement	Result
H1	Perceived Quality has a significant impact on Perceived Value	Supported
H2	Perceived Price has a significant impact on Perceived Value	Supported
H3	Perceived Price has a significant impact on Perceived Quality	Supported
H4	Perceived Value has a significant effect on Purchase Intention	Supported
H5	Perceived Value mediates the relationship between Perceived Quality and Purchase Intention	Supported
H6	Perceived Value mediates the relationship between Perceived Price and Purchase Intention	Supported

Discussions

This study examined the relationships among perceived quality, perceived price, perceived value, and purchase intention in the context of used-car transactions through Facebook in Bangkok. The findings provide important theoretical and practical insights into consumer decision-making in social commerce environments characterized by uncertainty, information asymmetry, and limited formal verification mechanisms.

First, the findings support Hypothesis 1 (H1), demonstrating that perceived quality has a significant positive effect on perceived value. This result is consistent with the perceived value framework proposed by Valarie Zeithaml (1988), which argues that consumers evaluate value based on perceived benefits relative to sacrifices. In the context of used-car purchasing, perceived quality reflects consumers' confidence in vehicle reliability, condition, and seller credibility. Because consumers are often unable to physically inspect vehicles before purchase in Facebook-based transactions, they rely heavily on indirect quality cues such as vehicle presentation, detailed descriptions, inspection transparency, and seller responsiveness. This finding is aligned with Dodds et al. (1991), who found that product-related cues significantly influence perceived value in uncertain purchasing situations. The result also supports Keller's (2008) argument that consumers form quality perceptions through available informational signals rather than objective evaluation alone. Theoretically, this finding reinforces the importance of signaling theory in online marketplaces, where consumers interpret observable cues to reduce uncertainty and infer product quality.

Second, the findings support Hypothesis 2 (H2), confirming that perceived price positively influences perceived value. This result is consistent with prior studies suggesting that consumers evaluate price not only as a financial sacrifice but also as an indicator of fairness and economic utility (Zeithaml, 1988; Monroe, 1990). The findings indicate that consumers in the used-car market are less concerned with obtaining the lowest possible price and more concerned with whether the price appears reasonable relative to the expected benefits and quality received. This supports the argument by Beneke et al. (2013) that favorable price perceptions enhance perceived value when consumers perceive strong value for money. In social commerce environments such as Facebook, where product uncertainty is relatively high, transparent pricing and clear justification of vehicle value become particularly important in shaping consumers' overall evaluations.

Third, the findings support Hypothesis 3 (H3), demonstrating that perceived price positively affects perceived quality. This finding strongly aligns with the price–quality inference theory proposed by Rao and Monroe (1989), which suggests that consumers frequently use price as an informational cue when objective quality assessment is difficult. In the context of Facebook-based used-car transactions, excessively low prices may generate suspicion regarding hidden defects or poor vehicle condition, whereas reasonable and credible pricing may strengthen perceptions of quality and reliability. This result highlights the informational role of price in online used-car markets and extends prior literature by demonstrating that price signaling effects remain influential within social commerce settings characterized by limited physical inspection opportunities.

The findings also provide strong support for Hypothesis 4 (H4), which proposes that perceived value positively influences purchase intention. Among all variables examined, perceived value emerged as the strongest predictor of purchase intention, reinforcing the argument that consumers integrate evaluations of quality and price into an overall value judgment before making purchase decisions (Dodds et al., 1991). This finding is consistent with prior empirical research by Cronin et al. (2000) and Petrick (2004), both of whom found that perceived value is a key determinant of consumer behavioral intentions across various purchasing contexts. In high-involvement decisions such as used-car purchases, consumers appear willing to tolerate uncertainty when they perceive that the benefits of the transaction outweigh the associated risks and costs. Theoretically, this finding strengthens the applicability of perceived value theory within social commerce environments and highlights the central role of value perception in transforming consumer evaluations into behavioral intentions.

In addition, the findings support Hypotheses 5 (H5) and 6 (H6), confirming that perceived value partially mediates the relationships between perceived quality and purchase intention, as well as between perceived price and purchase intention. These findings are consistent with the work of Bei and Chiao (2001) and Cronin et al. (2000), who argued that consumers translate evaluations of quality and price into behavioral outcomes primarily through perceived value assessments. The mediation results suggest that improvements in quality perceptions or favorable pricing alone may not directly generate purchase intention unless consumers interpret these attributes as creating meaningful value. This theoretical implication is particularly important in online used-car transactions, where consumers face considerable uncertainty and rely heavily on cognitive evaluations to reduce perceived risk.

Furthermore, the findings extend social commerce literature by emphasizing the role of trust and electronic word-of-mouth in shaping consumer perceptions on Facebook. Consistent with Gefen et al. (2003) and Hajli (2015), the study suggests that consumer interactions, engagement metrics, shared experiences, and seller communication significantly influence perceived quality and perceived value. Unlike traditional dealership transactions, Facebook-based commerce combines social interaction with commercial activity, causing consumers to rely more heavily on social validation and peer-generated information when forming purchase decisions. This finding highlights the importance of trust-building mechanisms in informal online marketplaces and contributes to the growing literature on consumer behavior in social commerce environments (Suwannarat, 2023).

From a managerial perspective, the findings suggest that used-car sellers operating on Facebook should prioritize strategies that enhance both perceived quality and perceived value. Sellers can

strengthen consumer trust by providing transparent vehicle information, high-quality images, detailed inspection records, and responsive communication. In addition, pricing strategies should reflect consistency and credibility rather than focusing solely on low prices, as unrealistic pricing may negatively affect quality perceptions. The findings therefore suggest that effective social commerce strategies should integrate pricing transparency, professional presentation, and trust-building communication to enhance consumers' perceived value and ultimately strengthen purchase intention (Putsom et al., 2019).

Originality and Body of Knowledge

This study extends the literature on consumer behavior and social commerce by examining the relationships among perceived quality, perceived price, perceived value, and purchase intention in the context of used-car purchases through Facebook in Bangkok, Thailand. While prior studies have primarily focused on traditional retail or general e-commerce settings, this research demonstrates the relevance of these relationships within an informal social-commerce environment characterized by information asymmetry, uncertainty, and reliance on digital cues such as seller credibility, visual presentation, and electronic word-of-mouth.

The findings confirm that both perceived quality and perceived price positively influence perceived value, which subsequently exerts a strong positive effect on purchase intention. In particular, perceived value emerged as the strongest predictor of purchase intention, explaining a substantial proportion of variance in consumer intention. These findings support the perceived value framework proposed by Valarie Zeithaml (1988), suggesting that consumers integrate evaluations of quality and price into an overall value judgment before making purchasing decisions.

The study also supports the price–quality inference perspective proposed by Rao and Monroe (1989). The results indicate that perceived price functions not only as a monetary sacrifice but also as a quality signal in Facebook-based used-car transactions. In situations where buyers cannot physically inspect vehicles, reasonable and credible pricing appears to strengthen perceptions of vehicle quality and reliability.

Furthermore, the findings demonstrate that perceived value partially mediates the relationships between perceived quality and purchase intention, as well as between perceived price and purchase intention. The persistence of direct effects suggests that consumers may also rely on additional factors, such as trust and perceived risk, when making purchase decisions in informal online marketplaces. This finding is consistent with prior research emphasizing the importance of trust and social interaction in social commerce environments (Hajli, 2015; Pavlou, 2003).

From a practical perspective, the study suggests that used-car sellers on Facebook should focus on enhancing perceived value through transparent pricing, credible quality signals, professional presentation, and responsive communication. These strategies may strengthen consumer confidence and increase purchase intention in highly uncertain online transaction environments.

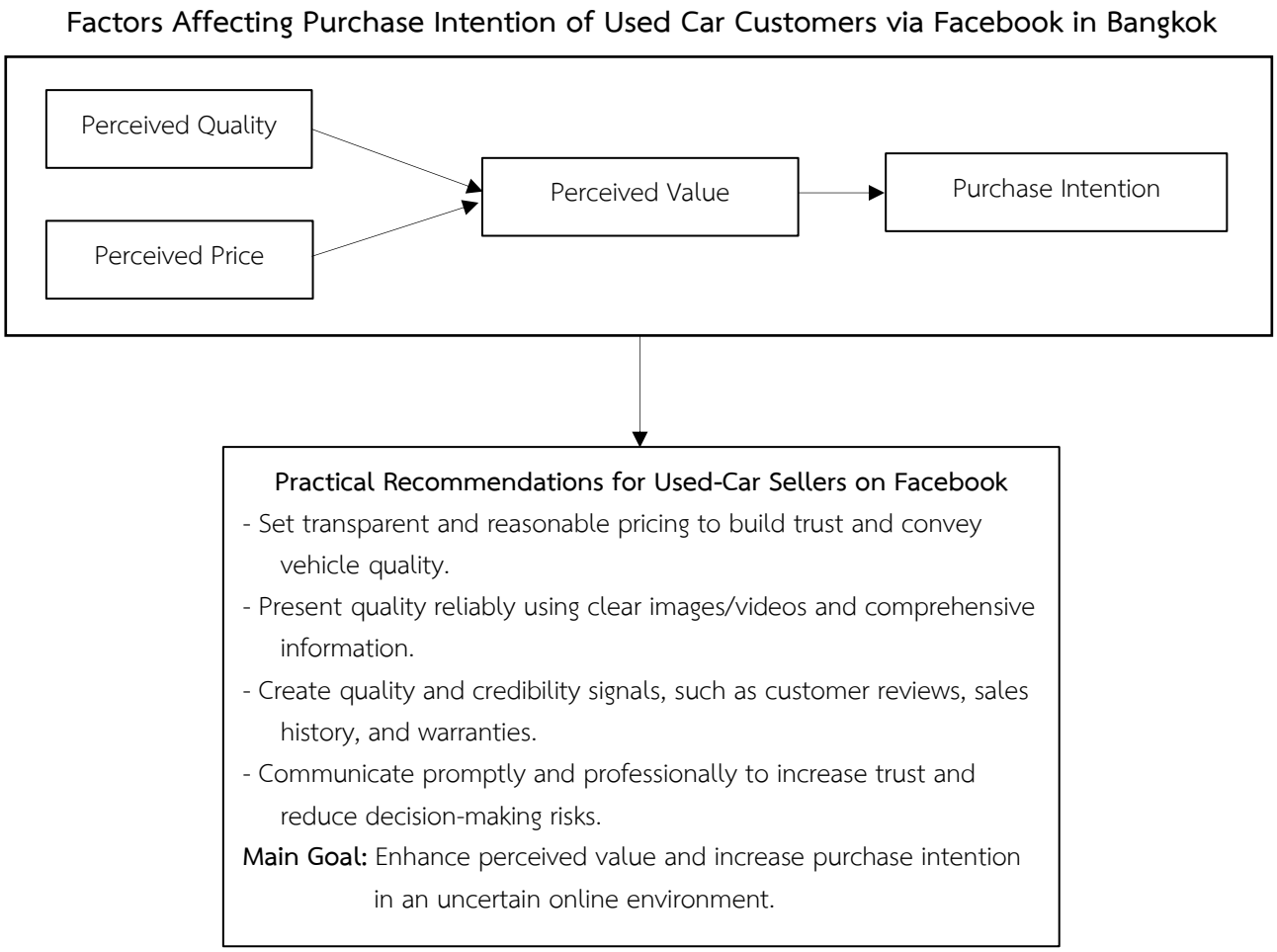


Figure 2 Framework of New Knowledge Derived from the Study

Conclusions

This study examined the relationships among Perceived Quality, Perceived Price, Perceived Value, and Purchase Intention in the context of used-car purchases through Facebook in Bangkok. The findings confirm that Perceived Quality and Perceived Price positively influence Perceived Value, while Perceived Value significantly strengthens Purchase Intention. The results also indicate that Perceived Price positively influences Perceived Quality, suggesting that price functions not only as a monetary consideration but also as a quality signal in online used-car transactions.

In addition, the study demonstrates that Perceived Value partially mediates the relationships between Perceived Quality and Purchase Intention, as well as between Perceived Price and Purchase Intention. This finding highlights the central role of value perception in translating consumers' evaluations of quality and price into purchase decisions within social commerce environments characterized by uncertainty and information asymmetry.

From a practical perspective, the findings suggest that used-car sellers on Facebook should focus on transparent pricing, credible quality information, professional presentation, and trust-building communication in order to enhance consumers' perceived value and strengthen purchase intention. Overall, this study contributes to the understanding of consumer behavior in Facebook-based used-car markets and provides useful implications for social commerce businesses operating in emerging digital economies such as Thailand.

Recommendations

1. Policy Recommendations

Based on the study's findings that Perceived Quality, Perceived Price, and Perceived Value significantly influence Purchase Intention in Facebook-based used-car transactions, the following recommendations are proposed to strengthen consumer confidence and reduce uncertainty in informal online marketplaces.

1.1 Regulatory Level

Thai regulators should promote greater transparency in online used-car transactions on Facebook by encouraging sellers to disclose key vehicle information such as mileage, accident history, and inspection records. Since the study found that perceived quality strongly affects perceived value and purchase intention, clearer information disclosure may help reduce uncertainty and improve consumer confidence.

1.2 Platform Level

Social media platforms and sellers should strengthen trust through verified seller systems, standardized listings, clear pricing, and professional presentation. The findings show that credible quality signals and fair pricing significantly enhance perceived value in Facebook-based transactions.

1.3 Consumer Level

Consumer education programs should help buyers evaluate online used-car listings more effectively, including how to assess pricing, seller credibility, and vehicle information. This may reduce perceived risk and support more informed purchasing decisions in online marketplaces.

2. Future Research Recommendations

2.1 Methodological Improvements

Future studies should improve the generalizability of findings by using random sampling techniques and larger samples beyond Bangkok. Since this study employed convenience sampling and a cross-sectional design, future research may also adopt longitudinal approaches to examine changes in consumer perceptions over time. In addition, mediation analysis could be strengthened through advanced techniques such as bootstrapping within structural equation modelling (SEM), extending the traditional Baron and Kenny (1986) approach.

2.2 Model Extensions

Future research may expand the conceptual framework by incorporating additional variables relevant to social commerce environments, including perceived risk, seller reputation, electronic word-of-mouth, and platform trust. These factors may provide a more comprehensive understanding of purchase intention in Facebook-based used-car transactions.

2.3 Contextual Comparisons

Further studies could compare consumers across different regions of Thailand, such as urban and rural areas, to examine whether economic conditions and digital literacy influence consumer perceptions and purchasing behavior differently. Researchers may also combine quantitative and qualitative methods, such as interviews or netnographic analysis, to gain deeper insights into buyer–seller interactions in online marketplaces.

References

Akerlof, G. A. (1970). The market for “lemons”: Quality uncertainty and the market mechanism. *The Quarterly Journal of Economics, 84*(3), 488–500.

Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology, 51*(6), 1173–1182.

Bei, L. T., & Chiao, Y. C. (2001). An integrated model for the effects of perceived product, perceived service quality, and perceived price fairness on consumer satisfaction and loyalty. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior, 14*, 125–140.

Beneke, J., Flynn, R., Greig, T., & Mukaiwa, M. (2013). The influence of perceived product quality, relative price and risk on customer value and willingness to buy: A study of private label merchandise. *Journal of Product & Brand Management, 22*(3), 218–228.

Bloch, P. H., Sherrell, D. L., & Ridgway, N. M. (1986). Consumer search: An extended framework. *Journal of Consumer Research, 13*(1), 119–126.

Cronin Jr, J. J., Brady, M. K., & Hult, G. T. M. (2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of retailing, 76*(2), 193-218.

Dodds, W. B., Monroe, K. B., & Grewal, D. (1991). Effects of price, brand, and store information on buyers’ product evaluations. *Journal of marketing research, 28*(3), 307-319.

Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and tam in online shopping: An integrated model1. *MIS quarterly, 27*(1), 51-90.

Gogoi, B. (2013). Study of antecedents of purchase intention and its effect on brand loyalty of private label brand of apparel. *International Journal of Sales & Marketing Management Research and Development, 3*(2), 73-86.

Hajli, N. (2015). Social commerce constructs and consumer's intention to buy. *International Journal of Information Management, 35*(2), 183-191.

Joshi, A., Kale, S., Chandel, S., & Pal, D. K. (2015). Likert scale: Explored and explained. *British journal of applied science & technology, 7*(4), 396-403.

Keller, K. L. (2008). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity*. (3rd ed.). New Delhi: Pearson Prentice Hall.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of marketing*. (13th ed.). Englewood Cliffs: Pearson Education.

Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology, 140*, 1–55.

Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory*. (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.

Pavlou, P. A. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International journal of electronic commerce, 7*(3), 101-134.

Petrick, J. F. (2004). The roles of quality, value, and satisfaction in predicting cruise passengers’ behavioral intentions. *Journal of travel research, 42*(4), 397-407.

Putsom, W., Suwannarat, P., & Songsrirote, N. (2019). The effect of entrepreneurial leadership, value creation and automotive parts manufacturing businesses performance in Thailand. *Human Resource and Organization Development Journal, 11*(2), 1-33.

Rao, A. R., & Monroe, K. B. (1989). The effect of price, brand name, and store name on buyers' perceptions of product quality: An integrative review. *Journal of marketing Research, 26*(3), 351-357.

Rovinelli, R.J. and Hambleton, R.K. (1977). On the Use of Content Specialists in the Assessment of Criterion-Referenced Test Item Validity. *Tijdschrift Voor Onderwijs Research, 2*, 49-60.

Suwannarat, P. (2023). The moderating role of trust in influencing the effectiveness of export incentives of exporters in the ASEAN. *Journal of Asia Business Studies, 17*(2), 279-307.

Suwannarat, P., Untachai, S., Piewdang, S., Rattanapun, S., Waisarayutt, C., & Wiwatpiyawong, R. (2025). A Comparative Study of the Impact of Service Climate on Employee Commitment in the Greater Mekong Subregion. *International Journal of Asian Business and Information Management, 16*(1), 1-20.

Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of retailing, 77*(2), 203-220.

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of marketing, 52*(3), 2-22.

JSSP: Journal of Social Science Panyapat, 2026. 8(2): 61-74.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSSP
Journal of Social Science Panyapat
https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSSP/index

Research Article

Organizational Commitment of Administrative Officials at the Secretariat of the Office of The Attorney General

Laddawan Khonwai[1*] and Juthatip Klaitubtim[2]

[1] *Graduated Student, Department of Political Science and Public Administration, Faculty of Social Science, Kasetsart University, Thailand*

[2] *Faculty of Social Science, Kasetsart University, Thailand*

* *Corresponding author. E-mail: E-mail: Laddawan.khonw@ku.th*

ABSTRACT

This research aimed to: (1) study the level of organizational commitment of administrative officials at the Secretariat of the Office of the Attorney General, (2) compare the organizational commitment of administrative officials at the Secretariat of the Office of the Attorney General according to personal factors, and (3) study the relationship between job characteristics and organizational commitment of administrative officials at the Secretariat of the Office of the Attorney General. This research is a quantitative study. The sample in this study consists of 203 administrative officials at the Secretariat of the Office of the Attorney General, selected through simple random sampling. A questionnaire was used as a research instrument for data collection. The statistical methods used for data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, one-way ANOVA, and Pearson's correlation coefficient. The findings were: 1) The level of organizational commitment of administrative officials at the Secretariat of the Office of the Attorney General was at a high level. 2) Personal factors, such as gender and monthly income, did not cause differences in organizational commitment. However, age, marital status, level of education, and length of service significantly caused differences in organizational commitment. 3) Job characteristics had a positive relationship with organizational commitment among administrative officials at the Secretariat of the Office of the Attorney General. The study recommends that the Office of the Attorney General Secretariat should promote and design appropriate job characteristics to enhance organizational commitment, as well as improve work performance and support further organizational development.

Keywords: Organizational Commitment, Job Characteristics Factor,
Administrative Officials at The Secretariat of The Office of The Attorney General

Received: 8 February 2026;
Revised: 28 April 2026;
Accepted: 23 June 2026

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat
ISSN: 3027-6748 (Online)

ความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด

ลัดดาวัลย์ คนไว[1*] และ จุฑาทิพ คล้ายทับทิม[2]

[1] *นิสิตปริญญาโท ภาควิชารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย*

[2] *คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย*

* *Corresponding author. E-mail: Laddawan.khonw@ku.th*

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด (2) ศึกษาเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการ สำนักงานอัยการสูงสุด โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ (3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านลักษณะงานกับความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด โดยเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) จำนวน 203 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผลการศึกษาพบว่า 1) ข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด มีระดับความผูกพันต่อองค์การอยู่ในระดับมาก 2) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์การไม่แตกต่างกัน ส่วนอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และระยะเวลาการปฏิบัติงาน ต่างกันมีความผูกพันต่อองค์การแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ 3) ปัจจัยด้านลักษณะงาน มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด โดยรวมอยู่ในระดับสูง ในทิศทางตามกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ข้อเสนอแนะจากการวิจัย คือ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด ควรส่งเสริมหรือออกแบบปัจจัยด้านลักษณะงานให้มีความเหมาะสม เพื่อเพิ่มระดับความผูกพันต่อองค์การ ตลอดจนเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและการพัฒนาองค์การต่อไป

คำสำคัญ: ความผูกพันต่อองค์การ, ปัจจัยด้านลักษณะงาน, ข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat

บทนำ

ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม การเมือง เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้องค์การต่าง ๆ โดยเฉพาะหน่วยงานภาครัฐจำเป็นต้องมีการปรับตัวและเตรียมความพร้อมในการเผชิญกับสถานการณ์ดังกล่าว เพื่อให้องค์การสามารถเติบโตต่อไปได้ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ซึ่งการที่องค์การจะประสบความสำเร็จได้นั้นจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยสำคัญหลายประการในการขับเคลื่อนนโยบายต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “ทรัพยากรมนุษย์” ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่นำพาความสำเร็จมาสู่องค์การทุกองค์การ เนื่องจาก “มนุษย์” เป็นทรัพยากรที่สามารถพัฒนาศักยภาพ ความสามารถและทักษะในการทำงานให้เกิดความชำนาญ อีกทั้งมนุษย์ยังมีความสามารถในการคิด วิเคราะห์ และนำทรัพยากรต่าง ๆ ขององค์การไปใช้ประโยชน์เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ดังนั้นการดูแลรักษาบุคลากรที่มีค่าไว้ จึงเป็นสิ่งสำคัญที่องค์การไม่ควรมองข้าม และสิ่งสำคัญที่จะช่วยธำรงรักษาคนให้ทำงานกับองค์การได้เป็นระยะเวลานาน คือ ความผูกพันที่มีต่อองค์การ เพราะการที่บุคลากรมีความผูกพัน และจงรักภักดีต่อองค์การมากเท่าใด ก็ย่อมมีแนวโน้มที่จะลาออกหรือทิ้งองค์การน้อยลงไปเท่านั้น แต่หากบุคคลขาดความผูกพันต่อองค์การ หรือมีความผูกพันต่อองค์การน้อย อาจนำไปสู่การลาออกจากองค์การได้มากขึ้น หรืออยู่กับองค์การโดยไม่ตั้งใจปฏิบัติงาน จนอาจนำไปสู่การสูญเสียบุคลากรผู้มีความรู้ ความสามารถ และย่อมส่งผลต่อ

ประสิทธิภาพขององค์การด้วย นอกจากนี้ ปัจจัยด้านลักษณะงานที่เกี่ยวกับ ความหลากหลายของทักษะ ความสำคัญของงาน ความมีอิสระในการทำงาน ความมีเอกลักษณ์ของงาน และผลสะท้อนกลับจากงาน (Hackman & Oldham, 1980) ยังเป็นสิ่งที่มีผลต่อความผูกพันที่บุคคลมีให้กับองค์การอีกด้วย เนื่องจากการทำงานของข้าราชการธุรการซึ่งต้องบริหารจัดการงานภายในองค์การที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก และมีความเกี่ยวข้องกับหลาย ๆ ฝ่ายในองค์การ จึงถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถทำให้ข้าราชการธุรการเกิดความรู้สึกมีคุณค่าหรือพึงพอใจในงานได้สูงหรือต่ำ เพราะหากมีความพึงพอใจต่ำก็จะส่งผลต่อระดับความผูกพันด้วยเช่นกันและท้ายที่สุดก็จะส่งผลต่อแนวโน้มในการตัดสินใจลาออกจากองค์การ

ความผูกพันต่อองค์การ จึงมีความสำคัญกับองค์การ โดยเฉพาะความก้าวหน้าและความสำเร็จของแต่ละองค์การ เพราะเป็นสิ่งที่ทำให้องค์การได้มาซึ่งบุคลากรที่พร้อมทุ่มเทกำลังกาย กำลังใจ และมีความตั้งใจปฏิบัติงานซึ่งจะทำให้องค์การได้รับประโยชน์มากมาย นอกจากนี้ การที่บุคลากรมีความผูกพันต่อองค์การก็จะทำให้เกิดความรับผิดชอบต่องานของตน เกิดความรัก ความภูมิใจ และความจงรักภักดีต่อองค์การทำให้เกิดความรู้สึกไม่อยากจากองค์การไป อีกทั้งยังตั้งใจปฏิบัติงานไม่ให้ขาดตกบกพร่อง (สวรส ทองใบ, 2564)

สำนักงานอัยการสูงสุด เป็นองค์กรอิ่นตามรัฐธรรมนูญ มีอำนาจหน้าที่ในการอำนวยความยุติธรรม ตลอดจนการรักษาผลประโยชน์ของรัฐและประชาชนตามที่กฎหมายได้บัญญัติไว้ และยังมีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับงานธุรการและงานวิชาการเพื่อสนับสนุน และอำนวยความสะดวกให้แก่พนักงานอัยการ ซึ่งสำนักงานอัยการสูงสุดได้แบ่งส่วนราชการออกเป็นหน่วยงานราชการอัยการ โดยมีสำนักงานคดีต่าง ๆ ทำหน้าที่ในการขับเคลื่อนภารกิจหลักขององค์การ และหน่วยงานราชการธุรการที่ทำหน้าที่เป็นฝ่ายสนับสนุนงานขององค์การอย่างสำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด ซึ่งประกอบด้วยสำนักงานภายใต้การกำกับดูแลรับผิดชอบ จำนวน 13 สำนักงาน มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับงานธุรการต่าง ๆ เช่น งานนโยบายการบริหารงาน งานจัดองค์กร งานบริหารงานบุคคล งานการคลัง งานพัสดุ งานด้านเทคโนโลยี เป็นต้น ดังนั้นการที่สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุดจะสามารถปฏิบัติภารกิจที่มีอยู่มากมายให้บรรลุเป้าหมายตามที่สำนักงานอัยการสูงสุดได้กำหนดไว้นั้น จำเป็นจะต้องมีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ ตลอดจนมีความจงรักภักดี มีความรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์การและใช้ความรู้ความสามารถอย่างเต็มที่ในการปฏิบัติงาน ดังนั้นข้าราชการธุรการจึงมีความสำคัญต่อองค์การในขณะเดียวกันองค์การก็คาดหวังที่จะให้พวกเขาปฏิบัติงานกับองค์การในระยะยาว แต่อย่างไรก็ตามยังคงพบว่ามีข้าราชการธุรการที่ลาออกไปเพื่อรับราชการในหน่วยงานอื่น ๆ กล่าวคือ ช่วงปี พ.ศ. 2565 ปรากฏว่ามีข้าราชการธุรการของสำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด โอนย้าย จำนวน 3 คน ลาออกจำนวน 10 คน ปี พ.ศ. 2566 โอนย้าย จำนวน 3 คน ลาออกจำนวน 2 คน และปี พ.ศ. 2567 โอนย้าย จำนวน 1 คน ลาออก จำนวน 18 คน (สำนักบริหารทรัพยากรบุคคล สำนักงานอัยการสูงสุด, 2568) ซึ่งสิ่งนี้ถือเป็นประเด็นความท้าทายที่สำคัญของสำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุดด้วยว่าจะทำอย่างไรเพื่อรักษาบุคลากรผู้มีความรู้ความสามารถไว้ทำงานกับองค์การในระยะยาว

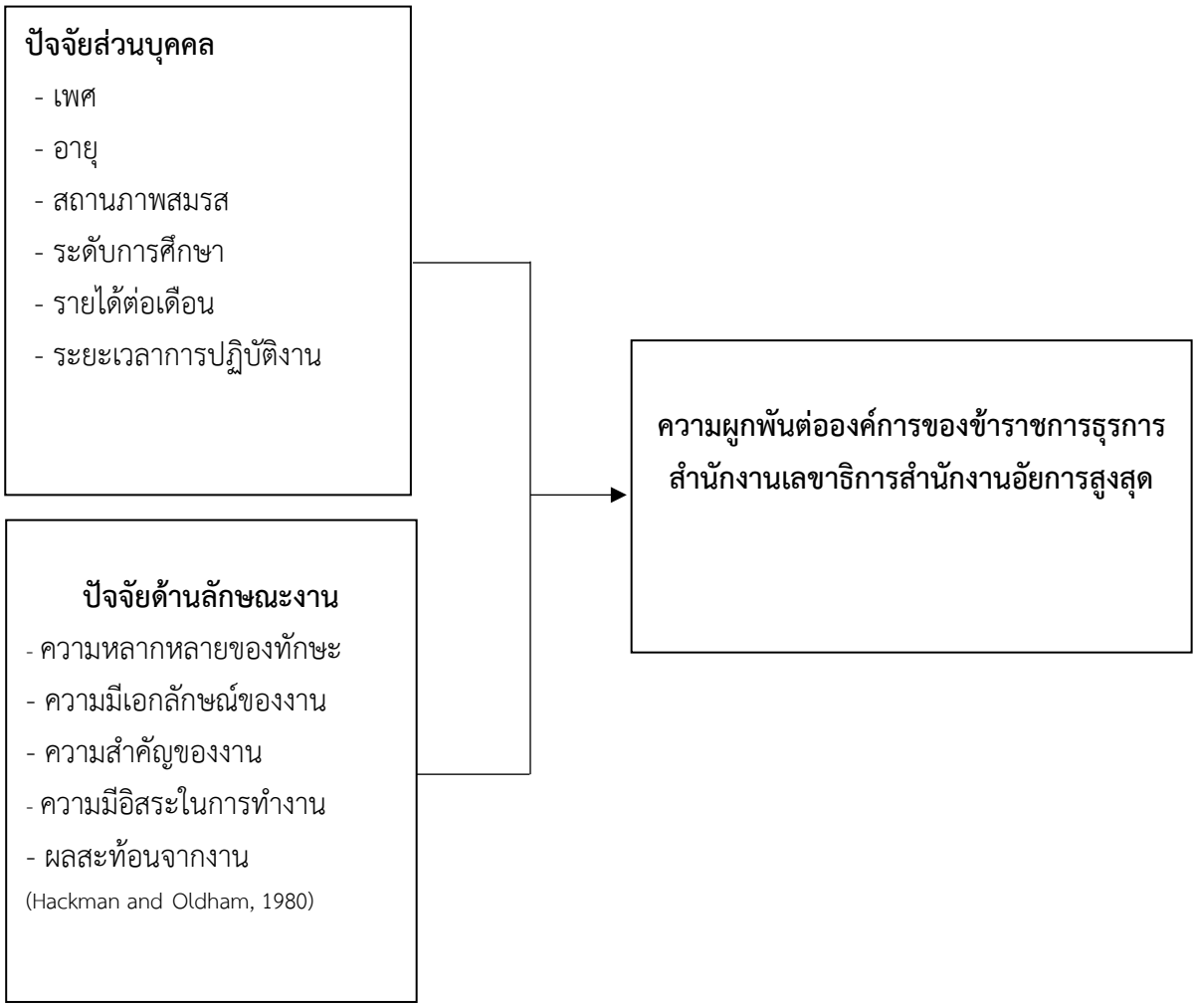
ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยสนใจเกี่ยวกับ ความผูกพันต่อองค์การ ของข้าราชการธุรการสำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่นำมาสู่แนวทางปรับปรุง พัฒนาด้านนโยบายเกี่ยวกับบุคลากร ที่มีส่วนสำคัญต่อการดำเนินการตามบทบาทหรือภารกิจให้บรรลุวัตถุประสงค์ และสอดคล้องกับนโยบายที่ผู้บริหารกำหนดไว้ เนื่องจากข้าราชการธุรการถือเป็นกำลังสำคัญที่ช่วยสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานต่าง ๆ ที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก ตลอดจนรับผิดชอบงานบริหารจัดการงานทั้งปวงที่สนับสนุนงานในอำนาจหน้าที่ของพนักงานอัยการ หรือสำนักงานอัยการสูงสุดให้เป็นไปด้วยความรวดเร็ว สามารถดำเนินงานได้อย่างเป็นระบบ และเกิดประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด โดยจำแนกตาม ปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านลักษณะงานกับความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาศึกษาเพื่อใช้เป็นแนวทางกำหนดกรอบแนวคิดวิจัย โดยใช้แนวคิดของ Hackman & Oldham (1980) ซึ่งกล่าวถึง ปัจจัยด้านลักษณะงานว่าประกอบด้วย ความหลากหลายของทักษะ ความมีเอกลักษณ์ของงาน ความสำคัญของงาน ความมีอิสระในการทำงาน และผลสะท้อนจากงาน มากำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณซึ่งมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด จำนวนทั้งหมด 429 คน (ข้อมูลจากสำนักบริหารทรัพยากรบุคคล ณ วันที่ 30 มกราคม 2568)

กลุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษาคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการหากลุ่มตัวอย่างของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) และกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยจะใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 203 คน ซึ่งเป็นการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ซึ่งสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ได้จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรสระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาการปฏิบัติงาน

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะงาน โดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ความหลากหลายของทักษะ ความมีเอกลักษณ์ของงาน ความสำคัญของงาน ความมีอิสระในการทำงาน และผลสะท้อนจากงาน ซึ่งใช้มาตรวัดแบบ Likert’s Scale เป็นมาตรวัดเกณฑ์การให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด

ผู้ศึกษาใช้เกณฑ์การสร้างแบบสอบถาม Likert’s Scale เป็นมาตรวัดเกณฑ์การให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จากนั้นใช้ค่าเฉลี่ยจากข้อมูลเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาโดยความผูกพันต่อองค์การน้อย (ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 2.33) ความผูกพันต่อองค์การปานกลาง (ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.34 – 3.66) และความผูกพันต่อองค์การมาก (ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.67 – 5.00)

หลังจากสร้างแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้จัดทำร่างแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา และนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้ว เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อหาความเที่ยงตรงของแบบสอบถามโดยดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index: IOC) ซึ่งมีค่า IOC เท่ากับ 0.90 จากนั้นทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) และนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา จำนวน 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของของครอนบาค (Cronbach, 1990) ผลการทดสอบ พบว่าแบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.97

3. สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานข้อ 1 ข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุดที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาการปฏิบัติงานต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์การแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อ 2 ปัจจัยด้านลักษณะงาน ได้แก่ ความหลากหลายของทักษะ ความมีเอกลักษณ์ของงาน ความสำคัญของงาน ความมีอิสระในการทำงาน และผลสะท้อนจากงาน มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าในหนังสือ เอกสาร วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เพื่อนำมาออกแบบแบบสอบถามในการเก็บข้อมูล จากนั้นร่างแบบสอบถาม และนำแบบสอบถามที่ร่างเสร็จ เสนออาจารย์ที่ปรึกษา

เพื่อตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องและเหมาะสม และนำแบบสอบถามที่มีผู้ตอบครบจำนวน 203 ชุด มาพิจารณาความสมบูรณ์ครบถ้วน เพื่อทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t-Test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านลักษณะงานกับความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด โดยความสัมพันธ์มีทั้งทางบวก (ทิศทางตามกัน) และทางลบ (ทิศทางผกผัน) มีค่าตั้งแต่ -1 ถึง 1 และมีเกณฑ์คะแนน (ชัยสิทธิ์ เฉลิมมีประเสริฐ, 2537) ดังนี้

0.00 – 0.30 มีความสัมพันธ์ ระดับน้อย ในทิศทางตามกัน
0.31 – 0.70 มีความสัมพันธ์ ระดับปานกลาง ในทิศทางตามกัน
0.71 – 1.00 มีความสัมพันธ์ ระดับสูง ในทิศทางตามกัน

ผลการวิจัย

จากการศึกษา พบว่า ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 138 คน (ร้อยละ 67.98) มีอายุตั้งแต่ 31 - 40 ปี จำนวน 121 คน (ร้อยละ 59.61) และอายุ 51 ปีขึ้นไป พบน้อยที่สุด จำนวน 5 คน (ร้อยละ 2.46) มีสถานภาพโสด จำนวน 127 คน (ร้อยละ 62.56) และสถานภาพแยกกันอยู่/หย่าร้าง/หม้าย พบน้อยที่สุด จำนวน 7 คน (ร้อยละ 3.45) ระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 135 คน (ร้อยละ 66.50) และระดับต่ำกว่าปริญญาตรี พบน้อยที่สุด จำนวน 20 คน (ร้อยละ 9.85) มีรายได้ต่อเดือน 25,001 - 30,000 บาท จำนวน 79 คน (ร้อยละ 38.92) รองลงมามีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท จำนวน 50 คน (ร้อยละ 24.63) และรายได้ต่อเดือนมากกว่า 35,000 บาท พบน้อยที่สุด จำนวน 14 คน (ร้อยละ 6.90) และมีระยะเวลาการปฏิบัติงาน 1 - 5 ปี จำนวน 119 คน (ร้อยละ 58.62) และระยะเวลาการปฏิบัติงาน มากกว่า 10 ปี พบน้อยที่สุด จำนวน 23 คน (ร้อยละ 11.33)

1. ระดับความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด

ผลการวิเคราะห์ความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด โดยรวม

(n = 203)

ระดับความผูกพันต่อองค์การ	$\overline{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
รวม	4.33	.54	มาก

2. ผลเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด ตามปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด จำแนกตามเพศ พบว่า Sig. มีค่าเท่ากับ .433 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น สรุปว่า เพศต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์การไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ปรากฏตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด จำแนกตามเพศ

(n = 203)

เพศ	จำนวน	$\bar{x}$	S.D.	t	Sig.
ชาย	65	4.28	.48	-.785	.433
หญิง	138	4.35	.56		

ผลการเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุดจำแนกตามอายุ พบว่า Sig. มีค่าเท่ากับ .003 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น อายุต่างกันมีความผูกพันต่อองค์การแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ปรากฏตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุดจำแนกตามอายุ

(n = 203)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	3.916	3	1.305	4.806	.003*
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	54.055	199	.272		
รวม	**57.972**	**202**			

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า ข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุดที่มีอายุต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์การแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่

(n = 203)

อายุ	$\bar{x}$	S.D.	อายุ			
			อายุ 20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	ตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป
อายุ 20 - 30 ปี	4.08	.73	-	*	*	
31 - 40 ปี	4.37	.45		-		
41 - 50 ปี	4.50	.43			-	
ตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป	4.34	.41				-

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตารางที่ 4 เมื่อทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามอายุ พบว่า มีความแตกต่างกัน 2 คู่ ดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี ($\bar{x}$ *= 4.37, S.D. = .45*) มีความผูกพันต่อองค์การมากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 - 30 ปี ($\bar{x}$ = 4.08 และ S.D. = .73)

2) กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 41 - 50 ปี ($\bar{x}$ *= 4.50, S.D. = .43*) มีความผูกพันต่อองค์การมากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 - 30 ปี ($\bar{x}$ *= 4.08, S.D. = .73*)

ผลการเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด จำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า Sig. มีค่าเท่ากับ .008 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น สถานภาพสมรสต่างกันมีความผูกพันต่อองค์การแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ปรากฏตามตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด จำแนกตาม สถานภาพสมรส

(n = 203)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	2.699	2	1.350	4.883	.008*
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	55.273	200	.276		
รวม	**57.972**	**202**			

หมายเหตุ * ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตารางที่ 5 พบว่า ข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุดที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีความผูกพันต่อองค์การแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD ได้ผลดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด จำแนกตามสถานภาพสมรส เป็นรายคู่

(n = 203)

สถานภาพสมรส	$\bar{x}$	S.D.	สถานภาพสมรส		
			โสด	สมรส	แยกกันอยู่/หย่าร้าง/หม้าย
โสด	4.25	.59	-	*	*
สมรส	4.42	.41		-	
แยกกันอยู่/หย่าร้าง/หม้าย	4.76	.11			-

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตารางที่ 6 เมื่อทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่ามีความแตกต่างกัน 2 คู่ ดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส ($\bar{x}$ = *4.42, S.D. = .41*) มีความผูกพันต่อองค์การมากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด ($\bar{x}$ = *4.25, S.D. = .59*)

2) กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแยกกันอยู่/หย่าร้าง/หม้าย ($\bar{x}$ = *4.76, S.D. = .11*) มีความผูกพันต่อองค์การมากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด ($\bar{x}$ = *4.25, S.D. = .59*)

ผลการเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า Sig. มีค่าเท่ากับ .013 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น ระดับการศึกษาต่างกันมีความผูกพันต่อองค์การแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ปรากฏตามตารางที่ 7

ตารางที่ 7 การเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด จำแนกตามระดับการศึกษา

(n = 203)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	2.446	2	1.223	4.406	.013*
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	55.525	200	.278		
รวม	**57.972**	**202**			

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตารางที่ 7 พบว่า ข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความผูกพันต่อองค์การแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD ได้ผลดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่

(n = 203)

ระดับการศึกษา	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการศึกษา		
			ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.33	.55	-		
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	4.26	.54		-	*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.52	.48			-

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตารางที่ 8 เมื่อทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า มีความแตกต่างกัน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ($\bar{x}$ *= 4.52, S.D. = .48*) มีความผูกพันต่อองค์การมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ($\bar{x}$ *= 4.26, S.D. = .54)*

ผลการเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุดจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า Sig. มีค่าเท่ากับ .661 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น รายได้ต่อเดือนต่างกันมีความผูกพันต่อองค์การไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ปรากฏตามตารางที่ 9

ตารางที่ 9 การเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุดจำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

(n = 203)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	.697	4	.174	.603	.661
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	57.275	198	.289		
รวม	**57.972**	**202**			

ผลการเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด จำแนกตามระยะเวลาการปฏิบัติงาน พบว่า Sig. มีค่าเท่ากับ .046 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น ระยะเวลาการปฏิบัติงานต่างกันมีความผูกพันต่อองค์การแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ปรากฏตามตารางที่ 10

ตารางที่ 10 การเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุดจำแนกตาม ระยะเวลาการปฏิบัติงาน

(n = 203)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	2.285	3	.762	2.721	.046*
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	55.687	199	.280		
รวม	**57.972**	**202**			

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตารางที่ 10 พบว่า ข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด ที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานต่างกันมีความผูกพันต่อองค์การแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD ได้ผลดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด จำแนกตามระยะเวลาการปฏิบัติงาน เป็นรายคู่

(n = 203)

ระยะเวลาการปฏิบัติงาน	$\bar{x}$	S.D.	ระยะเวลาการปฏิบัติงาน			
			ต่ำกว่า 1 ปี	1 - 5 ปี	6 - 10 ปี	มากกว่า 10 ปี
ต่ำกว่า 1 ปี	4.38	.44	-			
1 - 5 ปี	4.24	.58		-	*	*
6 - 10 ปี	4.46	.45			-	
มากกว่า 10 ปี	4.50	.42				-

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตารางที่ 11 เมื่อทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามระยะเวลาการปฏิบัติงาน พบว่ามีความแตกต่างกัน 2 คู่ ดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงาน 6 – 10 ปี ($\bar{x}$ = *4.46, S.D. = .45*) มีความผูกพันต่อองค์การมากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงาน 1 – 5 ปี ($\bar{x}$ = *4.24, S.D. = .58*)

2) กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานมากกว่า 10 ปี ($\bar{x}$ = *4.50, S.D. = .42*) มีความผูกพันต่อองค์การมากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงาน 1 – 5 ปี ($\bar{x}$ = *4.24, S.D. = .58*)

3. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านลักษณะงานกับความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านลักษณะงานกับความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด โดยรวมมีความสัมพันธ์ระดับสูง ในทิศทางตามกัน และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความหลากหลายของทักษะ มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ในทิศทางตามกันกับความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด มีและอีก 4 ด้าน มีความสัมพันธ์ระดับสูง ในทิศทางตามกันกับความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการสำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด จัดเรียงอันดับค่าเฉลี่ย

จากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านผลสะท้อนจากงาน ความมีเอกลักษณ์ของงาน ความสำคัญของงาน และอันดับสุดท้าย คือ ความมีอิสระในการทำงาน ปรากฏตามตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านลักษณะงานกับความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด

(n = 203)

ปัจจัยด้านลักษณะงาน	ความผูกพันต่อองค์การ		
	r	Sig.(2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. ความหลากหลายของทักษะ	.69**	.000*	ปานกลาง
2. ความมีเอกลักษณ์ของงาน	.79**	.000*	สูง
3. ความสำคัญของงาน	.79**	.000*	สูง
4. ความมีอิสระในการทำงาน	.74**	.000*	สูง
5. ผลสะท้อนจากงาน	.82**	.000*	สูง
รวม	**.86****	**.000***	**สูง**

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

ระดับความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการเป็นหน่วยงานราชการธุรการซึ่งมีบทบาทหน้าที่ในการขับเคลื่อนภารกิจของสำนักงานอัยการสูงสุด ซึ่งเป็นองค์กรแห่งความยุติธรรมของสังคม จึงเกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งและภูมิใจที่มีส่วนช่วยให้การดำเนินงานขององค์การประสบความสำเร็จ เป็นที่รู้จักของประชาชนในฐานะองค์กรแห่งความยุติธรรมของสังคม จึงพร้อมที่จะทุ่มเทกำลังกาย กำลังใจอย่างเต็มที่ในการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ศิลาวุฒิ สีชาติ และภิรดา ชัยรัตน์ (2567) พบว่า ข้าราชการทัณฑสถานวัยหนุ่มกลางมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน เนื่องจากการประสานงานระหว่างกันอยู่เสมอ เกิดความภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์การที่มีภารกิจหลักในการทำให้ผู้ต้องขังกลับคืนเป็นคนดีสู่สังคม จึงมีความผูกพันในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

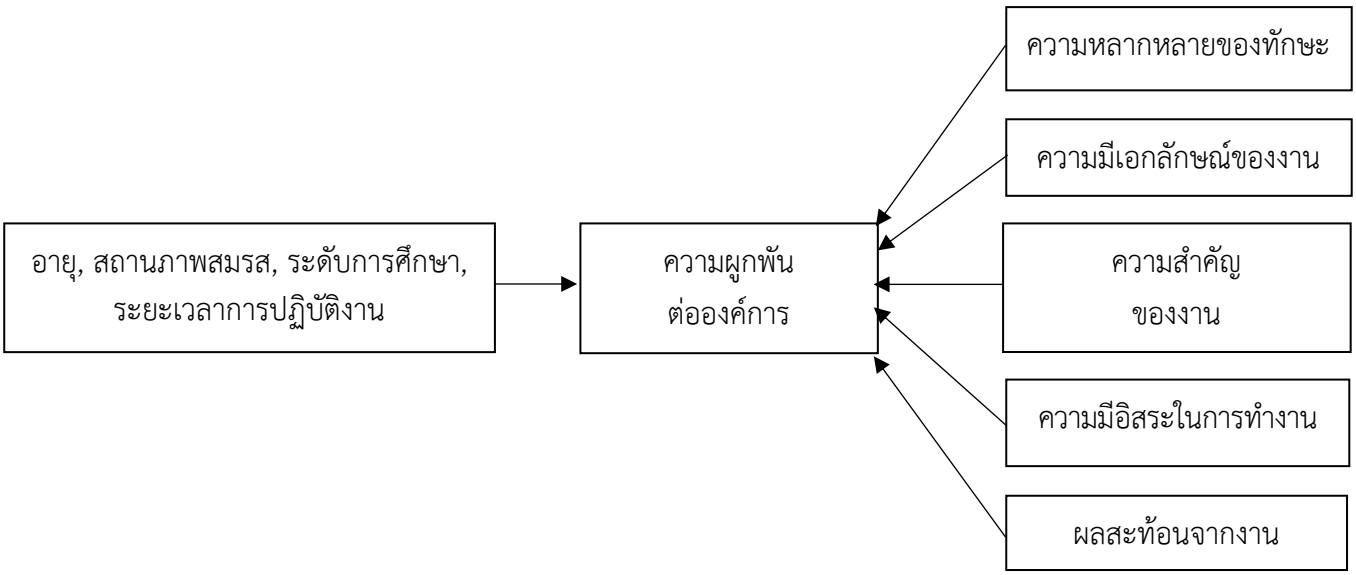
ผลการเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ และรายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์การไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะสำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุดให้ความสำคัญกับความเท่าเทียมทางเพศ ไม่มีการเลือกปฏิบัติ ให้เกียรติซึ่งกันและกัน เคารพและให้คุณค่าในศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของบุคคล โดยไม่มีการแบ่งแยกว่าจะเป็นเพศชายหรือหญิง อีกทั้งสำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด ซึ่งเป็นหน่วยงานราชการธุรการของสำนักงานอัยการสูงสุด ซึ่งเป็นองค์กรตามรัฐธรรมนูญ ที่มีระเบียบคณะกรรมการอัยการว่าด้วยเงินค่าตอบแทนพิเศษของข้าราชการธุรการสำนักงานอัยการสูงสุด ซึ่งแตกต่างจากหน่วยงานราชการอื่น ๆ ทำให้ข้าราชการธุรการสามารถแบกรับภาระค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในชีวิต และมีแรงจูงใจในการทำงาน มีความผูกพันและต้องการที่จะทำงานกับองค์การตลอดไป จึงทำให้ข้าราชการธุรการ ที่มีเพศ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์การไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของทัศนีย์ ปวรวรรฒน์ และคณะ (2567) ที่ศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน พบว่า เพศและรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความผูกพันไม่แตกต่างกัน

ในขณะที่ข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด ที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และระยะเวลาการปฏิบัติงาน ต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์การแตกต่างกัน อาจเป็นเพราะข้าราชการธุรการที่มีอายุมาก ล้วนอยู่ในช่วงวัยที่ต้องการสร้างความมั่นคงในชีวิต รวมถึงการมีสถานภาพสมรส และสถานภาพแยกกันอยู่/หย่าร้าง/หม้าย ย่อมมีภาระค่าใช้จ่ายต่าง ๆ มากมาย จึงต้องการความมั่นคงทางการเงิน ประกอบกับการมีระดับ

การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จึงสามารถนำความรู้และทักษะที่จำเป็นและเกี่ยวข้องมาต่อยอดในการปฏิบัติงานจริง รวมถึงการนำคุณวุฒิการศึกษามาปรับให้ได้รับเงินเดือนสูงขึ้น มีโอกาสลดระยะเวลาในการเลื่อนตำแหน่งในระดับที่สูงขึ้น ซึ่งจะทำให้เติบโตและมีความมั่นคงในอาชีพการงานในระยะยาว นอกจากนี้ข้าราชการธุรการที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานที่มาเป็นระยะเวลานานกว่า มักสั่งสมประสบการณ์และทักษะจนเกิดความเชี่ยวชาญในสายงานของตน อีกทั้งความปรารถนาที่จะเติบโตในสายอาชีพ ย่อมทำให้การตัดสินใจลาออกจากองค์การทำได้ยาก จึงส่งผลให้มีความผูกพันต่อองค์การมากกว่าข้าราชการธุรการที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานที่น้อยกว่า สอดคล้องกับการศึกษาของ ภัทร์นรินทร์ ยอดคำเหลือง (2563) ที่ศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการกรมศุลกากร พบว่า อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และระยะเวลาในการปฏิบัติงานของข้าราชการกรมศุลกากรที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์การแตกต่างกัน

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านลักษณะงานกับความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด มีความสัมพันธ์ระดับสูง ในทิศทางตามกัน (r = .86) ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะภารกิจต่าง ๆ ที่ข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด ได้รับมอบหมายล้วนมีความสำคัญที่จะช่วยให้การดำเนินงานขององค์การเป็นไปด้วยความเรียบร้อย เกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ตลอดจนบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์การ ข้าราชการธุรการมีการเรียนรู้และพัฒนาตนเองอยู่เสมอ รวมถึงทุ่มเทแรงกาย แรงใจในการปฏิบัติงานเนื่องจากตระหนักถึงคุณค่าในงานที่ตนรับผิดชอบ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ศิลาวุฒิ สีชาติ และภิรดา ชัยรัตน์ (2567) ที่พบว่า ปัจจัยลักษณะงานมีความสัมพันธ์ในระดับสูงมากกับความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการทัณฑสถานวัยหนุ่มกลาง นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านลักษณะงานกับความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด จะพบว่า ด้านความมีอิสระในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การในระดับสูง เป็นอันดับสุดท้าย อาจเป็นเพราะการบริหารแบบระบบราชการซึ่งมีโครงสร้างและลำดับสายการบังคับบัญชาที่ชัดเจน จึงเกิดข้อจำกัดในการตัดสินใจหรืออิสระในการทำงาน เนื่องจากมีกฎระเบียบขององค์การที่ข้าราชการธุรการทุกคนจะต้องยึดถือปฏิบัติตามอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งอาจทำให้ข้าราชการธุรการไม่ได้คาดหวังมากนักในประเด็นนี้ จึงมองว่าความมีอิสระในการทำงานเป็นปัจจัยรองเมื่อเทียบกับปัจจัยอื่น

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่

ข้าราชการธุรการที่มีอายุมาก มีสถานภาพสมรส และสถานภาพแยกกันอยู่/หย่าร้าง/หม้าย มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และระยะเวลาการปฏิบัติงานที่นานกว่า จะมีความผูกพันสูง และยังค้นพบว่า การสร้างปัจจัยด้านลักษณะงานในด้านความหลากหลายของทักษะ ความมีเอกลักษณ์ของงาน ความสำคัญของงาน ความมีอิสระในการทำงาน และผลสะท้อนจากงานให้มีความเหมาะสมโดยคำนึงถึงปัจจัยส่วนบุคคลด้วย จะช่วยเสริมสร้างความผูกพันต่อองค์การให้มากขึ้นด้วยเช่นกัน

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 203 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุตั้งแต่ 31 - 40 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า รายได้ต่อเดือน 25,001 - 30,000 บาท และมีระยะเวลาการปฏิบัติงาน 1 - 5 ปี

ผลการศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด พบว่า อยู่ในระดับมาก ส่วนผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับความผูกพันต่อองค์การ พบว่า ข้าราชการธุรการที่มีเพศและรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์การไม่แตกต่างกัน ส่วนอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาและระยะเวลาการปฏิบัติงาน ต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์การแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยด้านลักษณะงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการธุรการ สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด โดยรวมอยู่ในระดับสูง ในทิศทางตามกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด ควรส่งเสริมความหลากหลายของทักษะของข้าราชการธุรการให้มากขึ้น เช่น เปิดให้มีการหมุนเวียนงานระหว่างกลุ่มงานต่าง ๆ ภายในสำนักงานเดียวกัน เพื่อลดความจำเจและเปิดโอกาสให้เกิดการเรียนรู้งานใหม่ ๆ ได้พัฒนาศักยภาพของแต่ละบุคคลเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ความหลากหลายของทักษะยังช่วยให้ข้าราชการธุรการเข้าใจภาพรวมขององค์กรมากขึ้น

1.2 สำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด ควรส่งเสริมให้มีการเพิ่มผลสะท้อนจากงานอย่างสม่ำเสมอและชัดเจน โดยเฉพาะการสื่อสารระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา รวมถึงการให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงาน เพื่อให้ข้าราชการธุรการสามารถรับรู้ผลการปฏิบัติงานของตนได้อย่างตรงประเด็น การเปิดโอกาสให้มีการแสดงความคิดเห็นและรับฟังซึ่งกันและกันระหว่างเพื่อนร่วมงานหรือผู้บังคับบัญชาได้โดยไม่ถูกตัดสิน จะก่อให้เกิดการรับรู้ถึงคุณค่าในงานเกิดความเชื่อมั่นในบทบาทหน้าที่ของตน ซึ่งจะเป็นส่วนช่วยเสริมสร้างความผูกพัน ต่อองค์การได้ในระยะยาว

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำการศึกษาในเชิงปริมาณควบคู่ไปกับเชิงคุณภาพ โดยอาจใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้สามารถสะท้อนความคิดเห็นที่หลากหลาย อีกทั้งการศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างในสำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด ซึ่งเป็นหน่วยงานราชการธุรการของสำนักงานอัยการสูงสุด อาจทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างในที่ปฏิบัติงานในหน่วยงานราชการอัยการของสำนักงานอัยการสูงสุด ทั้งสำนักงานในส่วนกลาง และสำนักงานในต่างจังหวัดด้วย

2.2 ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น ปัจจัยด้านความพึงพอใจในการปฏิบัติงานการสร้างแรงจูงใจในการทำงาน บรรยากาศองค์การ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

ชัยสิทธิ์ เฉลิมมีประเสริฐ. (2537). *สถิติเพื่อการวิเคราะห์*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ทัศนีย์ ปวรวรรฒน์, ศุภพัชร์พิมล สิมลี และ ศรีรัฐ โกวงศ์. (2567). ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน. *วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒน์*, *6*(3), 295-306.

ภัทร์นรินทร์ ยอดคำเหลือง. (2563). *ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการกรมศุลกากร*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช).

ศิลาวุฒิ สีชาติ และ ภิรดา ชัยรัตน์. (2567). ความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการทัณฑสถานวัยหนุ่มกลางกรมราชทัณฑ์. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, *26*(2), 71-88.

สวรส ทองใบ. (2564). *ความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลเขาขลุง อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี*. (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).

สำนักบริหารทรัพยากรบุคคล สำนักงานอัยการสูงสุด. (2568). *ข้อมูลสำนักบริหารทรัพยากรบุคคล*. สืบค้นจาก https://hrm.ago.go.th.

Cronbach, L. (1990). *Essentials of psychological testing*. (5th ed). New York: Harper & Row.

Hackman, J. R., & Oldham, G. R. (1980). *Work redesign*. Boston, Massachusetts: Addison-Wesley.

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

JSSP: Journal of Social Science Panyapat, 2026. 8(2): 75-88.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSSP
Journal of Social Science Panyapat
https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSSP/index

Research Article

Core Business Enablers (SE-AM) and Efficiency of Thai SOEs: Evidence from Panel Data, 2021–2024

Pichayapa Pungrat[1*] and Non Vorlapanit[2]

[1] *Master's degree student, Faculty of Economics, Kasetsart University, Thailand*

[2] *Associate Professor, Faculty of Economics, Kasetsart University, Thailand*

[*] *Corresponding author. E-mail: pichayapa.pung@ku.th*

ABSTRACT

The purposes of this research article are (1) examine the performance evaluation results of Thai State-Owned Enterprises (SOEs) based on performance indicators. (2) investigate whether improvements in Core Business Enablers (CBE) scores affect the operational efficiency of SOEs. This research employs a quantitative approach using secondary data from 50 Thai SOEs evaluated under the State Enterprise Assessment Model (SE-AM) system administered by the State Enterprise Policy Office. Annual CBE scores were analyzed together with performance indicators including Return on Equity, Return on Assets, Labor Productivity, Customer Satisfaction, Stakeholder Satisfaction, and GHG emissions per output. The study applies descriptive statistics and panel regression analysis. The results show that CBE scores increased consistently during the study period, indicating efforts by SOEs to improve internal management and organizational capabilities. Performance indicators, however, show varying patterns across enterprises. Empirical results indicate that CBE scores have a positive and statistically significant relationship with Customer Satisfaction, consistent with the hypothesis, and this is the only variable with the expected direction. GHG Emissions per Output also show a statistically significant negative relationship at the 0.10 level, but in the opposite direction to the hypothesis. These findings suggest that strengthening organizational capabilities under the SE-AM framework may improve service outcomes. Therefore, further development and innovation in the performance evaluation system for Thai SOEs should be emphasized to enhance competitiveness and operational effectiveness in the future.

Keywords: State-Owned Enterprise Performance Assessment, Core Business Enablers (CBE), SE-AM, Efficiency

Received: 23 March 2026;
Revised: 14 April 2026;
Accepted: 23 June 2026

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat
ISSN: 3027-6748 (Online)

Core Business Enablers (SE-AM) กับประสิทธิภาพของรัฐวิสาหกิจไทย: หลักฐานจากข้อมูลพาแนล 2564–2567

พิชญาภา พึ่งรัตน์[1*] และ นนทร์ วรพาณิชช์[2]

[1] *นิสิตปริญญาโท คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย*

[2] *รองศาสตราจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย*

* *Corresponding author. E-mail: pichayapa.pung@ku.th*

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาภาพรวมและแนวโน้มของระดับคะแนนการประเมินผลการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจไทยในส่วน Core Business Enablers (CBE) ตามเกณฑ์ SE-AM กับประสิทธิภาพของรัฐวิสาหกิจ ระหว่างปี พ.ศ. 2564 – 2567 2) เพื่อศึกษาผลกระทบการยกระดับคะแนนผลการประเมิน Core Business Enablers (CBE) ตามเกณฑ์ SE-AM ของรัฐวิสาหกิจ ต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ ของรัฐวิสาหกิจไทยจำนวน 50 แห่ง ที่อยู่ภายใต้ระบบการประเมิน SE-AM โดยสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) พิจารณาคะแนนรายปี ประกอบกับการใช้ตัวชี้วัดด้านประสิทธิภาพ ได้แก่ อัตราผลตอบแทนจากผู้ถือหุ้น อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ ผลิตภาพของแรงงาน ความพึงพอใจของลูกค้า ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อผลผลิต โดยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา และ สมการการวิเคราะห์การถดถอยพาแนล ผลการศึกษาพบว่า คะแนน CBE มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดช่วงเวลาศึกษา สะท้อนถึงความพยายามของรัฐวิสาหกิจในการพัฒนาระบบบริหารจัดการภายในองค์กร ขณะที่ตัวชี้วัดด้านผลการดำเนินงานมีลักษณะแตกต่างกัน และยังพบว่า คะแนน CBE มีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติกับความพึงพอใจของลูกค้าในทิศทางเดียวกันกับสมมติฐานแค่เพียงตัวแปรเดียว นอกจากนี้ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อผลผลิต ยังพบความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ 0.10 ซึ่งมีทิศทางตรงกันข้ามกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงควรมีการให้ความสำคัญกับการปรับปรุงและพัฒนาต่อยอดนวัตกรรมด้านระบบการประเมินผลการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจไทย เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในด้านธุรกิจในอนาคตต่อไป

คำสำคัญ: การประเมินผลการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจ, Core Business Enablers (CBE), SE-AM, ประสิทธิภาพ

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat

บทนำ

แนวคิดด้านระบบบริหารจัดการคุณภาพถูกนำมาพัฒนาเป็นเกณฑ์มาตรฐาน Malcolm Baldrige National Quality Award (MBNQA) ในประเทศสหรัฐอเมริกา ปี ค.ศ. 1987 เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันขององค์กรเอกชนและภาครัฐ ประเทศไทยจึงได้รับเกณฑ์มาตรฐานดังกล่าวมาปรับปรุงและพัฒนาต่อเพื่อให้เข้ากับบริบทของประเทศ และนำมาสู่เกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ (Thailand Quality Award: TQA) อันเป็นกรอบในการบริหารจัดการและประเมินด้านคุณภาพแก่องค์กรต่าง ๆ ในประเทศไทย เพื่อเอื้อให้องค์กรบรรลุเป้าประสงค์ ปรับปรุงผลลัพธ์ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อสามารถแข่งขันกับองค์กรในระดับนานาชาติ TQA เริ่มดำเนินการในปี พ.ศ. 2539

จากเกณฑ์มาตรฐานที่กล่าวมาข้างต้นประกอบกับสถานการณ์ปัจจุบันที่รัฐวิสาหกิจในประเทศไทยกำลังเผชิญกับความท้าทายในด้านความสามารถในการแข่งขันเชิงธุรกิจ ด้านความคาดหวังจากประชาชน และด้านการดำเนินการตามธรรมาภิบาลจากภาครัฐ การเสริมสร้างศักยภาพของรัฐวิสาหกิจไทยในด้านการบริหารจัดการองค์กรให้มีคุณภาพจึงเป็นประเด็นที่สำคัญ ประเทศไทยจึงมีการได้จัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) เพื่อบริหารและพัฒนารัฐวิสาหกิจและหลักทรัพย์ของรัฐ สคร. จึงได้มีการกำหนดระบบการประเมินผลการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจ โดยเริ่มต้น

จากเกณฑ์ State Enterprise Performance Appraisal (SEPA) ที่มีแนวคิดสอดคล้องกับเกณฑ์ TQA ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 จากนั้น สคร. ได้มีการเปลี่ยนแปลงระบบประเมินผลการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจจากเกณฑ์ SEPA มาเป็นเกณฑ์ State Enterprise Assessment Model (SE-AM) โดยเริ่มใช้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2563 ซึ่ง SE-AM จะถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ (1) ผลการดำเนินงาน (Key Performance Area) คือ ส่วนที่มีการกำหนดตัวชี้วัดในการประเมินผลการดำเนินงานตามภารกิจขององค์กรที่แตกต่างกันไปในแต่ละรัฐวิสาหกิจ (2) Core Business Enablers (CBE) คือ ส่วนที่มีการประเมินผลการดำเนินงานภายใต้หลักเกณฑ์เดียวกัน โดย CBE มีโครงสร้างประกอบด้วย 8 ด้าน ได้แก่ 2.1) ด้านการกำกับดูแลที่ดีและการนำองค์กร (Corporate Governance & Leadership: CG) 2.2) ด้านการวางแผนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Planning: SP) 2.3) ด้านการบริหารความเสี่ยง และการควบคุมภายใน (Risk Management & Internal Control: RM & IC) 2.4) ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (Stakeholder & Customer Management: SCM) 2.5) ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology: DT) 2.6) ด้านการบริหารทุนมนุษย์ (Human Capital Management: HCM) 2.7) ด้านการจัดการความรู้และนวัตกรรม (Knowledge Management & Innovation Management: KM & IM) 2.8) ด้านการตรวจสอบภายใน (Internal Audit: IA) (บริษัท ทริส คอร์ปอเรชั่น จำกัด, 2563) โดยเกณฑ์ CBE จะมุ่งเน้นให้รัฐวิสาหกิจแสดงแนวทางวิธีการดำเนินงาน หรือขั้นตอนการดำเนินงานที่เป็นระบบและมีความชัดเจน อีกทั้งต้องมีการนำไปปฏิบัติอย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอผ่านการถ่ายทอดแนวทางปฏิบัติให้ทั่วทั้งองค์กรครอบคลุมทุกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกระบวนการนั้น ๆ ได้อย่างครบถ้วน รัฐวิสาหกิจจำเป็นต้องมีการปรับปรุงแนวทาง/ขั้นตอนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องจากฐานข้อมูลจริงเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีขึ้นชัดเจนอย่างต่อเนื่อง

จากการที่ สคร. ได้เริ่มใช้ เกณฑ์ State Enterprise Assessment Model (SE-AM) ในการประเมินผลการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจแทนเกณฑ์ State Enterprise Performance Appraisal (SEPA) ครั้งแรกในปี พ.ศ. 2563 สคร. ได้กำหนดให้มีการให้คะแนน Handicap ควบคู่ไปกับคะแนนประเมินผลการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจในส่วน CBE เพื่อช่วยปรับระดับความแตกต่างระหว่างระบบใหม่กับระบบเดิม แต่การวิจัยในครั้งนี้จะใช้เพียง คะแนน CBE ของแต่ละรัฐวิสาหกิจ แบบไม่มี Handicap เพื่อให้สะท้อนผลการดำเนินงานจริงของรัฐวิสาหกิจตามเกณฑ์ SE-AM

และจากการศึกษาคะแนน CBE ของแต่ละรัฐวิสาหกิจ แบบไม่มี Handicap พบว่า แนวโน้มการเติบโตที่เพิ่มสูงขึ้นของคะแนน CBE นั้นไม่สอดคล้องกับผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดด้านประสิทธิภาพของรัฐวิสาหกิจในหลายกรณี โดยตัวชี้วัดที่นำมาประเมินด้านประสิทธิภาพในภาพรวมขององค์กรของการวิจัยในครั้งนี้ ประกอบไปด้วย อัตราผลตอบแทนจากผู้ถือหุ้น อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ ผลิตภาพของแรงงาน ความพึงพอใจของลูกค้า ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อผลผลิต โดยทุกตัวชี้วัดที่กล่าวมาข้างต้นสอดคล้องหลักเกณฑ์และแนวปฏิบัติสากล เช่น OECD guidelines on corporate governance of state-owned enterprises (OECD, 2024), OECD Monitoring the performance of SOEs (OECD, 2022), State owned enterprise health check tool: user guide (IMF, 2021), Corporate governance of state-owned enterprises: a toolkit (World Bank, 2014) และอื่น ๆ ซึ่งครอบคลุมถึงการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ความโปร่งใส ความรับผิดชอบต่อสังคม และความยั่งยืนในระยะยาว

จากประเด็นของความไม่สมมาตรของคะแนน CBE และตัวชี้วัดประสิทธิภาพข้างต้น จึงนำมาสู่การวิจัยในครั้งนี้ที่มุ่งประเมินผลกระทบของการยกระดับคะแนน SE-AM ในส่วนของ CBE ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจไทย ทั้งนี้ แม้ว่ารัฐวิสาหกิจไทยจะอยู่ภายใต้การประเมินด้วยเกณฑ์ SE-AM ทั้งหมดจำนวน 50 แห่ง แต่กลับพบว่างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์ดังกล่าวยังมีจำนวนน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยที่ศึกษาเกณฑ์การประเมินเดิมอย่างเกณฑ์ State Enterprise Performance Appraisal (SEPA) และยังไม่พบงานวิจัยที่ศึกษาประสิทธิภาพของการดำเนินงานภายใต้กรอบเกณฑ์ SE-AM โดยตรง ดังนั้น งานวิจัยฉบับนี้จึงมีเป้าหมายเพื่อเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

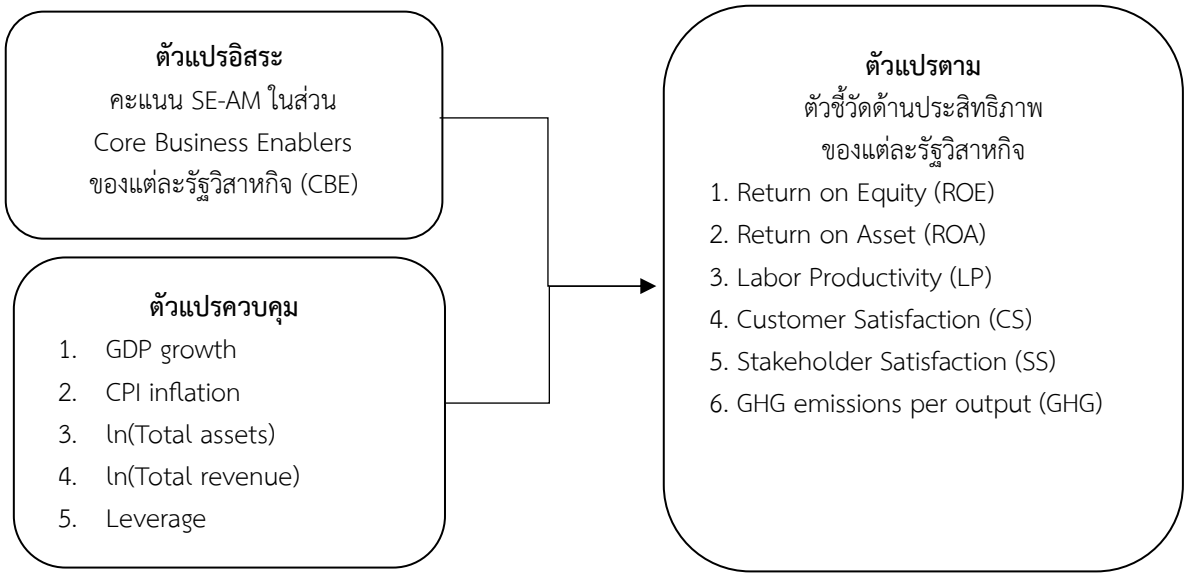
1. เพื่อศึกษาภาพรวมและแนวโน้มของระดับคะแนนการประเมินผลการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจไทยในส่วน Core Business Enablers (CBE) ตามเกณฑ์ SE-AM กับประสิทธิภาพของรัฐวิสาหกิจ ระหว่างปี พ.ศ. 2564 – 2567

2. เพื่อศึกษาผลกระทบการยกระดับคะแนนผลการประเมิน Core Business Enablers (CBE) ตามเกณฑ์ SE-AM ของรัฐวิสาหกิจ ต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจ

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดในการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรมพบว่า แนวคิดด้านคุณภาพ เช่น Cost of Quality และ Juran Trilogy ชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาระบบบริหารจัดการภายในองค์กรสามารถนำไปสู่การลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพ (Juran Institute, 2019) ขณะที่กรอบการประเมินองค์กรระดับสากล เช่น MBNQA (NIST, 2021), EFQM (EFQM, 2026) และ CAF (EIPA, 2026) ต่างมีโครงสร้างร่วมกันในลักษณะของปัจจัยนำเข้า (Enablers) ที่ส่งผลต่อผลลัพธ์ (Results) ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางของ OECD (2024) ที่เน้นการกำกับดูแลและการวัดผลการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจอย่างเป็นระบบ

ในบริบทของประเทศไทย เกณฑ์ SE-AM ในส่วนของ Core Business Enablers (CBE) ได้พัฒนาบนพื้นฐานของกรอบสากลดังกล่าว และสามารถสะท้อนศักยภาพด้านการบริหารจัดการขององค์กรได้อย่างครอบคลุม โดยการศึกษาหลักเกณฑ์และแนวปฏิบัติสากลพบว่าได้มีการผลักดันให้รัฐวิสาหกิจประเมินตนเองอย่างเป็นระบบ ซึ่งนำมาสู่การผลักดันให้เกิดตัวชี้วัดด้านประสิทธิภาพสำหรับรัฐวิสาหกิจที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในระดับสากล ประกอบกับงานวิจัยเชิงประจักษ์ที่ผ่านมาให้ผลที่หลากหลาย จึงนำมาซึ่งการพัฒนากรอบแนวคิด ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากร

ประชากรในการวิจัยนี้คือรัฐวิสาหกิจไทยทั้งหมดที่อยู่ภายใต้การประเมินผล โดยสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) ได้แก่ รัฐวิสาหกิจจำนวน 50 แห่ง จากทั้งหมด 52 แห่ง ช่วงเวลาระหว่างปี พ.ศ. 2564 – 2567 โดย บริษัท สหโรงแรมและการท่องเที่ยว จำกัด และ บริษัท บริหารสินทรัพย์ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย จำกัด ไม่ได้ร่วมประเมินผล Core Business Enablers (CBE) ตามเกณฑ์ State Enterprise Assessment Model (SE-AM) จึงไม่ได้อยู่ในประชากรของการวิจัยในครั้งนี้

2. สมมติฐานการวิจัย

2.1 คะแนน Core Business Enablers (CBE) ของแต่ละรัฐวิสาหกิจ ส่งผลกระทบทางบวกกับ อัตราผลตอบแทนจากผู้ถือหุ้น (Return on Equity: ROE)

2.2 คะแนน Core Business Enablers (CBE) ของแต่ละรัฐวิสาหกิจ ส่งผลกระทบทางบวกกับ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (Return on Assets: ROA)

2.3 คะแนน Core Business Enablers (CBE) ของแต่ละรัฐวิสาหกิจ ส่งผลกระทบทางบวกกับ ผลิตภาพของแรงงาน (Labor Productivity)

2.4 คะแนน Core Business Enablers (CBE) ของแต่ละรัฐวิสาหกิจ ส่งผลกระทบทางบวกกับ ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction)

2.5 คะแนน Core Business Enablers (CBE) ของแต่ละรัฐวิสาหกิจ ส่งผลกระทบทางบวกกับ ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Satisfaction)

2.6 คะแนน Core Business Enablers (CBE) ของแต่ละรัฐวิสาหกิจ ส่งผลกระทบทางลบกับ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อผลผลิต (GHG emissions per output)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ คะแนน Core Business Enablers ของแต่ละรัฐวิสาหกิจ ข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) ซึ่งเป็นคะแนนแบบไม่มี Handicap

3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ตัวชี้วัดด้านประสิทธิภาพของแต่ละรัฐวิสาหกิจ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่ได้จากการทบทวนแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งยังเป็นตัวชี้วัดที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในระดับสากล อย่างไรก็ตาม เนื่องจากข้อจำกัดทางการเข้าถึงข้อมูลตัวชี้วัดประสิทธิภาพของรัฐวิสาหกิจทั้ง 50 แห่งที่อยู่ภายใต้การประเมินผลการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจโดย สคร. ซึ่งบางตัวชี้วัดอาจไม่มีการจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ หรือไม่สามารถเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณะได้ ผู้วิจัยจึงพิจารณาคัดเลือกเฉพาะตัวชี้วัดที่มีลักษณะเป็นตัวชี้วัดมาตรฐานทั่วไป ที่รัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่มีการจัดเก็บข้อมูลและมีการเผยแพร่ในรายงานประจำปี งบการเงิน หรือเอกสารที่เผยแพร่อื่น ๆ ทั้งนี้ เพื่อให้การวิเคราะห์มีความครอบคลุมและลดความเอนเอียงในการเลือกตัวชี้วัด ผู้วิจัยได้กำหนดตัวชี้วัดให้ครอบคลุมหลายมิติของประสิทธิภาพ ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านประสิทธิภาพการดำเนินงาน ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและคุณค่าต่อสังคม และด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน รวมทั้งเลือกตัวชี้วัดที่สามารถนำมาดำเนินการคำนวณเพื่อให้สามารถเปรียบเทียบกันได้ระหว่างรัฐวิสาหกิจแต่ละแห่ง โดยสามารถสรุปตัวชี้วัดประสิทธิภาพได้ ดังนี้

ด้านการเงิน ได้แก่ อัตราผลตอบแทนจากผู้ถือหุ้น (Return on Equity: ROE) และ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (Return on Assets: ROA)

ด้านประสิทธิภาพการดำเนินงาน ได้แก่ ผลิตภาพของแรงงาน (Labor Productivity)

ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและคุณค่าต่อสังคม ได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) และความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Satisfaction)

ด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน ได้แก่ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อผลผลิต (GHG Emissions per Output)

3.3. ตัวแปรควบคุม ได้แก่

ระดับมหภาค ได้แก่ การเติบโตเศรษฐกิจ (GDP Growth) ข้อมูลจากสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และ เงินเฟ้อทั่วไป (CPI Inflation) ข้อมูลจากสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

ระดับจุลภาค ข้อมูลจากรายงานประจำปี และงบการเงิน รวมถึงเอกสารที่เผยแพร่อื่น ๆ ของรัฐวิสาหกิจ ได้แก่ ขนาดกิจการ (ln(Total Assets)) รายได้กิจการ (ln(Total Revenue)) และ ความเสี่ยงทางการเงิน/ภาระหนี้ (Leverage)

จากนั้นผู้วิจัยจะนำข้อมูลทุติยภูมิของตัวแปรข้างต้นมาวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) และ สมการการวิเคราะห์การถดถอยพาแนล (Panel Regression)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) โดยวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ประกอบไปด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าต่ำสุด-ค่าสูงสุด (Min-Max) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายปี และการเจริญเติบโต

4.2 การวิเคราะห์การถดถอยพาแนล (Panel regression analysis) แบบ Fixed effects และ Random effects (RE) โดยดำเนินการทดสอบ Unit root เพื่อตรวจสอบและแก้ปัญหาเกี่ยวกับความหยุดนิ่งของข้อมูลก่อนนำมาวิเคราะห์การถดถอย จากนั้นทำการทดสอบ Hausman test เพื่อเลือกโมเดล หาก p-value > 0.05 หมายถึงควรใช้ Random effects (RE) แต่ถ้าหาก p-value ≤ 0.05 หมายถึงควรใช้ Fixed effects (FE)

เพื่อทำการตรวจสอบอิทธิพลคะแนน SE-AM ในส่วน Core Business Enablers ของแต่ละรัฐวิสาหกิจ (ไม่มี Handicap) กับ ตัวชี้วัดประสิทธิภาพของรัฐวิสาหกิจ สมการวิเคราะห์การถดถอยพาแนล (Panel regression) แบบ Fixed effects (FE) และ Random effects (RE) จึงมีรูปแบบดังต่อไปนี้

4.2.1 แบบ Fixed effects (FE) มีทั้งหมด 6 สมการ ดังต่อไปนี้

$$ROE_{it} = a + \beta CBE_{it} + \sum_{j=1}^{j} \gamma_j \mathrm{X}_{jit} + u_{1it}$$

$$ROA_{it} = a + \beta CBE_{it} + \sum_{j=1}^{j} \gamma_j \mathrm{X}_{jit} + u_{2it}$$

$$LP_{it} = a + \beta CBE_{it} + \sum_{j=1}^{j} \gamma_j \mathrm{X}_{jit} + u_{3it}$$

$$CS_{it} = a + \beta CBE_{it} + \sum_{j=1}^{j} \gamma_j \mathrm{X}_{jit} + u_{4it}$$

$$SS_{it} = a + \beta CBE_{it} + \sum_{j=1}^{j} \gamma_j \mathrm{X}_{jit} + u_{5it}$$

$$GHG_{it} = a + \beta CBE_{it} + \sum_{j=1}^{j} \gamma_j \mathrm{X}_{jit} + u_{6it}$$

โดยที่

ROE_{it} คือ อัตราผลตอบแทนจากผู้ถือหุ้น (ROE) ของรัฐวิสาหกิจ i ในปีที่ t

ROA_{it} คือ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) ของรัฐวิสาหกิจ i ในปีที่ t

LP_{it} คือ ผลิตภาพของแรงงาน (Labor Productivity) ของรัฐวิสาหกิจ i ในปีที่ t

CS_{it} คือ ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ของรัฐวิสาหกิจ i ในปีที่ t

SS_{it} คือ ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Satisfaction) ของรัฐวิสาหกิจ i ในปีที่ t

GHG_{it} คือ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อผลผลิต (GHG Emissions per Output) ของรัฐวิสาหกิจ i ในปีที่ t

CBE_{it} คือ คะแนน Core Business Enablers ของแต่ละรัฐวิสาหกิจ (ไม่มี Handicap) ของรัฐวิสาหกิจ i ในปีที่ t

γ_j คือ ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรควบคุมลำดับที่ j

X_{jit} คือ ตัวแปรควบคุมลำดับที่ j ของรัฐวิสาหกิจ i ในปีที่ t ซึ่งประกอบด้วย GDP growth, CPI inflation, ln(Total assets), ln(Total revenue), Leverage

$\sum_{j=1}^{j} \gamma_j \mathrm{X}_{jit}$ คือ ผลรวมเชิงเส้นของตัวแปรควบคุมทั้งหมด

a คือ ค่าคงที่ของแบบจำลอง สะท้อนถึงความแตกต่างเฉพาะของแต่ละรัฐวิสาหกิจ

β คือ ค่าสัมประสิทธิ์

k = 1, 2, ..., 6 แทน $ROE, ROA, LP, CS, SS, GHG$

u_{kit} คือ ค่าคาดเคลื่อนของสมการที่ k

2.2 แบบ Random effects (RE) มีทั้งหมด 6 สมการ ดังต่อไปนี้

$$ROE_{it} = a + \mu_i + \beta CBE_{it} + \sum_{j=1}^{j} \gamma_j \mathrm{X}_{jit} + v_{1it}$$

$$ROA_{it} = a + \mu_i + \beta CBE_{it} + \sum_{j=1}^{j} \gamma_j \mathrm{X}_{jit} + v_{2it}$$

$$LP_{it} = a + \mu_i + \beta CBE_{it} + \sum_{j=1}^{j} \gamma_j \mathrm{X}_{jit} + v_{3it}$$

$$CS_{it} = a + \mu_i + \beta CBE_{it} + \sum_{j=1}^{j} \gamma_j \mathrm{X}_{jit} + v_{4it}$$

$$SS_{it} = a + \mu_i + \beta CBE_{it} + \sum_{j=1}^{j} \gamma_j \mathrm{X}_{jit} + v_{5it}$$

$$GHG_{it} = a + \mu_i + \beta CBE_{it} + \sum_{j=1}^{j} \gamma_j \mathrm{X}_{jit} + v_{6it}$$

โดยที่

ROE_{it} คือ อัตราผลตอบแทนจากผู้ถือหุ้น (ROE) ของรัฐวิสาหกิจ i ในปีที่ t

ROA_{it} คือ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) ของรัฐวิสาหกิจ i ในปีที่ t

LP_{it} คือ ผลิตภาพของแรงงาน (Labor Productivity) ของรัฐวิสาหกิจ i ในปีที่ t

CS_{it} คือ ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ของรัฐวิสาหกิจ i ในปีที่ t

SS_{it} คือ ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Satisfaction) ของรัฐวิสาหกิจ i ในปีที่ t

GHG_{it} คือ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อผลผลิต (GHG Emissions per Output) ของรัฐวิสาหกิจ i ในปีที่ t

CBE_{it} คือ คะแนน Core Business Enablers ของแต่ละรัฐวิสาหกิจ (ไม่มี Handicap) ของรัฐวิสาหกิจ i ในปีที่ t

γ_j คือ ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรควบคุมลำดับที่ j

X_{jit} คือ ตัวแปรควบคุมลำดับที่ j ของรัฐวิสาหกิจ i ในปีที่ t ซึ่งประกอบด้วย GDP growth, CPI inflation, ln(Total assets), ln(Total revenue), Leverage

$\sum_{j=1}^{j} \gamma_j X_{jit}$ คือ ผลรวมเชิงเส้นของตัวแปรควบคุมทั้งหมด

a คือ ค่าคงที่

μ_i คือ ผลเฉพาะหน่วยที่คงที่ตามเวลา

β คือ ค่าสัมประสิทธิ์

k = 1, 2, ..., 6 แทน $ROE, ROA, LP, CS, SS, GHG$

v_{kit} คือ ค่าคาดเคลื่อนของสมการที่ k

จากนั้นดำเนินการตรวจสอบและแก้ไขปัญหา Heteroskedasticity โดยวิธี Cluster-robust standard errors (Cluster SE) ตามหน่วยบริษัท ในการประมาณค่าถดถอยพาแนลสำหรับทุกสมการ

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. ผลการศึกษาภาพรวมและแนวโน้มของระดับคะแนนการประเมินผลการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจไทยในส่วน Core Business Enablers (CBE) ตามเกณฑ์ SE-AM กับประสิทธิภาพของรัฐวิสาหกิจ ระหว่างปี พ.ศ. 2564 – 2567

ตารางที่ 1 สรุปลักษณะทั่วไปของตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม

Variable	Obs	Mean	Std. dev.	Min	Max	Growth
CBE 2564	50	2.26	0.56	1.40	3.62	
CBE 2565	50	2.35	0.61	1.41	3.79	0.09
CBE 2566	50	2.47	0.66	1.43	3.88	0.12
CBE 2567	50	2.58	0.71	1.45	4.06	0.11
ROE 2564	45	2.01	23.53	-66.97	46.88	
ROE 2565	46	-4.74	32.13	-128.54	49.31	-6.75
ROE 2566	46	-0.78	27.12	-143.98	47.98	3.97
ROE 2567	46	-47.41	366.56	-2,477.89	46.83	-46.63
ROA 2564	49	-0.46	11.17	-44.82	17.87	
ROA 2565	50	-2.62	16.16	-81.30	15.43	-2.16
ROA 2566	50	0.17	8.84	-49.50	14.87	2.79
ROA 2567	50	1.43	6.05	-22.95	14.83	1.26
LP 2564	48	11.58	27.70	0.46	180.24	
LP 2565	47	14.78	32.24	0.41	174.70	3.20
LP 2566	48	12.91	31.33	0.46	197.71	-1.87
LP 2567	47	13.59	32.27	0.00	202.82	0.68
CS 2564	24	87.98	6.86	70.20	97.28	
CS 2565	25	88.27	4.82	79.40	97.75	0.29
CS 2566	25	88.16	9.34	50.98	98.20	-0.11
CS 2567	27	88.33	8.64	53.20	98.60	0.18
SS 2564	11	86.91	7.96	69.40	98.39	
SS 2565	13	83.06	13.83	41.99	97.57	-3.85
SS 2566	16	85.58	7.91	70.80	98.61	2.52
SS 2567	19	88.37	5.67	78.40	96.49	2.79

ตารางที่ 1 สรุปลักษณะทั่วไปของตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม (ต่อ)

Variable	Obs	Mean	Std. dev.	Min	Max	Growth
GHG 2564	17	14.79	21.67	0.04	72.28	
GHG 2565	26	20.81	36.33	0.04	138.77	6.01
GHG 2566	27	19.87	36.05	0.04	135.60	-0.94
GHG 2567	27	20.20	42.91	0.03	176.27	0.33

แม้ว่าคะแนน Core Business Enablers (CBE) จะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สะท้อนถึงการพัฒนาระบบบริหารจัดการภายในองค์กร แต่ผลลัพธ์ด้านประสิทธิภาพของรัฐวิสาหกิจยังแสดงความแตกต่างกันในแต่ละมิติ โดยเฉพาะตัวชี้วัดด้านการเงิน และด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน ซึ่งอาจต้องอาศัยระยะเวลาในการส่งผ่านผลกระทบ (Time Lag) และปัจจัยเชิงโครงสร้างอื่น ๆ ประกอบ ดังตารางข้างต้น

2. ผลการศึกษาผลกระทบการยกระดับคะแนนผลการประเมิน Core Business Enablers (CBE) ตามเกณฑ์ SE-AM ของรัฐวิสาหกิจ ต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจ

2.1 อัตราผลตอบแทนจากผู้ถือหุ้น (ROE)

ผลการประมาณค่าแบบ Random Effects (RE) ที่ปรับปรับความคลาดเคลื่อนมาตรฐานแบบ Cluster พบว่า คะแนน CBE ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับ ROE โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อยู่ที่ 5.798 (P-value = 0.719) จึงไม่พบหลักฐานสนับสนุนสมมติฐาน ที่คาดว่า CBE จะส่งผลเชิงบวกต่อ ROE ในช่วงเวลาที่ศึกษา

2.2 อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)

ผลการประมาณค่าแบบ Fixed Effects (FE) ที่ปรับความคลาดเคลื่อนมาตรฐานแบบ Cluster พบว่า คะแนน CBE ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับ ROA โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อยู่ที่ -2.168 (P-value = 0.742) จึงไม่พบหลักฐานสนับสนุนสมมติฐาน ที่คาดว่า CBE จะส่งผลเชิงบวกต่อ ROA ในช่วงเวลาที่ศึกษา

อย่างไรก็ตาม ตัวแปรควบคุมด้าน ขนาดกิจการ (ln_A) มีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (P-value = 0.040) สะท้อนว่าองค์กรที่มีสินทรัพย์มากมีแนวโน้มสร้างผลตอบแทนจากสินทรัพย์ได้สูงกว่า ซึ่งชี้ให้เห็นว่าความสามารถทำกำไรจากสินทรัพย์ของรัฐวิสาหกิจอาจถูกกำหนดโดย ขนาดและโครงสร้างการดำเนินงานมากกว่าการยกระดับ CBE ในระยะสั้น

2.3 ผลิตภาพของแรงงาน (Labor productivity)

ผลการประมาณค่าแบบ Fixed Effects (FE) พบว่า CBE ไม่สัมพันธ์กับผลิตภาพของแรงงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อยู่ที่ 1.500 (P-value = 0.768) จึงไม่พบหลักฐานสนับสนุนสมมติฐาน ที่คาดว่า CBE จะส่งผลเชิงบวกต่อ LP ในช่วงเวลาที่ศึกษา

ในทางกลับกัน รายได้กิจการ (ln_R) มีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (P-value = 0.019) สะท้อนว่าเมื่อรายได้สูงขึ้น ผลิตภาพแรงงานมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสามารถตีความได้ว่าความสามารถในการสร้างรายได้ เป็นกลไกสำคัญของผลิตภาพของแรงงานมากกว่าคะแนน CBE โดยตรง

2.4 ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction)

ผลการประมาณค่าแบบ Random Effects (RE) พบว่า CBE มีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ต่อความพึงพอใจของลูกค้า (P-value = 0.016) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อยู่ที่ 7.460 ซึ่งหมายความว่าหากคะแนน CBE เพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะส่งผลให้ระดับความพึงพอใจของลูกค้าเพิ่มขึ้นถึง 7.460 คะแนน โดยเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงยอมรับสมมติฐานในระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ที่คาดว่า CBE จะส่งผลเชิงบวกต่อ CS ในช่วงเวลาที่ศึกษา

2.5 ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Satisfaction)

ผลการประมาณค่าแบบ Random Effects (RE) พบว่า CBE ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อยู่ที่ 2.765 (P-value = 0.581) จึงไม่พบหลักฐานสนับสนุนสมมติฐาน ที่คาดว่า CBE จะส่งผลเชิงบวกต่อ SS ในช่วงเวลาที่ศึกษา

2.6 การปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อผลผลิต (GHG emissions per output)

ผลการประมาณค่าแบบ Random Effects (RE) พบว่า CBE มีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 (P-value = 0.068) ต่อการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อผลผลิต โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อยู่ที่ 16.407 ซึ่งหมายความว่า หากคะแนน CBE เพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะส่งผลให้ระดับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อผลผลิตเพิ่มขึ้นถึง 16.407 tCO_2e/ล้านบาท โดยเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งมีทิศทางตรงกันข้ามกับสมมติฐาน ที่คาดว่า CBE จะส่งผลเชิงบวกต่อ GHG ในช่วงเวลาที่ศึกษา หรือก็คือการที่คะแนน CBE เพิ่มจะช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อผลผลิต

ตารางที่ 2 สรุปผลของตัวแปรควบคุมที่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตัวแปรตาม	ตัวแปรควบคุม	โมเดล	ทิศทาง	Coef	p-value
ROA	ln(Total assets)	FE	+	6.591	0.040***
LP	ln(Total revenue)	RE	+	20.275	0.019***
ROE	Leverage	RE	-	- 125.51	0.015***

หมายเหตุ: (1) *** หมายถึงนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

(2) ตารางนี้รายงานเฉพาะตัวแปรควบคุมที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับตัวชี้วัดประสิทธิภาพของรัฐวิสาหกิจ

(3) ผลการประมาณค่าใช้ Cluster-robust standard errors เพื่อแก้ปัญหา Heteroskedasticity ที่ตรวจพบ

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปรตาม	โมเดล	ทิศทางสมมติฐาน	Coef	P-value	ผลการทดสอบ
ROE	RE	+	5.798	0.719	ไม่พบหลักฐานสนับสนุนสมมติฐาน
ROA	FE	+	2.168	0.742	ไม่พบหลักฐานสนับสนุนสมมติฐาน
LP	FE	+	1.500	0.768	ไม่พบหลักฐานสนับสนุนสมมติฐาน
CS	RE	+	7.460	0.016***	ยอมรับสมมติฐานในระดับนัยสำคัญ 0.05
SS	RE	+	2.765	0.581	ไม่พบหลักฐานสนับสนุนสมมติฐาน
GHG	RE	-	16.407	0.068*	ยอมรับสมมติฐานในระดับนัยสำคัญ 0.10 แต่ทิศทางตรงกันข้ามกับสมมติฐาน

หมายเหตุ: (1) *** หมายถึงนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และ * หมายถึงนัยสำคัญที่ระดับ 0.10

(2) ผลการประมาณค่าใช้ Cluster-robust standard errors เพื่อแก้ปัญหา Heteroskedasticity ที่ตรวจพบ

(3) กรณี GHG Emissions per Output แม้ p-value อยู่ในช่วงยอมรับในระดับนัยสำคัญที่ 0.10 แต่ค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก ซึ่งมีทิศทางตรงกันข้ามกับสมมติฐาน

อภิปรายผล

ภาพรวมและแนวโน้มของระดับคะแนนการประเมินผลการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจไทยในส่วน Core Business Enablers (CBE) ตามเกณฑ์ SE-AM กับประสิทธิภาพของรัฐวิสาหกิจ ระหว่างปี พ.ศ. 2564 – 2567 พบว่า เมื่อพิจารณาผลการดำเนินงานด้านประสิทธิภาพ ได้แก่

1. อัตราผลตอบแทนจากผู้ถือหุ้น (Return on Equity: ROE) มีความผันผวน และมีการกระจายตัวสูง สะท้อนให้เห็นถึงระดับการพัฒนายังคงแตกต่างกันระหว่างองค์กร

2. อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (Return on Assets: ROA) มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น การกระจายตัวลดลง สะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการใช้สินทรัพย์สร้างผลตอบแทนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

3. ผลิตภาพของแรงงาน (Labor productivity) มีความผันผวนระหว่างองค์กรสูง สะท้อนให้เห็นถึงความแตกต่างด้านผลิตภาพแรงงานระหว่างองค์กร

4. ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) อยู่ในระดับสูงและมีแนวโน้มทรงตัว การกระจายตัวลดลง สะท้อนให้เห็นถึงความแตกต่างความพึงพอใจของลูกค้าระหว่างองค์กร

5. ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Satisfaction) อยู่ในระดับสูงและค่อนข้างทรงตัว การกระจายตัวลดลง สะท้อนให้เห็นถึงคะแนนความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของรัฐวิสาหกิจมีการกระจุกตัวมากขึ้น

6. การปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อผลผลิต (GHG emissions per output) ยังคงมีความผันผวนสูง และไม่ปรากฏแนวโน้มลดลงอย่างชัดเจน สะท้อนให้เห็นถึงความแตกต่างด้านประสิทธิภาพการจัดการสิ่งแวดล้อมระหว่างรัฐวิสาหกิจ

และผลกระทบการยกระดับคะแนนผลการประเมิน Core Business Enablers (CBE) ตามเกณฑ์ SE-AM ของรัฐวิสาหกิจ ต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจ พบว่า

1. CBE ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) ผลตอบแทนจากผู้ถือหุ้น ROE ของรัฐวิสาหกิจอาจผันผวนตามปัจจัยด้านโครงสร้างทุนภารกิจเชิงนโยบาย และข้อจำกัดเชิงสถาบัน ทำให้การเพิ่มคะแนน CBE ยังไม่สะท้อนผลตอบแทนผู้ถือหุ้นอย่างชัดเจนในเชิงสถิติในช่วงเวลาศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ครีษมา ไชยเวช (2558) ที่พบว่าความสำเร็จของการใช้เกณฑ์ State Enterprise Performance Appraisal (SEPA) ซึ่งเป็นหลักเกณฑ์ที่นำมาพัฒนาต่อเป็นส่วน CBE ตามเกณฑ์ SE-AM พบว่า SEPA ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จทางด้านการเงินขององค์กรรัฐวิสาหกิจ ทั้ง ROE และ ROA ของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ

2. CBE ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) ความสามารถทำกำไรจากสินทรัพย์ของรัฐวิสาหกิจอาจถูกกำหนดโดย ขนาดและโครงสร้างการดำเนินงาน มากกว่าการยกระดับ CBE ในระยะสั้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ครีษมา ไชยเวช (2558) ที่พบว่าความสำเร็จของการใช้เกณฑ์ State Enterprise Performance Appraisal (SEPA) ซึ่งเป็นหลักเกณฑ์ที่นำมาพัฒนาต่อเป็นส่วน Core Business Enablers (CBE) ตามเกณฑ์ State Enterprise Assessment Model (SE-AM) พบว่า SEPA ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จทางด้านการเงินขององค์กรรัฐวิสาหกิจ ทั้ง อัตราผลตอบแทนจากผู้ถือหุ้น (Return on Equity: ROE) และ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (Return on Assets: ROA) ของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ

3. CBE ไม่สัมพันธ์กับผลิตภาพของแรงงาน (Labor Productivity) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ผลิตภาพของแรงงาน (Labor Productivity) สัมพันธ์เชิงบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติกับรายได้กิจการ จึงสามารถตีความได้ว่าความสามารถในการสร้างรายได้ เป็นกลไกสำคัญของผลิตภาพของแรงงานมากกว่าคะแนน CBE โดยตรง สอดคล้องกับ Starke et al. (2012) ที่ระบุว่า การจัดการคุณภาพถูกนำมาใช้เพียงเพื่อเป็นงานเอกสารหรือทำตามสั่งโดยขาดการมีส่วนร่วมและความเข้าใจจากพนักงาน มันจะกลายเป็นภาระที่สร้างความล่าช้าและอาจลดทอนผลิตภาพของแรงงาน

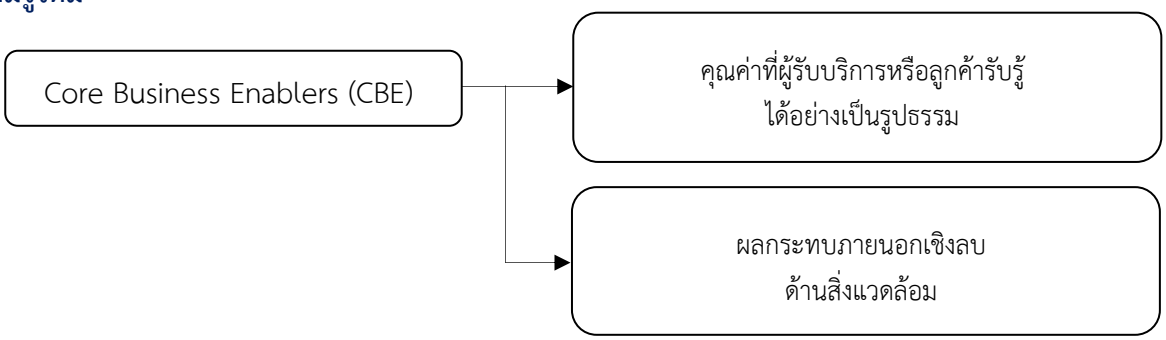
4. CBE มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ซึ่งสามารถตีความได้ว่า CBE มีความสัมพันธ์เชิงประสิทธิภาพสูงสุดในการปรับปรุงผลการดำเนินงานด้านลูกค้า และเชื่อมโยงกับคุณภาพบริการ รวมถึงกระบวนการหลักที่ลูกค้ารับรู้ได้โดยตรง จึงทำให้ผลของ CBE ปรากฏชัดเจนที่สุดในตัวชี้วัดด้านความพึงพอใจของลูกค้า ทั้งนี้ ยังสอดคล้องกับหลักการของระบบบริหารคุณภาพตามมาตรฐาน

ISO 9001:2015 ของ ISO (2015) และแนวคิดของ Juran Trilogy ของ Juran Institute (2019) ที่เน้นว่าการพัฒนาระบบบริหารคุณภาพและกระบวนการทำงานภายในองค์กรมีความสัมพันธ์โดยตรงกับคุณภาพบริการและระดับความพึงพอใจของลูกค้า

5. CBE ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กับความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Satisfaction) สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Keown et al. (2008) ที่พบว่า การมีมาตรฐานในการบริหารจัดการนั้น ไม่ได้รับรองต่อการเกิดความพึงพอใจ หากมาตรฐานนั้นไม่สามารถจัดการกับความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใต้ทรัพยากรที่จำกัดได้

6. CBE มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 กับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อผลผลิต (GHG emissions per output) ซึ่งผลการทดสอบที่ได้สอดคล้องกับ York & Mcgee (2015) หากกรอบการบริหารจัดการองค์กรเหล่านี้ถูกนำมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพเพียงอย่างเดียวโดยไม่มีนโยบายควบคุม ประสิทธิภาพที่เพิ่มขึ้นนั้นมักจะนำไปสู่การขยายตัวของการดำเนินงาน ซึ่งส่งผลให้การปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพิ่มขึ้น

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่

ผลการศึกษานำไปสู่ข้อค้นพบเชิงแนวคิดว่า Core Business Enablers (CBE) ซึ่งเป็นระบบการบริหารจัดการองค์กรตามเกณฑ์ SE-AM มีบทบาทเป็น กลไกด้านกระบวนการช่วยยกระดับคุณภาพการดำเนินงานภายในองค์กรไปสู่การดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ

จากผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า

1. คะแนน CBE มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) จึงสามารถตีความได้ว่า CBE นำไปสู่การสร้างคุณค่าที่ผู้รับบริการหรือลูกค้ารับรู้ได้อย่างเป็นรูปธรรม

2. คะแนน CBE มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ กับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อผลผลิต (GHG emissions per output) จึงสามารถตีความได้ว่า CBE นำไปสู่ผลกระทบภายนอกเชิงลบด้านสิ่งแวดล้อม เนื่องจากกระบวนการพัฒนาระบบมักเกิดขึ้นควบคู่กับการขยายตัวของกิจกรรมทางธุรกิจ ซึ่งเกณฑ์การบริหารจัดการทั่วไปยังขาดกลไกการบูรณาการมิติด้านสิ่งแวดล้อม ที่เข้มข้นพอจะแยกส่วนการเติบโตออกจากผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

3. คะแนน CBE ไม่สัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับตัวชี้วัดประสิทธิภาพอื่น ๆ จึงไม่มีหลักฐานสนับสนุนชัดเจนว่า CBE สามารถนำไปสู่ความสำเร็จ ด้านการเงิน ด้านประสิทธิภาพการดำเนินงาน รวมถึงด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า คะแนน Core Business Enablers (CBE) มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดช่วงเวลาศึกษา สะท้อนถึงความพยายามของรัฐวิสาหกิจในการพัฒนาระบบบริหารจัดการภายในองค์กร แต่ความแตกต่างระหว่างองค์กรยังมีสูง ขณะที่ตัวชี้วัดด้านผลการดำเนินงานมีลักษณะแตกต่างกัน โดยที่ อัตราผลตอบแทนจากผู้ถือหุ้น (ROE) มีความผันผวน และมีการกระจายตัวสูง อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น การกระจาย

ตัวลดลง ผลิตภาพของแรงงาน (Labor Productivity) มีความผันผวน ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) และความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Satisfaction) อยู่ในระดับสูงและค่อนข้างทรงตัว การกระจายตัวลดลง ส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อผลผลิต (GHG emissions per output) ยังคงมีความผันผวนสูงและไม่ปรากฏแนวโน้มลดลงอย่างชัดเจน

และยังพบว่า คะแนน Core Business Enablers (CBE) มีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติกับความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ในทิศทางเดียวกันกับสมมติฐานแค่เพียงตัวแปรเดียว นอกจากนี้ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อผลผลิต (GHG emissions per output) ยังพบความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ 0.10 ซึ่งมีทิศทางตรงกันข้ามกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ควรส่งเสริมการใช้ข้อมูลผลลัพธ์ด้านผู้รับบริการเป็นส่วนหนึ่งของการประเมินประสิทธิภาพองค์กร จากผลการศึกษาที่พบว่า CBE มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของลูกค้า จึงสะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาระบบบริหารจัดการสามารถส่งผลต่อคุณภาพบริการที่ประชาชนรับรู้ได้ ดังนั้น หน่วยงานกำกับดูแลควรสนับสนุนให้รัฐวิสาหกิจมีการจัดเก็บข้อมูลด้าน Customer Satisfaction อย่างเป็นระบบ และนำมาใช้เป็นหนึ่งในตัวชี้วัดสำคัญในการประเมินผลการดำเนินงานขององค์กร

1.2 ควรสนับสนุนการพัฒนาตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อมให้มีความชัดเจนมากขึ้น ผลการศึกษาพบว่าความสัมพันธ์ระหว่าง CBE กับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อผลผลิตยังไม่สะท้อนแนวโน้มการลดการปล่อยก๊าซอย่างชัดเจน ซึ่งอาจสะท้อนว่าการพัฒนาระบบบริหารจัดการโดยรวมยังไม่เพียงพอต่อการผลักดันผลลัพธ์ด้านสิ่งแวดล้อม ดังนั้น หน่วยงานกำกับดูแลควรส่งเสริมให้รัฐวิสาหกิจกำหนด ตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อมและการลดคาร์บอน ที่ชัดเจน รวมถึงสนับสนุนการลงทุนด้านเทคโนโลยีสะอาดและการจัดการพลังงาน เพื่อให้ผลลัพธ์ด้านสิ่งแวดล้อมปรากฏอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น

1.3 ควรเชื่อมโยงตัวชี้วัดด้านการบริหารจัดการกับตัวชี้วัดผลลัพธ์เชิงเศรษฐกิจให้ชัดเจนยิ่งขึ้น เพื่อให้การพัฒนาระบบบริหารจัดการสะท้อนผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจขององค์กรได้อย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น

1.4 ควรพัฒนาเครื่องมือการประเมินผลที่เหมาะสมกับลักษณะภารกิจของรัฐวิสาหกิจแต่ละประเภท เพื่อให้การประเมินผลสามารถสะท้อนประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างเหมาะสม

1.5 ควรพัฒนาระบบฐานข้อมูลผลการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจให้ครอบคลุมและต่อเนื่อง จากการศึกษาพบว่าตัวชี้วัดบางประเภทมีจำนวนข้อมูลเชิงสังเกตค่อนข้างจำกัด ดังนั้น หน่วยงานกำกับดูแลควรพัฒนาระบบฐานข้อมูลผลการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจให้มีการเก็บข้อมูลอย่าง ต่อเนื่อง ครอบคลุม และเป็นมาตรฐานเดียวกัน เพื่อสนับสนุนการประเมินผลเชิงนโยบายและการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของรัฐวิสาหกิจในระยะยาว

1.6 ควรส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาตัวชี้วัดด้านสังคมและเศรษฐกิจ จากทบทวนวรรณกรรมและการศึกษาพบว่าตัวชี้วัดจากเกณฑ์และมาตรฐานสากลต่าง ๆ ได้มีการแนะนำให้เกิดการวัดผลด้านสังคมและเศรษฐกิจ แต่รัฐวิสาหกิจไทยส่วนใหญ่อาจยังไม่ได้ดำเนินการเก็บข้อมูลการวัดผลดังกล่าว หน่วยงานกำกับดูแลจึงควรพัฒนาตัวชี้วัดด้านสังคมและเศรษฐกิจ เพื่อให้สามารถสะท้อนคุณค่าที่รัฐวิสาหกิจสร้างขึ้นต่อสังคมได้อย่างรอบด้านมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยนี้ มีข้อจำกัดด้านจำนวนช่วงเวลาและความครบถ้วนของข้อมูลบางตัวแปรโดยเฉพาะความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Satisfaction) และ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อผลผลิต (GHG Emissions per Output) ซึ่งอาจส่งผลต่อความแม่นย าของผลการประมาณค่างานวิจัยในอนาคตควรขยายช่วงเวลาศึกษา เพิ่มตัวแปรด้านประสิทธิภาพอื่น ๆ เพิ่มเติมตามเกณฑ์หรือมาตรฐานระดับสากล เพิ่มตัวแปรเชิงโครงสร้าง อาจพิจารณาทดสอบสมติฐานความเป็นเหตุเป็นผลเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรในแบบจำลองเพิ่มเติม และอาจพิจารณาขยายการวิเคราะห์ไปสู่แบบจำลองเชิงพลวัต เพื่อศึกษาผลกระทบในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

ครีษมา ไชยเวช. (2558). *ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ State Enterprise Performance Appraisal: SEPA กับความสำเร็จทางด้านการเงินของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ.* (บัญชีมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

บริษัท ทริส คอร์ปอเรชั่น จำกัด. (2563). *คู่มือการประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ.* สืบค้นจาก www.tris.co.th.

EFQM. (2026). *The EFQM Model*. Retrieved from https://efqm.org/the-efqm-model/.

EIPA. (2026). *What is CAF?.* Retrieved from https://www.eipa.eu/caf-resource-centre/what-is-caf/.

IMF. (2021). *State owned enterprise health check tool: user guide*. Retrieved from https://www.imf.org/-/media/Files/Topics/Fiscal/Fiscal-Risks/Tool/soe-health-check-user-guide.ashx.

ISO. (2015). *ISO 9001:2015 Quality management systems*. Retrieved from https://www.iso.org/obp/ui/en/#iso:std:iso:9001:ed-5:v1:en.

Juran Institute. (2019). *More About the Juran Trilogy*. Retrieved from www.juran.com.

Keown, K., Van Eerd, D., & Irvin, E. (2008). Stakeholder engagement opportunities in systematic reviews: knowledge transfer for policy and practice. *Journal of Continuing Education in the Health Professions, 28*(2), 67-72.

NIST. (2021). *How Baldrige Works*. Retrieved from https://www.nist.gov/baldrige/how-baldrige-works.

OECD. (2022). *Monitoring the performance of state-owned enterprises: good practice guide for annual aggregate reporting*. Retrieved from https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2022/01/monitoring-the-performance-of-state-owned-enterprises_684cb051/7f0b1554-en.pdf.

_____. (2024). *OECD guidelines on Corporate Governance of State-Owned Enterprises 2024*. Retrieved from https://www.oecd.org/en/publications/oecd-corporate-governance-factbook-2023_6d912314-en.html.

Starke, F., Eunni, R. V., Manoel Martins Dias Fouto, N., & Felisoni de Angelo, C. (2012). Impact of ISO 9000 certification on firm performance: evidence from Brazil. *Management Research Review, 35*(10), 974-997.

World Bank. (2014). *Corporate governance of state-owned enterprises: a toolkit*. Retrieved from https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/f01135d1-9f3c-5b85-9c1c-1a765bda00f5/content.

York, R., & McGee, J. A. (2016). Understanding the Jevons paradox. *Environmental Sociology, 2*(1), 77-87.

JSSP: Journal of Social Science Panyapat, 2026. 8(2): 89-102.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSSP
Journal of Social Science Panyapat
https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSSP/index

Research Article

Exploring Brand Equity's Influence on Repurchase Intention between Local and Global Cosmetic Brands: The Case of PROYA and L'Oréal Paris in China

Thanh Huong Luu[1*] and Jul Thanasrivanitchai[2]

[1] *Student of Master degree of Business Administration,Faculty of Business Administration, Kasetsart University, Thailand*

[2] *Assistant Professor, Faculty of Business Administration, Kasetsart University, Thailand*

[*] *Corresponding author. E-mail: jul.t@ku.th*

ABSTRACT

This article aims to examine the impact of four fundamental dimensions of brand equity—brand awareness, brand association, perceived quality, and brand loyalty—on repurchase intention. It also seeks to investigate the differences in these impacts between local and global cosmetic brands. Finally, it aims to identify the most influential brand equity dimension for each brand. Data were collected using an online survey of 390 Chinese consumers aged 18 to 59, representing Generations X, Y, and Z, all of whom had prior purchasing experience with both brands. A purposive sampling method was employed to ensure the relevance of the sample. SPSS was used to analyze the data, including reliability testing, correlation, and regression to test the relationships between variables. The findings show that brand loyalty is the strongest predictor of repurchase intention for L'Oréal Paris, highlighting the role of consumer attachment. Perceived quality is the primary driver of repurchase intention for PROYA, reflecting the importance of product performance. Additionally, the relative importance of brand equity dimensions, as conceptualized by Aaker (1991), differs between the global brand L'Oréal Paris and the local brand PROYA.

Keywords: Brand Equity, Repurchase Intention, Local and Global Brands, Consumer Behavior, Cosmetics Industry

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat

Introduction

Cosmetics are now a competitive and saturated market, and sustaining customer loyalty has become a difficult task to achieve. The ever-changing demands of consumers, as well as numerous competitors, do not make things easier in this regard. In addition, the level of competition in the global market tends to increase significantly in regard to cosmetic companies since global and local companies sell their goods simultaneously in order to attain market share in terms of reaching consumers' preferences in the global market. As consumers often find it difficult to differentiate between the effectiveness of competing products, building brand equity becomes more important in cosmetics. Aaker (1991) identified brand equity as including four core dimensions: brand awareness, associations, perceived quality, and brand loyalty. Together, these factors influence consumer cognitive and behavioral outcomes (Ebrahim et

Received: 30 March 2026;
Revised: 30 May 2026;
Accepted: 18 June 2026

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat
ISSN: 3027-6748 (Online)

al., 2016; Chinomona & Maziriri, 2017). This is especially the case within the beauty industry, where higher brand equity tends to be linked to higher levels of customer satisfaction and competitiveness.

The Chinese market for cosmetics represents a special case in this regard because of its high growth rate as well as cultural traits. Even as Chinese brands have increasingly gained acceptance among Chinese consumers, global brands are still considered a guarantee of superior quality, innovation, and modernity (He & Wang, 2015). The market was estimated at CNY 414.2 billion (approximately USD 58.2 billion) in 2023 and was expected to continue expanding rapidly, placing China as one of the largest cosmetic markets in the world (China Daily, 2024; China Briefing, 2024). In the Chinese cosmetic market, PROYA stands out for its cultural appeal, social media presence, and accessible pricing (Proya Cosmetics Co., Ltd., 2024; Lim, 2025), while L'Oréal Paris is reputable for its R&D capabilities and international prestige (Chaileedo, 2021). Although previous studies have found positive associations between brand equity and consumer behavior (Keller, 1993; Aaker, 1991; Yoo et al., 2000), there have been limited studies that empirically compare local and global cosmetic brands in the Chinese market.

To fill this identified gap, this research aims to examine empirically how Chinese cosmetic consumers' repurchasing decisions are influenced by the four components of brand equity: brand awareness, brand associations, perceived quality, and brand loyalty, between a local Chinese brand (PROYA) and a global brand (L'Oréal Paris). PROYA and L'Oréal Paris are among the most popular and highly ranked skincare brands in China, frequently appearing in industry rankings and demonstrating strong market performance, making them suitable examples for exploring brand equity in the Chinese cosmetics market (The Paper, 2024; Jiemian, 2024; Chinapp, 2026). This study adopts Aaker's (1991) brand equity framework to provide a more structured understanding of the relationship between brand equity and consumer repurchase behavior. Managerially, the findings are expected to offer useful implications for brand strategists who aim to improve consumer loyalty and competitiveness. For local brands, cultural identity and emotional connection can increase trust and loyalty towards the brand, while for global brands, successful localization and sustained innovation are essential for maintaining relevance. Overall, this study aims to fill the gap in existing studies and offer practical counsel in ensuring brand development in China's changing and highly competitive cosmetics market.

Research Objectives

1. To assess the impact of each brand equity dimension on repurchase intention for global and local cosmetic brands within the Chinese market.

2. To compare the influence of brand equity dimensions on repurchase intention between the local brand PROYA and the global brand L'Oréal Paris.

3. To identify which brand equity dimension most strongly predicts repurchase intention for each brand.

Literature Review and The Conceptual Framework

The conceptual framework of this study is based on Aaker's (1991) Brand Equity Model, which defines brand equity as a multidimensional construct that includes brand awareness, brand association, perceived quality, and brand loyalty. The study's conceptual framework is based on previous studies

(Keller, 1993; Zeithaml, 1988; Ebrahim et al., 2016; Chinomona & Maziriri, 2017), which defined these dimensions as the determinants of repurchase intention as a behavioral outcome that measures the likelihood of repurchasing a product. Brand awareness increases familiarity and decreases uncertainty (Keller, 1993), brand associations improve cognitive and emotional ties (Hsu et al., 2012), perceived quality increases satisfaction and trust (Zeithaml, 1988; Yoo et al., 2000), and brand loyalty represents commitment and repurchase behavior (Oliver, 1999). Moreover, the framework incorporates brand origin as a contextual factor, recognizing that local and global brands are perceived differently in terms of cultural relevance, quality, and prestige (Kapferer, 2008; He & Wang, 2015). Therefore, differences in brand origin may lead to variations in how these dimensions influence repurchase intention.

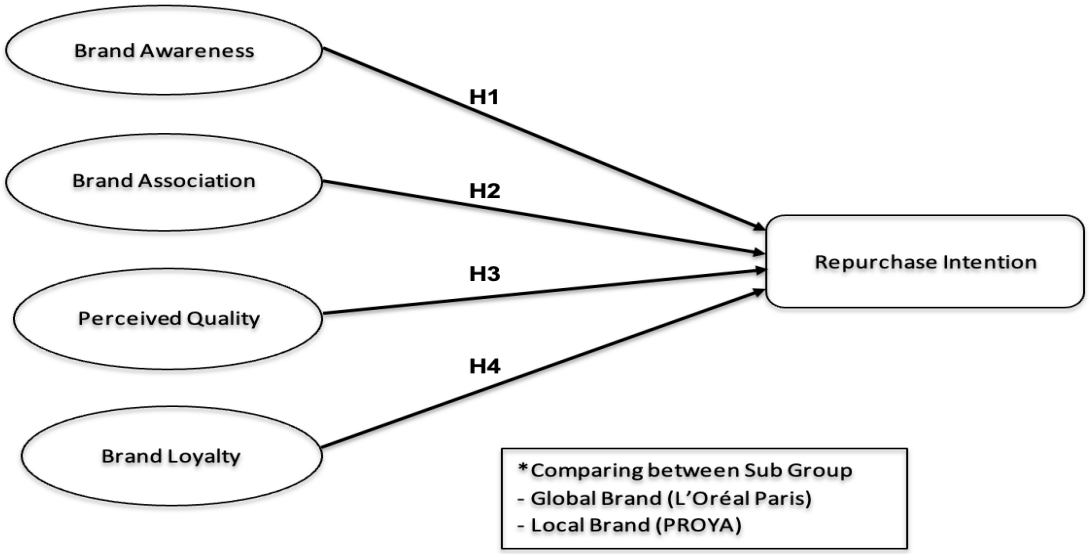


Figure 1 Conceptual framework model

H1: Brand awareness has a positive effect on repurchase intention.
H2: Brand associations have a positive effect on repurchase intention.
H3: Perceived quality has a positive effect on repurchase intention.
H4: Brand loyalty has a positive effect on repurchase intention.

Research Methodology

This study adopted a quantitative cross-sectional research design to examine the effect of brand equity dimensions, including brand awareness, brand association, perceived quality, and brand loyalty, on repurchase intentions in the cosmetics industry. These dimensions will be compared between global brand (L'Oréal Paris) and local brand (PROYA). The quantitative method provides a means for objective measurement and hypothesis testing, and is therefore particularly suitable for analyzing consumer behavior based on the framework proposed by Aaker (1991).

1. Population and Sample

The targeted population included Chinese consumers aged 18–59 from generations X, Y, and Z, and who have used both PROYA and L'Oréal Paris. A non-probability purposive sampling method was adopted. To ensure that all participants met the necessary requirements, online screening questions were

implemented at the beginning of the survey. Only respondents who confirmed their age (18–59 years old) and verified their prior purchasing experience with both PROYA and L'Oréal Paris were allowed to proceed to the main questionnaire; otherwise, the survey was automatically terminated. *The sample came from first-tier cities (Beijing, Shanghai, Guangzhou, Shenzhen) because these cities have the most developed cosmetic markets and strongest brand competition between local and global brands. New first-tier cities (Tianjin, Chongqing, Hangzhou) were also included to reflect growing consumer segments. An 'Others' category was added for broader geographic diversity, though not analyzed separately.*

Based on Cochran's (1977) sample size formula, the minimum required sample was approximately 384. In addition, following the methodological recommendation of Bujang (2022), survey-based research should ideally have 300 or more respondents for reliable results. Additionally, a priori power analysis following Cohen (1988) indicated a minimum sample size of 84 ($f^2 = 0.15$, $\alpha = 0.05$, power = 0.80, 4 predictors). Therefore, 400 responses were initially collected, but after data screening, the final valid sample consisted of 390 responses used for analysis, with a slight imbalance between the two brands.

2. Research Instrument

The data were collected using a self-administered structured questionnaire, consisting of 3 sections. The first section consisted of screening questions that confirmed participants have been using the two brands, and their preferred brand. The second section contained questions on respondents' demographic profiles. The third section was structured to consist of five constructs: brand awareness, brand association, perceived quality, brand loyalty, and repurchase intention. Measurement items were adapted from prior studies, with six items initially assigned to each construct. Following scale refinement during the revision process, four items per construct were retained for the final analysis. The items for four brand equity dimensions were adapted from Aaker (1991), while repurchase intention was measured using items from Hellier et al. (2003). Each construct was measured using 5-point Likert scale ranging from "strongly disagree" (1) to "strongly agree" (5) (Likert, 1932).

3. Validation of Research Instruments

The validity and reliability of the measurement scales were assessed using established approaches. Measurement items were adapted from Aaker (1991) and Hellier et al. (2003), supporting content validity. To further ensure the appropriateness of the instrument in the research context, the questionnaire was reviewed by an academic expert in marketing, who also served as the research supervisor. Minor refinements were made based on the feedback to enhance clarity and face validity. A pilot test (n = 19) was conducted prior to the main survey, with Cronbach's alpha values ranging from 0.90 to 0.98, indicating acceptable internal consistency considering the small sample size. After scale refinement, the revised measurement scales retained four items for each construct. In the revised main study, Cronbach's alpha values ranged from 0.91 to 0.92, exceeding the recommended threshold of 0.70 (Nunnally, 1978).

4. Data Collection Procedure

The survey was conducted online via the Wenjuanxing platform, which is often used to conduct academic surveys in China. Screening questions were included at the beginning of the survey to ensure that respondents had prior experience with both PROYA and L'Oréal Paris and met the study criteria.

Specifically, respondents were asked: (1) prior use of both brands, (2) current brand still using, and (3) brand to answer about. To reach respondents in different regions, the link to the survey was widely distributed through most popular Chinese social networks, including WeChat and Xiaohongshu (also known as Rednote). Participation in this survey was completely voluntary. Participants were informed that the information would be used for purely academic purposes and that all data remained anonymous. Before interpretation of the results, the questionnaire structure was statistically checked to ensure that its reliability and validity were validated.

5. Data Analysis

All statistical analyses were performed using the IBM SPSS software. After removing incomplete and invalid responses, there were 390 valid questionnaires, with the proportions of users of PROYA and L'Oréal Paris being comparable. Descriptive statistics (mean and standard deviation) were used to summarize demographic characteristics and the five core constructs. Pearson correlation was conducted to explore the initial relationship between variables. Multiple regression analysis, with repurchase intention as the dependent variable, was performed to test hypotheses H1–H4. Additional multicollinearity diagnostics and scale refinement procedures were conducted to improve model stability.

Research Results

The research study found that:

Table 1 Demographic Profile of Respondents

N=390

Category	Frequency	Percentage (%)
Brand Preference		
L'Oréal Paris	202	52.0
PROYA	188	48.0
Gender		
Female	250	64.1
Male	140	35.9
Age Group		
18–27	192	49.2
28–43	147	37.7
44–59	51	13.1
Education Level		
High school or below	41	10.5
Bachelor's	208	53.3
Master's or above	141	36.2
Occupation		
Government Official /State Enterprise Employee	54	13.8
Private Company Employee	126	32.3
Freelancer / Self-employed Individual	86	22.1

Table 1 Demographic Profile of Respondents (continued)

N=390

Category	Frequency	Percentage (%)
Occupation continued		
Business Owner	66	16.9
Student	36	9.2
Unemployment	22	5.6
Monthly Income (in CNY)		
Less than ¥3000	25	6.4
¥3000 - ¥5999	75	19.2
¥6000 - ¥9999	113	29.0
¥10000 - ¥14999	116	29.7
¥15000 or more	61	15.6
Place of Residence		
Beijing	38	9.7
Shanghai	37	9.5
Guangzhou	29	7.4
Shenzhen	52	13.3
Tianjin	39	10.0
Chongqing	56	14.4
Hangzhou	28	7.2
Others	111	28.5

Table 1 summarizes the respondents' demographic characteristics. Brand preference is relatively balanced, with 52.0% favoring L'Oréal Paris and 48.0% PROYA. The sample consists of 64.1% females and 35.9% males. Most respondents are aged 18–27 (49.2%) or 28–43 (37.7%), corresponding to Generation Z and Millennials, while a smaller proportion belongs to Generation X (13.1%), indicating a concentration of younger consumers that may influence the findings. Overall, respondents report relatively high education levels and moderate income, suggesting adequate purchasing capacity. They are mainly drawn from major cities, indicating some geographic diversity but with a likely urban bias.

Descriptive Statistics:

Respondents evaluated both PROYA and L'Oréal Paris positively across all constructs, with mean scores exceeding 4.0. For L'Oréal Paris, mean values ranged from M = 4.27 (repurchase intention) to M = 4.29 (brand loyalty), with standard deviations between SD = 0.80 and SD = 0.82, indicating slightly higher variation in responses.

For PROYA, mean values ranged from M = 4.25 (repurchase intention) to M = 4.29 (brand association), with standard deviations between SD = 0.74 and SD = 0.77, showing more consistent responses among participants. Overall, both brands are evaluated positively, with L'Oréal Paris showing slightly higher variability in responses, while PROYA shows more homogeneous evaluations across constructs.

1. To assess the impact of each brand equity dimension on repurchase intention for global and local cosmetic brands within the Chinese market

Table 2 Model Fit Summary for L'Oréal Paris and PROYA.

	Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
L'Oréal Paris	1	0.964	0.929	0.927	0.222
PROYA	1	0.939	0.881	0.879	0.267

The regression models show a strong fit for both L'Oréal Paris and PROYA. The independent variables explain a substantial proportion of the variation in repurchase intention for both brands (R^2 = 92.9% and 88.1%). Compared with PROYA, the L'Oréal Paris model showed a slightly higher explanatory power. Overall, the findings suggest that brand equity dimensions are effective predictors of repurchase intention in the Chinese cosmetic market.

Table 3 Result of the regression analysis for L'Oréal Paris

Model			Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
			B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
L'Oréal Paris	1	(Constant)	-0.087	0.088		-0.991	0.323		
		BrandAwareness	0.232	0.064	0.230	3.616	0.000***	0.089	11.18
		BrandAssociation	0.206	0.063	0.200	3.258	0.001**	0.096	10.46
		PerceivedQuality	0.125	0.058	0.121	2.167	0.031*	0.116	8.62
		BrandLoyalty	0.454	0.062	0.438	7.283	0.000***	0.100	10.01

Note: *** p < 0.001, ** p < 0.01, * p < 0.05

Table 4 Result of the regression analysis for PROYA

Model			Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
			B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
PROYA	1	(Constant)	0.046	0.117		0.394	0.694		
		BrandAwareness	0.262	0.070	0.266	3.743	0.000***	0.128	7.81
		BrandAssociation	0.002	0.079	0.002	0.030	0.976	0.111	9.02
		PerceivedQuality	0.471	0.076	0.463	6.184	0.000***	0.116	8.64
		BrandLoyalty	0.246	0.072	0.238	3.415	0.001**	0.133	7.51

Note: *** p < 0.001, ** p < 0.01, * p < 0.05

The influence of dimensions of brand equity on repurchase intention was analyzed separately using regression analysis, for both L'Oréal Paris and PROYA.

For L'Oréal Paris, Brand Loyalty is the strongest predictor of repurchase intention, followed by Brand Association and Brand Awareness, while Perceived Quality has the weakest but still significant effect.

For PROYA, Perceived Quality emerges as the most important factor influencing repurchase intention, followed by Brand Awareness and Brand Loyalty, all of which are statistically significant. However, Brand Association is not significant in this case.

Regarding multicollinearity, tolerance and VIF values were examined. Tolerance values are consistently low across both models, and VIF values exceed commonly used thresholds in the literature (typically 5 or 10). This is not unexpected given the conceptual relatedness among brand equity dimensions (Aaker, 1991). In such contexts, VIF cut-offs are better viewed as flexible guidelines rather than strict thresholds (O'Brien, 2007; Tabachnick & Fidell, 2013). Both models demonstrate high explanatory power (R^2 = 0.88 to 0.93), along with strong measurement reliability (Cronbach's α = 0.91–0.92) and an adequate sample size (N = 390). These factors support the robustness of the estimates, although some multicollinearity due to conceptual overlap may remain (Grewal et al., 2004). The coefficients show consistent direction and magnitude, indicating stable and theoretically interpretable results (Mason & Perreault, 1991; Hair et al., 2019).

2. To compare whether and how these impacts differ significantly between the local brand PROYA and the global brand L'Oréal Paris.

The results indicate that the contribution of brand equity dimensions varies across the two brands.

Brand awareness appears to play a more prominent role for PROYA, whereas its influence is less pronounced for L'Oréal Paris. In contrast, brand association is only significant for L'Oréal Paris and does not contribute meaningfully to PROYA. Differences are also evident between perceived quality and brand loyalty. Perceived quality emerges as the strongest factor for PROYA, but shows a weaker but still significant effect for L'Oréal Paris. By contrast, brand loyalty stands out as the leading predictor for L'Oréal Paris, while remaining significant but less dominant for PROYA.

3. To identify which brand equity dimension most strongly predicts repurchase intention for each brand.

For L'Oréal Paris, brand loyalty (β = 0.438, $p < 0.001$) emerges as the foremost determinant, indicating that the strength of the relationship between the customer and the brand has a significant bearing on repurchase intention. The other dimensions remain significant, although to a lesser extent.

In the case of PROYA, perceived quality (β = 0.463, $p < 0.001$) becomes the primary factor, suggesting that evaluations of product performance play a central role in shaping repurchase intention. While the remaining dimensions are still significant, they assume a more subsidiary role.

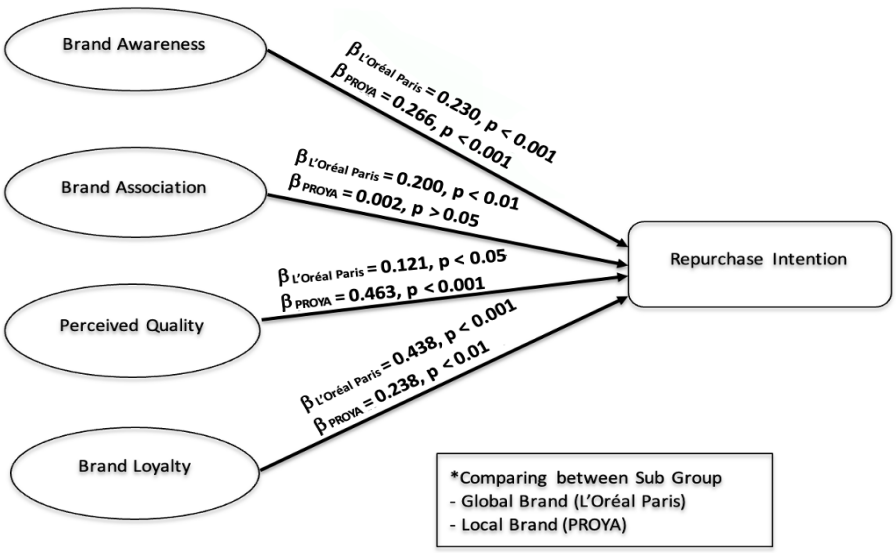


Figure 2 Tested research model with standardized coefficients (β) and significance levels

Discussions

This study further supports the importance of brand equity in determining repurchase intention, while also revealing some important differences between global brands and local brands. The study's findings are consistent with Aaker's (1991) framework and its empirical validations (Keller, 1993; Yoo & Donthu, 2001), confirming that brand-related perceptions still have a significant influence on consumer behavior.

The results indicate that brand awareness has a significant and positive impact on repurchase intention for both brands. However, the effect appears slightly stronger for PROYA. This reflects its role in improving cognitive accessibility and lowering perceived risk during decision-making (Keller, 1993; Percy & Rossiter, 1992). In competitive markets, brand awareness acts as a heuristic that helps consumers make decisions more easily (Netemeyer et al., 2004; Tong & Hawley, 2009). The stronger influence for PROYA indicates that local brands rely on brand awareness to enter consumers' consideration sets. This is in line with previous studies that highlighted brand awareness's positive influence on recall and repurchase intention (Huang & Sarigöllü, 2012; Ebrahim et al., 2016).

The findings indicated that brand association is a significant predictor of repurchase intention for L'Oréal Paris, but not for PROYA. The difference between the two findings could be explained by the differences in positioning and accumulated meaning of the two brands. Global brands like L'Oréal Paris have well-established symbolic, emotional, and experiential associations, which impact consumers' perceptions and behaviors (Keller, 1993; Aaker, 1991). These associations are important differentiators and lead to a higher perceived value (Arai et al., 2014; Bauer et al., 2008). The result of the study on L'Oréal Paris is consistent with prior research indicating that positive and unique brand associations are positively related to repurchase intention (Faircloth et al., 2001; Yoo & Donthu, 2001; Vo Minh et al., 2022).

However, the non-significant finding for PROYA implies that brand associations may not have sufficiently developed and differentiated to impact behavioral outcomes. This supports the case that the effectiveness of brand associations is contingent upon the level of development and positioning of the brand (Hollebeek, 2011; Dwivedi, 2015). This study also contributes to the extension of previous research

by emphasizing that, for local brands, functional attributes may be prioritized over symbolic meanings in developing repurchase intentions.

Perceived quality shows a weaker but still significant impact on repurchase intention for L'Oréal Paris, suggesting that consumers may not rely heavily on quality evaluations when making repeat purchases of an established global brand, where quality is often taken for granted. As a result, it may play a limited role in differentiating repurchase decisions and instead act as a basic expectation (Zeithaml, 1988). In contrast, perceived quality emerges as an important driver for PROYA, reflecting the need for local brands to build credibility, where quality perceptions help reduce uncertainty and strengthen consumer confidence (Yoo et al., 2000; Gallart-Camahort et al., 2023).

The findings show that brand loyalty has a positive and significant impact on repurchase intention for both brands. The effect appears more pronounced for L'Oréal Paris, which may reflect its longer presence in the market and stronger brand attachment built over time. In other words, consumers who are loyal to L'Oréal Paris are more likely to continue purchasing the brand, as familiarity and trust have already been established. For PROYA, brand loyalty also plays a significant role, but it may still be developing as consumers build their experience with the brand. Overall, this suggests that brand loyalty functions as a stable driver of repurchase intention, as consumers are more likely to continue purchasing the same brand (Oliver, 1999; Chaudhuri & Holbrook, 2001) and are less likely to switch to alternatives (Kim & Lee, 2011).

Originality and Body of Knowledge

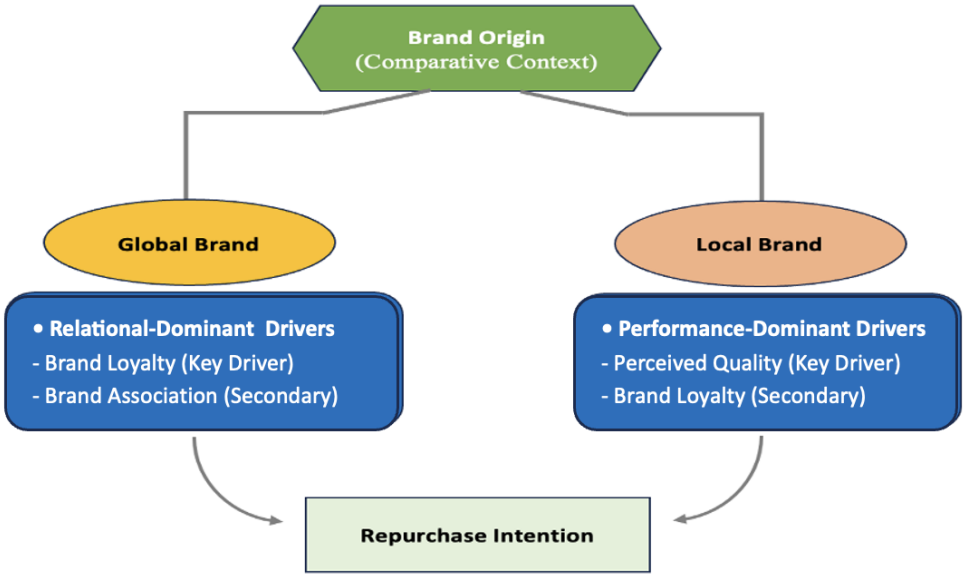


Figure 3 A Context-Dependent Brand Equity Pathways Model: Global vs. Local Brands

This study advances the understanding of the role of brand equity dimensions in shaping repurchase intention by proposing a context-dependent pathways perspective for different brand origins. In particular, this research extends existing brand equity theories of Aaker (1991) by demonstrating that

these dimensions do not operate uniformly, but are related through differentiated pathways for global or local brands.

For global brands, the findings indicate a relational-dominant pathway in which brand loyalty serves as the primary driver, supported by brand association. This may reflect the established credibility of global brands, where perceived quality is often assumed rather than actively reassessed (Zeithaml, 1988). As a result, consumers rely more on accumulated experiences such as trust and familiarity, broadly consistent with Keller (1993), while brand association mainly reinforces loyalty.

In contrast, local brands show a performance-dominant pathway, with perceived quality as the key driver and brand loyalty as a supporting factor. Under greater uncertainty and less familiarity with the brand's products, consumers place stronger emphasis on quality evaluation (Yoo et al., 2000). In this context, perceived quality acts as an important signal that helps reduce perceived risk and build purchase confidence, while brand loyalty reflects developing attachment that reinforces repeat behavior.

Furthermore, this research contributes to the body of knowledge by conceptualizing brand equity as a configuration of context-dependent drivers rather than a static construct. The dimensions are organized into distinct pathways with varying levels of importance, indicating that repurchase intention is shaped not only by the presence of these dimensions but also by their relative priority across different brand contexts.

Conclusions

The objectives of this study were addressed by examining how different dimensions of brand equity influence repurchase intention and how these effects vary between a global brand (L'Oréal Paris) and a local brand (PROYA) in the Chinese cosmetics market. The findings indicate that:

For L'Oréal Paris, brand loyalty stands out as the strongest predictor, while perceived quality shows a weaker but still significant effect. This suggests that, once a brand has established credibility, consumers rely less on repeated quality evaluation, as past experience and trust become sufficient to sustain repurchase behavior.

For PROYA, perceived quality is strongest predictor, followed by brand loyalty, which also remains significant, whereas brand association is not significant. This indicates that when a brand is still consolidating its position, consumers depend more on tangible performance cues to reduce uncertainty and support their purchase decisions.

Taken together, these findings suggest that the drivers of repurchase intention vary by brand context. For established global brands, decisions rely more on prior experience and trust, whereas for local brands, they are more strongly driven by product performance.

Recommendations

1. Recommendation from Findings

1.1 Develop Brand Loyalty for Global Brands: As brand loyalty is the strongest predictor of repurchase intention for L'Oréal Paris, managers should strengthen loyalty through consistent omnichannel experiences, personalized engagement, and reliable after-sales service. These efforts reinforce trust and help sustain repurchase intention over time.

1.2 Enhance Perceived Quality for Local Brands: For PROYA, perceived quality is the main driver of repurchase intention. Managers should improve product performance through continuous testing, ingredient transparency, and clear effectiveness communication to reduce uncertainty and support repeat purchasing decisions.

1.3 Align Strategies with Consumer Decision Mechanisms: Managers should tailor strategies by emphasizing relationship-building for global brands and product performance for local brands, aligning with how consumers form repurchase intention and subsequently make repurchase decisions.

2. Recommendation for Future Research

2.1 Age-based heterogeneity: Future research should examine potential differences across age groups. Subgroup analysis was not conducted due to the small sample size in the oldest group (44–59, n = 51). More balanced samples are needed to enable meaningful age-based comparisons.

2.2 Moderating role of brand origin: Future research could further investigate the moderating role of brand origin (global vs. local) in the relationship between brand equity dimensions and repurchase intention. Although this study identifies differences between the two brand types, it does not statistically test brand origin as a moderator. Incorporating this analysis could provide deeper explanatory insight.

2.3 Mediating mechanisms: Future research should further examine how brand equity influences repurchase intention by incorporating variables such as brand trust, customer satisfaction, and consumer nationalism as mediators. These factors may help explain the process through which consumers develop stronger purchase intentions, particularly in different brand and cultural contexts.

2.4 Longitudinal research design: A longitudinal research design is encouraged to capture how brand equity perceptions and repurchase intention evolve over time, particularly as consumers gain more experience with different brands.

2.5 Boundary conditions: Future research could extend this research to other product categories and cultural settings to examine the applicability of Aaker's (1991) brand equity model beyond the Chinese cosmetics industry.

References

Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. New York: The Free Press.

Arai, A., Ko, Y. J., & Ross, S. (2014). Branding athletes: Exploration and conceptualization of athlete brand image. *Sport management review, 17*(2), 97-106.

Bauer, H. H., Stokburger-Sauer, N. E., & Exler, S. (2008). Brand image and fan loyalty in professional team sport: A refined model and empirical assessment. *Journal of sport Management, 22*(2), 205-226.

Bujang, M. A., Sa'at, N., & Bakar, T. M. I. T. A. (2017). Determination of minimum sample size requirement for multiple linear regression and analysis of covariance based on experimental and non-experimental studies. *Epidemiology, biostatistics, and public health, 14*(3), e12117.

Chaileedo. (2021). *L'Oréal Paris: How a foreign brand can become top in China*. Retrieved from https://chaileedo.com/loreal-paris-how-a-foreign-brand-can-become-top-in-china/.

Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: the role of brand loyalty. *Journal of marketing, 65*(2), 81-93.

China Briefing. (2024). *China's cosmetics and personal care market: Key trends and business outlook*. Retrieved from https://www.china-briefing.com/news/chinas-cosmetics-and-personal-care-market-key-trends-and-business-outlook/.

China Daily. (2024). *Clarins bullish about China market*. Retrieved from https://www.chinadaily.com.cn/a/202409/12/WS66e2559aa3103711928a798c.html.

Chinapp. (2026). *Top 10 makeup and beauty brands*. Retrieved from https://www.chinapp.com/paihang/meirong

Chinomona, R., & Maziriri, E. T. (2017). The influence of brand awareness, brand association and product quality on brand loyalty and repurchase intention: a case of male consumers for cosmetic brands in South Africa. *Journal of Business and Retail Management Research, 12*(1), 143–154.

Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.

Dwivedi, A. (2015). A higher-order model of consumer brand engagement and its impact on loyalty intentions. *Journal of Retailing and Consumer Services, 24*, 100-109.

Ebrahim, R., Ghoneim, A., Irani, Z., & Fan, Y. (2016). A brand preference and repurchase intention model: the role of consumer experience. *Journal of Marketing management, 32*(13-14), 1230-1259.

Faircloth, J. B., Capella, L. M., & Alford, B. L. (2001). The effect of brand attitude and brand image on brand equity. *Journal of marketing theory and practice, 9*(3), 61-75.

Gallart-Camahort, V., Fiol, L. C., & García, J. S. (2023). Influence of the internet on retailer's perceived quality in the generation of retailer's brand equity. *Vision: The Journal of Business Perspective, 27*(1), 33-47.

Grewal, R., Cote, J. A., & Baumgartner, H. (2004). Multicollinearity and measurement error in structural equation models: Implications for theory testing. *Marketing science, 23*(4), 519-529.

Hair, J. F., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Black, W. C. (2019). *Multivariate Data Analysis*. (8th ed.). Boston, Massachusetts: Cengage Learning.

He, J., & Wang, C. L. (2015). Cultural identity and consumer ethnocentrism impacts on preference and purchase of domestic versus import brands: An empirical study in China. *Journal of Business Research, 68*(6), 1225-1233.

Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. (2003). Customer repurchase intention: A general structural equation model. *European journal of marketing, 37*(11-12), 1762-1800.

Hollebeek, L. D. (2011). Demystifying customer brand engagement: Exploring the loyalty nexus. *Journal of Marketing Management, 27*(7–8), 785–807.

Hsu, C. L., Liu, C. C., & Lee, Y. D. (2012). Effect of commitment and trust towards micro-blogs on consumer behavioral intention: A relationship marketing perspective. *International Journal of Electronic Commerce Studies, 3*(1), 1–20.

Huang, R., & Sarigöllü, E. (2012). How brand awareness relates to market outcome, brand equity, and the marketing mix. *Journal of Business Research, 65*(1), 92-99.

Jiemian. (2024). *The top ten beauty brands in China are undergoing a major transformation*. Retrieved from https://www.jiemian.com/article/12739906.html.

Kapferer, J. N. (2008). *The new strategic brand management: Creating and sustaining brand equity long term*. (4th ed.). London: Kogan Page.

Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing, 57*(1), 1–22.

Kim, T., & Lee, H. Y. (2011). External validity of market segmentation methods: A study of buyers of prestige cosmetic brands. *European Journal of Marketing, 45*(1/2), 153–169.

Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. Archives of Psychology, 22(140), 1-55

Lim, J. (2025). *L'Oreal Leads at CN¥ 5.34B While Mid-Tier Brands Surge +7.5% in China*. Retrieved from https://moojing-global.com/news-research/loreal-leads-china-cosmetics-as-mid-tier-brands-surge.

Mason, C. H., & Perreault, W. D. (1991). Collinearity, Power, and Interpretation of Multiple Regression Analysis. *Journal of Marketing Research, 28*(3), 268-280.

Netemeyer, R. G., Krishnan, B., Pullig, C., Wang, G. P., Yagci, M., Dean, D., Ricks, J., & Wirth, F. (2004). Developing and validating measures of facets of customer-based brand equity. *Journal of Business Research, 57*(2), 209–224.

Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.

O'Brien, R. M. (2007). A caution regarding rules of thumb for variance inflation factors. *Quality & Quantity, 41*(5), 673–690.

Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty?. *Journal of Marketing, 63*(4), 33–44.

Percy, L., & Rossiter, J. R. (1992). A model of brand awareness and brand attitude advertising strategies. *Psychology & Marketing, 9*(4), 263–274.

Proya Cosmetics Co., Ltd. (2024). *Annual report 2024*. Retrieved from https://www.proya-group.com/local_upload/20250428/1916677464588423168.pdf.

Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics*. (6th ed.). Boston, MA: Pearson.

The Paper. (2024). *Top 10 Domestic Beauty Brands Revealed: In the Era of Billions, Who is Leading the Change?*. Retrieved from https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_30773247.

Tong, X., & Hawley, J. M. (2009). Measuring customer-based brand equity: Empirical evidence from the sportswear market in China. *Journal of Product & Brand Management, 18*(4), 262–271.

Vo Minh, S., Huong, N. G., & Ha, G. D. N. (2022). The role of social brand engagement on brand equity and purchase intention for fashion brands. *Cogent Business & Management, 9*(1), 2143308.

Yoo, B., & Donthu, N. (2001). Developing and validating a multidimensional consumer-based brand equity scale. *Journal of Business Research, 52*(1), 1–14.

Yoo, B., Donthu, N., & Lee, S. (2000). An examination of selected marketing mix elements and brand equity. *Journal of the Academy of Marketing Science, 28*(2), 195–211.

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means–end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing, 52*(3), 2–22.

JSSP: Journal of Social Science Panyapat, 2026. 8(2): 103-118.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSSP
Journal of Social Science Panyapat
https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSSP/index

Research Article

The Influence of Service Quality on the Intention to Use Loan Services among Members of Wangphayatai Savings and Credit Cooperative Limited

Kuttiyaporn Pongveaha[1*] and Prapaipim Sutheewasinnon[2]

[1] *Master Student, Cooperative Economics, Faculty of Economics, Kasetsart University, Thailand*

[2] *Department of Cooperatives, Faculty of Economics, Kasetsart University, Thailand*

[*] *Corresponding author. E-mail: kuttiyaporn.p@ku.th*

ABSTRACT

This research aimed to examine the level of importance of loan service quality at Wangphayatai Savings and Credit Cooperative Limited and to examine the service quality dimensions affecting members' intention to use loan services. The SERVQUAL model was applied as the conceptual framework. The sample consisted of 310 members of Wangphayatai Savings and Credit Cooperative Limited who had used loan services. Data were collected using a questionnaire and analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation. Inferential statistics included One-Way ANOVA, with the assumption of homogeneity of variance considered before pairwise comparisons, and multiple regression analysis. The results showed that members rated the overall importance of loan service quality at a high level. The comparison of demographic factors showed that members with different ages and membership durations had statistically significant differences in their intention to use loan services. The multiple regression analysis found that the service quality dimensions of assurance, empathy, and reliability had a statistically significant positive effect on members' intention to use loan services. In contrast, tangibles and responsiveness did not have a statistically significant effect on members' intention to use loan services.

Keywords: Service Quality, SERVQUAL, Intention to Use Loan Services, Savings Cooperative

Received: 21 April 2026;
Revised: 6 June 2026;
Accepted: 23 June 2026

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat
ISSN: 3027-6748 (Online)

อิทธิพลของคุณภาพการบริการต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์วังพญาไท จำกัด

ขัตติยาภรณ์ ผ่องเวหา[1*] และ ประไพพิมพ์ สุธีวสินนนท์[2]

[1] *นิสิตปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย*

[2] *ภาควิชาสหกรณ์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย*

* *Corresponding author. E-mail: kuttiyaporn.p@ku.th*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของคุณภาพการบริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์วังพญาไท จำกัด และมิติด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก โดยประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดคุณภาพการบริการตามแบบจำลอง SERVQUAL กลุ่มตัวอย่างคือสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์วังพญาไท จำกัด ผู้ใช้บริการสินเชื่อ จำนวน 310 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ซึ่งตรวจสอบความเท่ากันของความแปรปรวนก่อนเลือกวิธีเปรียบเทียบรายคู่ที่เหมาะสม และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกให้ความสำคัญต่อคุณภาพการบริการสินเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับการเปรียบเทียบความแตกต่างด้านปัจจัยทางประชากรศาสตร์พบว่า สมาชิกที่มีอายุต่างกันและระยะเวลาการเป็นสมาชิกต่างกันมีความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า มิติคุณภาพการบริการด้านการสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ (Assurance) การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy) และความเชื่อถือได้ของการให้บริการ (Reliability) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่มิติความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) และการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ, SERVQUAL, ความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อ, สหกรณ์ออมทรัพย์

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat

บทนำ

สหกรณ์ออมทรัพย์เป็นสถาบันการเงินภาคประชาชนที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการออมและให้บริการทางการเงินแก่สมาชิก โดยเฉพาะการให้บริการสินเชื่อเพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เช่น การอุปโภคบริโภค การศึกษา และการประกอบอาชีพ สหกรณ์ออมทรัพย์ข้าราชการจัดตั้งขึ้นภายใต้พระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2542 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนการออมอย่างเป็นระบบและช่วยให้สมาชิกสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่มีต้นทุนเหมาะสม ทั้งยังมีบทบาทในการส่งเสริมความมั่นคงทางเศรษฐกิจและยกระดับคุณภาพชีวิตของสมาชิกในระยะยาว นอกจากบทบาทด้านการเงินแล้ว สหกรณ์ออมทรัพย์ยังมีส่วนสำคัญในการเสริมสร้างวินัยทางการเงิน ลดการพึ่งพาแหล่งเงินกู้นอกระบบ และสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้กับสมาชิกและครอบครัว (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2565)

ปัจจุบันสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ความต้องการใช้สินเชื่อของประชาชนเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มข้าราชการที่มีภาระค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ทั้งค่าใช้จ่ายด้านที่อยู่อาศัย ค่าใช้จ่ายด้านการศึกษา และค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น ขณะเดียวกัน ระบบการเงินมีการพัฒนาและมีผู้ให้บริการทางการเงินหลากหลายรูปแบบ เช่น ธนาคารพาณิชย์ บริษัทสินเชื่อ รวมถึงผู้ให้บริการทางการเงินในรูปแบบดิจิทัล ส่งผลให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนมากขึ้น สถานการณ์ดังกล่าวทำให้สถาบันการเงินต่าง ๆ รวมถึงสหกรณ์

ออมทรัพย์จำเป็นต้องพัฒนารูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการให้ดียิ่งขึ้น (นัยนา โปธาวงค์ และคณะ, 2563; อับบ๊าส พาลีเขตต์ และมูฮัมหมัด ปุ, 2565)

แม้ว่าสหกรณ์ออมทรัพย์จะมีบทบาทสำคัญในการให้บริการสินเชื่อแก่สมาชิก แต่ในทางปฏิบัติสมาชิกบางส่วนยังคงเลือกใช้บริการสินเชื่อจากสถาบันการเงินภายนอก ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยหรือเงื่อนไขทางการเงินเพียงอย่างเดียว แต่ยังเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ในการใช้บริการ ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ ความเชื่อมั่นต่อองค์กร และคุณภาพการให้บริการของสถาบันการเงิน (วริษา สมาธิ และคณะ, 2568) ดังนั้น คุณภาพการบริการจึงกลายเป็นปัจจัยสำคัญที่มีบทบาทต่อการสร้างความเชื่อมั่นของสมาชิกและส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขององค์กรทางการเงิน

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ (Service Quality) ได้รับการพัฒนาอย่างแพร่หลายในงานวิจัยด้านการบริการ โดย Parasuraman et al. (1985) ได้เสนอแบบจำลอง SERVQUAL ซึ่งอธิบายว่าคุณภาพการบริการสามารถประเมินได้จากความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของผู้รับบริการและการรับรู้ต่อบริการที่ได้รับจริง โดยแบบจำลองดังกล่าวประกอบด้วยมิติสำคัญ 5 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ความเชื่อถือได้ของบริการ (Reliability) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) การสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ (Assurance) และการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy) งานวิจัยจำนวนมากพบว่าคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ความเชื่อมั่น และพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าในธุรกิจบริการและสถาบันการเงิน (Hossain & Leo, 2009; Wurjaningrum & Lenga, 2025) ในมุมมองทางพฤติกรรมศาสตร์ Fishbein and Ajzen (1975) อธิบายว่าพฤติกรรมของบุคคลมักเริ่มต้นจากความตั้งใจซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญที่สะท้อนแนวโน้มในการกระทำพฤติกรรมหนึ่ง ๆ ในบริบทของการใช้บริการทางการเงิน ความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อจึงเป็นตัวแปรที่สามารถสะท้อนแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของสมาชิกในอนาคต

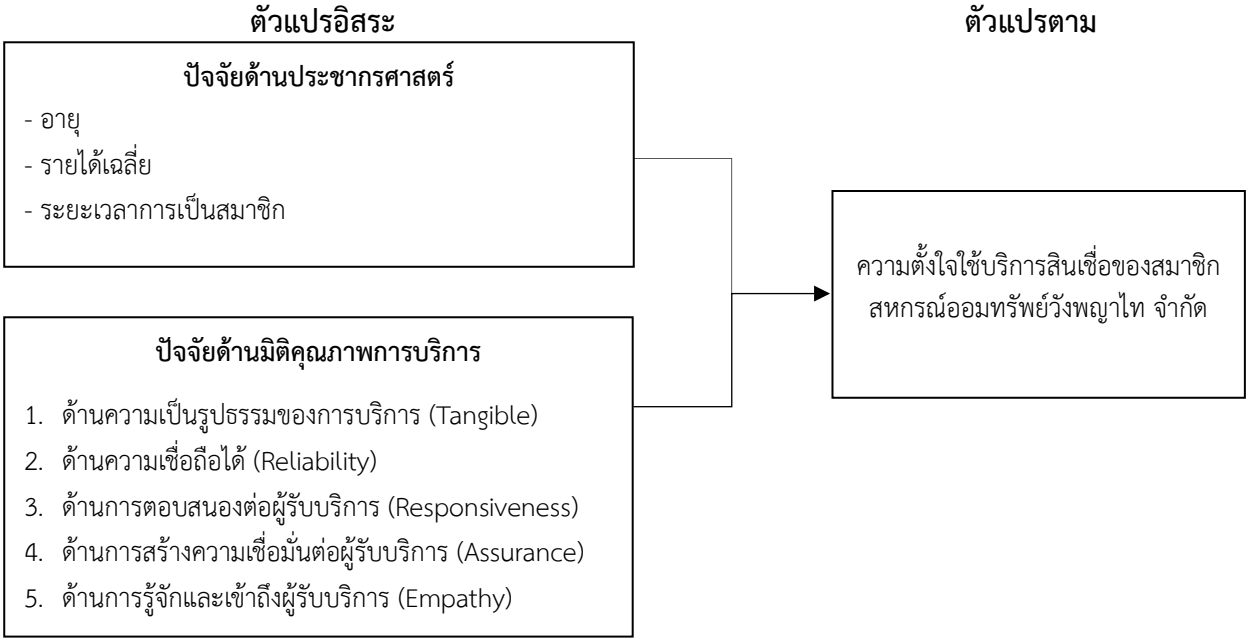
สหกรณ์ออมทรัพย์วังพญาไท จำกัด เป็นสหกรณ์ออมทรัพย์ขนาดเล็ก ตั้งอยู่ภายในโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า มีบทบาทในการให้บริการทางการเงินแก่สมาชิกที่เป็นบุคลากรในหน่วยงานด้านการแพทย์และทหาร โดยมีสมาชิกสามัญจำนวน 3,193 คน และสมาชิกสมทบจำนวน 285 คน สมาชิกของสหกรณ์ประกอบด้วยข้าราชการทหาร ลูกจ้างประจำ พนักงานราชการ และสมาชิกที่เกษียณอายุราชการจากหน่วยงานในสังกัด ได้แก่ โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า วิทยาลัยแพทยศาสตร์พระมงกุฎเกล้า วิทยาลัยพยาบาลกองทัพบก ศูนย์อำนวยการแพทย์พระมงกุฎเกล้า สถาบันพยาธิวิทยา กรมแพทย์ทหารบก สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์การแพทย์ทหาร โรงเรียนเสนารักษ์ กรมแพทย์ทหารบก และกลุ่มสมาชิกผู้เกษียณอายุราชการ การให้บริการสินเชื่อถือเป็นกิจกรรมสำคัญของสหกรณ์ เนื่องจากเป็นกลไกที่ช่วยสนับสนุนสวัสดิการทางการเงินของสมาชิก และช่วยให้สมาชิกสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนภายใต้เงื่อนไขที่เหมาะสม โดย ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 สหกรณ์มีจำนวนเงินให้กู้ยืมแก่สมาชิกประมาณ 800 ล้านบาท (สหกรณ์ออมทรัพย์วังพญาไท จำกัด, 2569) สะท้อนว่าการให้บริการสินเชื่อเป็นกิจกรรมหลักในการดำเนินงานของสหกรณ์ อย่างไรก็ตาม ภายใต้สภาพแวดล้อมทางการเงินที่มีการแข่งขันสูง สมาชิกมีทางเลือกในการใช้บริการสินเชื่อจากสถาบันการเงินหลายประเภท ทำให้สหกรณ์จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพการบริการ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและรักษาความสัมพันธ์ระยะยาวกับสมาชิก

งานวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการในอดีตส่วนใหญ่ศึกษาในบริบทของธนาคารพาณิชย์หรือธุรกิจบริการทั่วไป โดยมุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจหรือความภักดีของลูกค้าเป็นหลัก (Yesmin et al., 2023) ขณะที่งานวิจัยในบริบทของสหกรณ์ออมทรัพย์ในประเทศไทยส่วนใหญ่ยังคงมุ่งเน้นการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกหรือการประเมินคุณภาพการให้บริการโดยรวม (สุนันทา เชื้อจิตรนุกูล และคณะ, 2566) แต่ยังมีงานวิจัยจำนวนน้อยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกโดยเฉพาะในบริบทของสหกรณ์ ออมทรัพย์ ช่องว่างขององค์ความรู้ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการศึกษาว่ามิติของคุณภาพการบริการในด้านต่าง ๆ ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์อย่างไร โดยเฉพาะในบริบทของสหกรณ์ออมทรัพย์ ซึ่งมีลักษณะเฉพาะแตกต่างจากสถาบันการเงินทั่วไป เนื่องจากสมาชิกมีสถานะเป็นทั้งผู้ใช้บริการและเจ้าขององค์กร ความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านการบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมของสมาชิกจึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาการดำเนินงานของสหกรณ์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของคุณภาพการบริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์วังพญาไท จำกัด
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของมิติคุณภาพการบริการต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์วังพญาไท จำกัด

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันอาจทำให้ความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อแตกต่างกัน เนื่องจากสะท้อนความแตกต่างด้านพฤติกรรมและความสามารถทางการเงินของผู้ใช้บริการ โดยงานวิจัยที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่าอายุมีความสัมพันธ์กับความต้องการสินเชื่อที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มอายุ 30–55 ปี มีแนวโน้มใช้สินเชื่อสูง (Rasskazova & Potekhina, 2017) และกลุ่ม Baby Boomer มีแนวโน้มใช้สินเชื่อออนไลน์มากกว่า ขณะที่ในบริบทสหกรณ์ไทยพบว่าอายุมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้สินเชื่อและการรับรู้คุณภาพการบริการ (นัยนา โปธาวงค์ และคณะ, 2563; สุภัศรา ศรีประเสริฐยิ่ง และส่งเสริม หอมกลิ่น, 2567) นอกจากนี้ รายได้เป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดความสามารถในการชำระหนี้และการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงิน โดยระดับรายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อที่แตกต่างกัน (อนนท์ สันทราย, 2567; วชิระ ฉัพพรรณรังษี และสุทธิภัทร อัศววิชัยโรจน์, 2568) ด้านระยะเวลาการเป็นสมาชิกสะท้อนระดับความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกกับสหกรณ์ สมาชิกที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกนานจะเกิดความไว้วางใจและคุ้นเคยกับสหกรณ์ (Yu et al., 2023) อาจส่งผลให้เข้าใจในกระบวนการให้บริการและเงื่อนไขสินเชื่อมากกว่า และมีแนวโน้มในการใช้บริการสินเชื่อสูงกว่าสมาชิกที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกสั้น งานวิจัยในบริบทสหกรณ์ออมทรัพย์ไทยยังพบว่าระยะเวลาการเป็นสมาชิกมีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก (สุภัศรา ศรีประเสริฐยิ่ง และส่งเสริม หอมกลิ่น, 2567)

นอกจากนี้ ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการถือเป็นแรงผลักดันหลักที่กำหนดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของลูกค้าในธุรกิจสถาบันการเงิน งานวิจัยในอดีตแสดงให้เห็นว่า มิติด้านความเป็นรูปธรรม ความเชื่อถือได้ การเอาใจใส่ การสร้างความเชื่อมั่น และการรู้จักและเข้าถึงผู้รับบริการ ล้วนส่งผลต่อความพึงพอใจ ความตั้งใจใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อ (Choudhury, 2014; Hossain & Leo, 2009; Hamzah et al., 2017; Yesmin et al., 2023) ซึ่งสอดคล้องกับบริบท

ของประเทศไทยที่คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อ (Akem & Cheumar, 2024; วริษา สมาธิ และคณะ, 2568)

ความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อมีรากฐานจากแนวคิดความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (Behavioral Intention) ตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลของ Fishbein and Ajzen (1975) ซึ่งอธิบายว่าความตั้งใจเป็นตัวทำนายที่ใกล้พฤติกรรมจริงมากที่สุด ต่อมา Zeithaml et al. (1996) ได้ประยุกต์แนวคิดนี้สู่บริบทบริการในรูปความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่ดี (Favorable Behavioral Intention) ซึ่งสะท้อนผ่านการใช้บริการต่อเนื่อง การกล่าวถึงในเชิงบวก และการแนะนำผู้อื่น ดังนั้นการศึกษานี้จึงนิยามความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อว่าประกอบด้วยการใช้บริการสินเชื่อต่อไป การแนะนำบริการสินเชื่อ การกล่าวถึงใน เชิงบวก และการสนับสนุนให้ผู้อื่นใช้บริการ โดยดัดแปลงมาตรวัดจาก Zeithaml et al. (1996) และ Pauluzzo and Geretto (2017)

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์วังพญาไท จำกัด โดยการศึกษาค้นคว้าตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดตามรายละเอียดดังนี้

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์วังพญาไท จำกัด ที่มีสถานภาพเป็นสมาชิกเงินกู้ในปี พ.ศ. 2568 จำนวน 1,816 คน โดยกำหนดขนาดตัวอย่างในการศึกษาโดยใช้การวิเคราะห์ค่ากำลังทดสอบ (Power Analysis) คำนวณโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป G*Power 3.1.9.7 กำหนดขนาดอิทธิพล (Effect size) ที่ระดับปานกลางตามข้อเสนอของ Cohen (1992) กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และกำลังการทดสอบที่ 0.95 ผลการคำนวณพบว่าควรมีจำนวนตัวอย่าง 305 ชุด จึงได้เก็บข้อมูลเพิ่มเป็นจำนวน 310 ชุด เพื่อลดความคลาดเคลื่อนกรณีข้อมูลการตอบแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ การศึกษาครั้งนี้ไม่สามารถใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็นแม้จะทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนเนื่องจากข้อจำกัดด้านการเข้าถึงรายชื่อและข้อมูลส่วนบุคคลของสมาชิกเงินกู้ ดังนั้น การศึกษานี้จึงใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยกำหนดคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถามว่าต้องเป็นสมาชิก สหกรณ์ออมทรัพย์วังพญาไท จำกัดที่เคยใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีประสบการณ์ตรงเกี่ยวกับกระบวนการให้บริการสินเชื่อ และสามารถให้ข้อมูลที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ ทั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากสมาชิกที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์โดยอาศัยความสะดวกในการเข้าถึงสมาชิกในช่วงเวลาที่กำหนด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยแบบสอบถามประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย 9 ข้อคำถาม เพื่อรวบรวมข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานภาพการสมรส ตำแหน่งงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาการเป็นสมาชิก และจำนวนหนี้สินกับสหกรณ์

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ ประกอบด้วย 3 ข้อคำถาม เพื่อสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการขอสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์

ส่วนที่ 3 คุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ ประกอบด้วย 22 คำถามซึ่งดัดแปลงจากเครื่องมือการวัดคุณภาพการบริการ SERVQUAL ของ Parasuraman et al. (1988)

ส่วนที่ 4 ความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ออมทรัพย์ ประกอบด้วย 4 ข้อคำถาม ได้แก่ การใช้บริการสินเชื่อต่อไป การแนะนำบริการสินเชื่อ การกล่าวถึงในเชิงบวก และการสนับสนุนให้ผู้อื่นใช้บริการ ดัดแปลงจาก Zeithaml et al. (1996) และ Pauluzzo and Geretto (2017)

ในส่วนที่ 3 ของแบบสอบถาม ใช้เทคนิคการสร้างข้อคำถามตามแนวทางของมาตรวัดแบบลิเคิร์ท (Likert Scale) โดยมีกำหนดระดับความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ 5 คะแนน หมายถึง สำคัญมากที่สุด 4 คะแนน หมายถึง สำคัญมาก 3 คะแนน หมายถึง สำคัญปานกลาง 2 คะแนน หมายถึง สำคัญน้อย และ 1 คะแนน หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด ส่วนที่ 4 ใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ท 5 ระดับ เพื่อวัดระดับความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อ โดย 5 คะแนน หมายถึง มีความตั้งใจมากที่สุด และ 1 คะแนน หมายถึง มีความตั้งใจน้อยที่สุด โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ช่วงคะแนน (คะแนนเฉลี่ย)	ระดับการแปลผล
1.00 - 1.80	ต่ำที่สุด
1.81 - 2.60	ต่ำ
2.61 - 3.40	ปานกลาง
3.41 - 4.20	สูง
4.21 - 5.00	สูงที่สุด

สำหรับการจัดการข้อมูลจากมาตรวัดลิเคิร์ทก่อนนำเข้าสู่แบบจำลองการถดถอยคะแนนรายข้อของแต่ละมิติถูกนำมาคำนวณเป็นคะแนนเฉลี่ยรายตัวแปรจากนั้นจึงนำคะแนนเฉลี่ยของแต่ละตัวแปรไปใช้ในการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ เพียร์สันและการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ทดสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือโดยใช้ดัชนี IOC (Index of Item Objective Congruence) เพื่อประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม ซึ่งเป็นการประเมินว่าแต่ละข้อคำถามในแบบสอบถามสามารถวัดตัวแปรที่ต้องการได้อย่างตรงประเด็นหรือไม่ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ในด้านที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ท่านตรวจสอบและให้ความคิดเห็น โดยคำถามแต่ละข้อจะได้รับคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญในแต่ละด้านของความเกี่ยวข้องและความชัดเจนในเนื้อหา เกณฑ์ที่ยอมรับต้องมีค่าไม่น้อยกว่า 0.5 จึงถือว่าคำถามนั้นผ่านเกณฑ์ จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มบุคคลที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือโดยใช้การคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบัค (Cronbach’s Alpha) โดยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าที่ยอมรับได้จะต้องมีค่ามากกว่า 0.7 (Hair et al., 2010) ผลจากการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรในแบบสอบถามพบว่า ค่า Cronbach's Alpha ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด โดยมีค่าระหว่าง 0.822 ถึง 0.923

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์สถิติสำเร็จรูป โดยแบ่งเป็นสองส่วน ดังนี้

3.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมของสมาชิกสหกรณ์ในการใช้บริการสินเชื่อ ระดับความสำคัญของคุณภาพการบริการ และระดับความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์วังพญาไท โดยใช้สถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความแตกต่างและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) ทั้งนี้ก่อนการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ได้ตรวจสอบสมมติฐานความเท่ากันของความแปรปรวนด้วยสถิติ Levene’s Test หากความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน จะใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) ในการเปรียบเทียบรายคู่ แต่หากความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน จะใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยร่วมกับการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Tamhane’s T2 นอกจากนี้ได้ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพการบริการต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อ

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.80 มีอายุอยู่ในช่วงวัย Generation X และ Z คิดเป็นร้อยละ 37.42 เท่ากัน ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 49.00 มีสถานภาพสมรส และเป็นสมาชิกสหกรณ์นานกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.42 ตำแหน่งงานส่วนใหญ่เป็นนายทหารชั้นประทวน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,000-30,000 บาท และมีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,000-30,000 บาท ส่วนใหญ่มีหนี้สินกับสหกรณ์ต่ำกว่า 300,000 บาท

พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการเงินกู้สามัญ คิดเป็นร้อยละ 61.00 และมีความถี่ในการใช้บริการสินเชื่อจำนวน 1 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 49.70 มีวงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติล่าสุดน้อยกว่า 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.00 และส่วนใหญ่ได้รับอนุมัติตามวงเงินที่ขอกู้ คิดเป็นร้อยละ 84.20

1. ระดับความสำคัญของคุณภาพการให้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์วังพญาไท จำกัด

การศึกษาระดับความสำคัญของคุณภาพการบริการสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์วังพญาไท จำกัด พบว่า สมาชิกให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการมีความสำคัญสูงสุด มีค่าเฉลี่ย 4.27 รองลงมาได้แก่ ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.19 ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.01 ด้านความเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ย 3.98 และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.83

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของคุณภาพการบริการสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์วังพญาไท จำกัด

คุณภาพการให้บริการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)	3.83	0.98	มาก
ความเชื่อถือได้ (Reliability)	3.98	0.96	มาก
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)	4.01	0.95	มาก
การสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ (Assurance)	4.27	0.80	มากที่สุด
การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy)	4.19	0.85	มาก
รวม	**4.05**	**0.90**	**มาก**

2. ผลการศึกษาอิทธิพลของมิติคุณภาพการบริการต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์วังพญาไท จำกัด

2.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อ

การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่า สมาชิกที่มีช่วงอายุที่แตกต่างกันมีความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F = 3.278$, $p = .021$) ขณะที่สมาชิกที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกันมีความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($F = 1.040$, $p = .375$)

สำหรับตัวแปรด้านอายุ ผลการทดสอบ Levene พบว่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน ($p > .05$) จึงเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่า สมาชิกช่วงอายุ Baby Boomer มีความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อแตกต่างจากสมาชิกกลุ่ม Generation X อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสมาชิกกลุ่ม Generation X มีความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อแตกต่างจากสมาชิกกลุ่ม Generation Y อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนคู่เปรียบเทียบอื่นไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อ จำแนกตามอายุและรายได้เฉลี่ย

	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
อายุ	ระหว่างกลุ่ม	5.894	3	1.965	3.278	.021
	ภายในกลุ่ม	183.373	306	0.599		
	รวม	189.267	309			
รายได้เฉลี่ย	ระหว่างกลุ่ม	1.910	3	0.637	1.040	.375
	ภายในกลุ่ม	187.357	306	0.612		
	รวม	189.267	309			

สำหรับปัจจัยด้านระยะเวลาการเป็นสมาชิก ผลการทดสอบสถิติ Levene พบว่า ค่า $p < .05$ แสดงว่าค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เป็นไปตามสมมติฐานการเท่ากันของความแปรปรวน จึงใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยวิธี Brown-Forsythe จำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก

	Brown-Forsythe	df1	df2	Sig.
ระยะเวลาการเป็นสมาชิก	3.640	4	177.30	.007

ผลการทดสอบด้วยวิธี Brown-Forsythe พบว่า สมาชิกที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Brown-Forsythe = 3.640, $p = .007$) จึงเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี Tamhane's T2 ซึ่งเหมาะสมในกรณีที่ความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน ผลการวิเคราะห์ พบว่า สมาชิกที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 ปี มีความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อแตกต่างจากสมาชิกที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 10 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในขณะที่คู่เปรียบเทียบอื่นไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2.2 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพการบริการต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก

2.2.1 ผลการทดสอบสหสัมพันธ์เพียร์สัน

การทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Analysis) พบว่า ตัวแปรด้านคุณภาพการบริการทุกมิติมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้บริการสินเชื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.521–0.669 ขณะที่ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระมีค่าอยู่ระหว่าง 0.682–0.842 โดยพบว่าการตอบสนองต่อผู้รับบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงกับการสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ ($r = 0.842$) รองลงมาคือความเป็นรูปธรรมของการบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงกับความเชื่อถือได้ ($r = 0.800$)

เนื่องจากตัวแปรอิสระบางคู่มีความสัมพันธ์กันค่อนข้างสูง จึงได้ตรวจสอบปัญหา Multicollinearity ด้วยค่า Tolerance และ Variance Inflation Factor (VIF) พบว่า ค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.215 ถึง 0.329 ซึ่งมากกว่า 0.10 และค่า VIF อยู่ระหว่าง 3.038 ถึง 4.653 ซึ่งน้อยกว่า 10 แสดงว่าไม่มีปัญหา Multicollinearity ที่รุนแรง (Hair et al., 2010) ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ตัวแปร	INT	TAN	REL	RES	ASS	EMP	Collinearity Statistics	
							Tolerance	VIF
ความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อ (INT)	1							
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (TAN)	.521**	1					.329	3.038
ความเชื่อถือได้ (REL)	.633**	.800**	1				.225	4.451
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (RES)	.595**	.739**	.798**	1			.215	4.653
การสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ (ASS)	.669**	.682**	.788**	.842**	1		.240	4.173
การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (EMP)	.663**	.691**	.776**	.788**	.776**	1	.301	3.321

หมายเหตุ: **ที่ระดับนัยสำคัญ .01

2.2.2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

งานวิจัยนี้ได้ตรวจสอบสมมติฐานเบื้องต้นของแบบจำลอง พบว่า ตัวแปรอิสระไม่มีปัญหา Multicollinearity ในระดับที่ส่งผลกระทบต่อการวิเคราะห์ ค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.789 ซึ่งอยู่ใกล้ค่า 2 และอยู่ในช่วงที่ยอมรับได้ จึงไม่พบปัญหาความสัมพันธ์กันเองของค่าคลาดเคลื่อนในระดับที่ส่งผลกระทบต่อแบบจำลอง งานวิจัยนี้ได้ตรวจสอบปัญหา ความแปรปรวนของค่าคลาดเคลื่อนไม่คงที่ (Heteroscedasticity) โดยพิจารณาจากกราฟการกระจายระหว่าง ค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Regression Standardized Residual) และค่าพยากรณ์มาตรฐาน (Regression Standardized Predicted Value) และไม่พบปัญหา Heteroscedasticity ในระดับที่ส่งผลกระทบต่อการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า ตัวแปรคุณภาพการบริการสามารถอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์วังพญาไท จำกัด ได้ร้อยละ 51.10 (R^2 = .511) และเมื่อปรับค่าตามจำนวนตัวแปรอิสระแล้วสามารถอธิบายได้ร้อยละ 50.30 (Adjusted R^2 = .503)

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของคุณภาพการบริการต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อ

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		t	p-value
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (Constant)	1.072	.187		5.730	<.001**
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (TAN)	-.043	.067	-.046	-.652	.515
ความเชื่อถือได้ (REL)	.192	.079	.206	2.428	.016*
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (RES)	-.101	.077	-.113	-1.310	.191
การสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ (ASS)	.395	.086	.377	4.599	<.001**
การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (EMP)	.309	.068	.331	4.532	<.001**
Durbin-Watson = 1.789, R^2 = .511, Adjusted R^2 = .503					

หมายเหตุ: ** ที่ระดับนัยสำคัญ .01 * ที่ระดับนัยสำคัญ .05

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน พบว่า มิติคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ การสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ (β= .377, p < .001) การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (β = .331, p < .001) และความเชื่อถือได้ (β = .206, p = .016) ตามลำดับ ขณะที่ความเป็นรูปธรรมของการบริการและการตอบสนองต่อผู้รับบริการไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยบ่งชี้ว่า การสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ และความเชื่อถือได้มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อ กล่าวคือ เมื่อระดับการสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ

การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ และความเชื่อถือได้ที่มีต่อสหกรณ์เพิ่มขึ้นจะส่งผลให้ความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

อภิปรายผล

จากผลการศึกษา สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. ระดับความสำคัญของคุณภาพการบริการด้านการให้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์วังพญาไท จำกัด

1.1 ความสำคัญต่อมิติคุณภาพด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ แสดงให้เห็นว่าสมาชิกสหกรณ์มีการรับรู้เชิงบวกต่อมิติด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการสินเชื่อ แสดงว่าสหกรณ์สามารถจัดเตรียมสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการสินเชื่อได้อย่างเหมาะสม โดยเฉพาะในด้านเอกสารการขอสินเชื่อและแอปพลิเคชันซึ่งช่วยให้สมาชิกสหกรณ์เข้าใจขั้นตอนการขอสินเชื่อได้ง่ายขึ้น ลดความสับสนและเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการ สอดคล้องกับแนวคิดของ Parasuraman et al. (1985) ซึ่งระบุว่า มิติด้านความเป็นรูปธรรมในการบริการ (Tangibles) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ เนื่องจากเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการสามารถรับรู้ได้โดยตรงผ่านสิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ เทคโนโลยี และสภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ อย่างไรก็ตาม ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า ความเป็นรูปธรรมของการบริการไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงอาจสะท้อนว่า แม้สิ่งอำนวยความสะดวก เอกสารประกอบการขอสินเชื่อ หรือเทคโนโลยีพื้นฐานจะช่วยสนับสนุนประสบการณ์การใช้บริการโดยรวม แต่ไม่ใช่ปัจจัยหลักที่ทำให้สมาชิกตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์

1.2 ระดับความสำคัญเกี่ยวกับความเชื่อถือได้ของการบริการ (Reliability) พบว่า สมาชิกสหกรณ์มีความเชื่อมั่นในความถูกต้อง ความชัดเจน และความน่าเชื่อถือของกระบวนการให้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การทำธุรกรรมสินเชื่อมีความถูกต้องและแม่นยำ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด การอนุมัติสินเชื่อมีความรวดเร็ว เป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนด และขั้นตอนการให้บริการมีความชัดเจน ไม่ซับซ้อน และสะดวก ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าสมาชิกมีความเชื่อมั่นในระบบการดำเนินงานของสหกรณ์ โดยเฉพาะด้านความถูกต้องของธุรกรรมและความเป็นระบบของกระบวนการให้บริการ ขณะที่การกำหนดอัตราการจ่ายเงินเฉลี่ยคืนมีความเหมาะสม ชัดเจน มีความโปร่งใส การคำนวณดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมมีความถูกต้อง สมาชิกบางส่วนยังต้องการความชัดเจนหรือการสื่อสารข้อมูลที่เข้าใจง่ายมากยิ่งขึ้นเกี่ยวกับการคำนวณผลตอบแทน ดอกเบี้ย หรือค่าธรรมเนียมที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวคิดของ Parasuraman et al. (1985) ที่ระบุว่า ความเชื่อถือได้ถือเป็นมิติที่มีความสำคัญสูงสุดในการประเมินคุณภาพการบริการ เนื่องจากสะท้อนถึงความสามารถขององค์กรในการปฏิบัติตามสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการได้อย่างสม่ำเสมอและน่าเชื่อถือ ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานที่กำหนดความพึงพอใจและความภักดีของสมาชิกในระยะยาว

1.3 การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) พบว่า สมาชิกสหกรณ์รับรู้ว่าสหกรณ์มีความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างเหมาะสม ทั้งในด้านความรวดเร็วในการให้บริการ การสื่อสารข้อมูลและการเข้าถึงช่องทางการติดต่อ เจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้น เต็มใจช่วยเหลือ และให้บริการอย่างรวดเร็ว สมาชิกมีการรับรู้เชิงบวกต่อทัศนคติและพฤติกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่ การแจ้งเตือนสถานะการขอสินเชื่อให้สมาชิกทราบซึ่งสะท้อนว่าสหกรณ์มีการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการขอสินเชื่อแก่สมาชิกอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ จำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอ ไม่ต้องรอรับบริการนาน การจัดสรรบุคลากรเพื่อให้บริการอยู่ในระดับที่เหมาะสม ขณะที่การมีช่องทางในการติดต่อสอบถามที่หลากหลายและเข้าถึงง่าย สมาชิกบางส่วนยังต้องการให้สหกรณ์พัฒนาช่องทางการสื่อสารหรือการติดต่อให้สะดวกและหลากหลายมากยิ่งขึ้น ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Parasuraman et al. (1985) ซึ่งระบุว่า มิติการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) เป็นองค์ประกอบสำคัญของคุณภาพการบริการ โดยหมายถึงความเต็มใจของผู้ให้บริการในการช่วยเหลือลูกค้าและการให้บริการอย่างรวดเร็วและทันเวลา ในบริบทของการให้บริการทางการเงิน เช่น ธนาคารหรือสหกรณ์ การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพสามารถช่วยเพิ่มความพึงพอใจและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้บริการได้ อย่างไรก็ตาม ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า

การตอบสนองต่อผู้รับบริการไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงอาจอธิบายได้ว่า สมาชิกอาจมองความรวดเร็วและช่องทางการติดต่อเป็นมาตรฐานพื้นฐานของการให้บริการ มากกว่าจะเป็นปัจจัยหลักที่กระตุ้นความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อ

1.4 การสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ (Assurance) พบว่า สมาชิกสหกรณ์มีความเชื่อมั่นต่อความรู้ความสามารถ และความเป็นมืออาชีพของเจ้าหน้าที่ รวมทั้งมีความมั่นใจในระบบการให้บริการและการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลส่วนบุคคลของสมาชิกได้รับการคุ้มครองและปกป้องความเป็นส่วนตัว เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินเชื่ออย่างครบถ้วน ชัดเจน สร้างความเชื่อมั่นได้ เจ้าหน้าที่สามารถตอบคำถามสมาชิกและแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้องเชี่ยวชาญ มีความเป็นมืออาชีพ ทั้งด้านบุคลิกภาพ การแต่งกาย และการสื่อสารที่สุภาพ สะท้อนให้เห็นว่าสมาชิกสหกรณ์มีความเชื่อมั่นต่อระบบการให้บริการของสหกรณ์ โดยเฉพาะในด้านความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลและความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินเชื่อ ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของบริการทางการเงิน เนื่องจากผู้ใช้บริการมักให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือ ความถูกต้องของข้อมูล และการรักษาความลับทางการเงิน

1.5 การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy) พบว่า สมาชิกสหกรณ์รับรู้ว่าสหกรณ์ให้ความสำคัญกับการเข้าใจความต้องการและสถานการณ์ของสมาชิกแต่ละราย รวมทั้งพยายามปรับรูปแบบการให้บริการสินเชื่อให้สอดคล้องกับความจำเป็นและความสามารถในการชำระหนี้ของสมาชิก เจ้าหน้าที่ให้คำปรึกษาโดยคำนึงถึงสถานการณ์และความสามารถในการชำระหนี้ของสมาชิก เจ้าหน้าที่ให้ความใส่ใจและพยายามทำความเข้าใจสถานการณ์ของสมาชิกเป็นรายบุคคล แสดงให้เห็นว่าสมาชิกมีความเชื่อมั่นว่าเจ้าหน้าที่สหกรณ์ให้ความสำคัญกับการให้คำแนะนำและการให้บริการที่เหมาะสมกับสภาพปัญหาความสามารถของสมาชิกแต่ละราย วงเงินสินเชื่อที่อนุมัติมีความเหมาะสมกับความจำเป็นของสมาชิกรายบุคคล และสหกรณ์จัดเงื่อนไขและระยะเวลาการชำระหนี้ที่เหมาะสมกับความสามารถในการชำระหนี้ของสมาชิกแต่ละราย ยังสะท้อนถึงการดำเนินนโยบายสินเชื่อที่คำนึงถึงสถานการณ์ทางการเงินของสมาชิกอย่างเหมาะสม

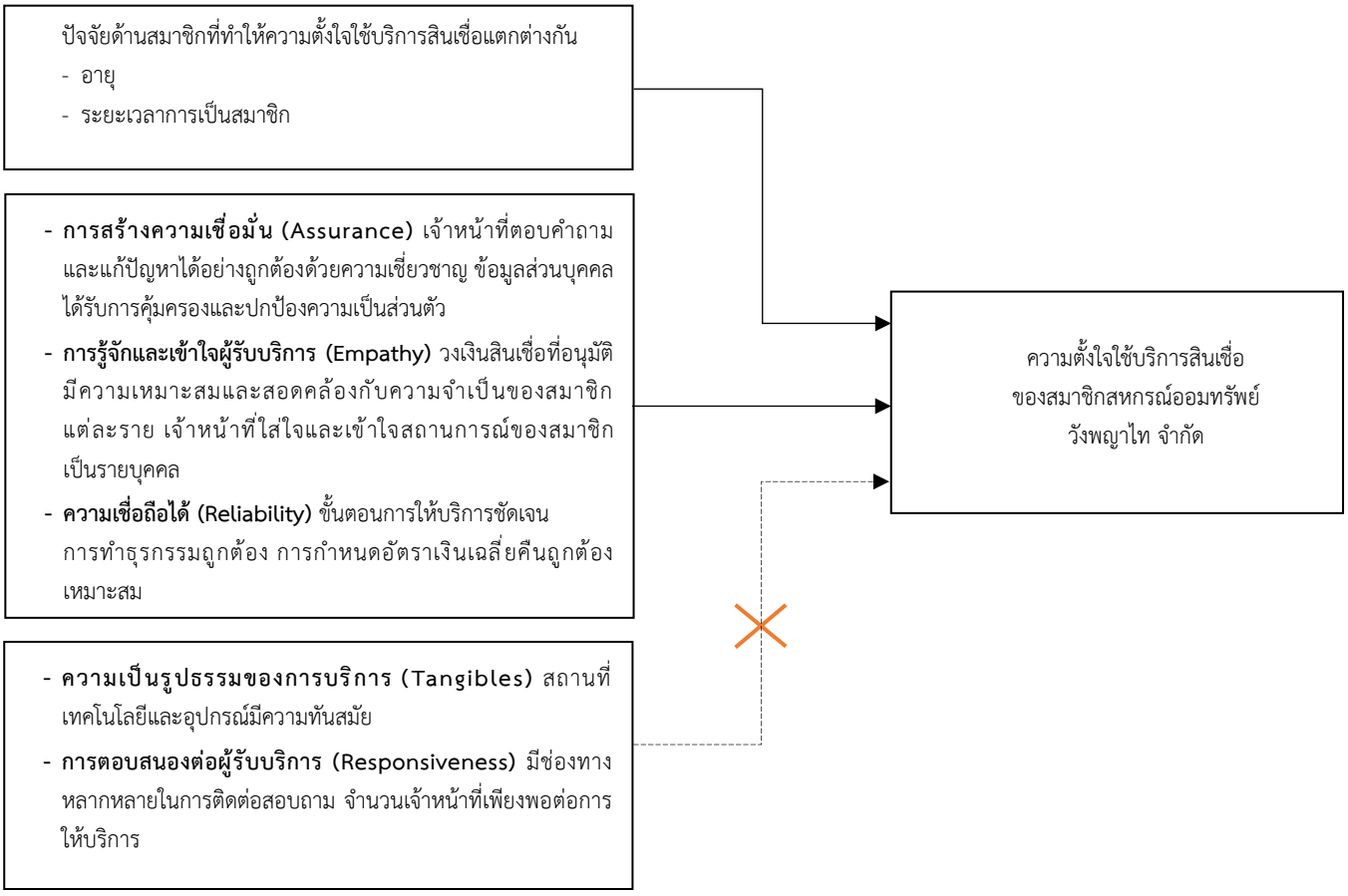
2. ความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อจำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่า สมาชิกที่มีช่วงอายุที่แตกต่างกันมีความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อที่แตกต่างกัน เนื่องจากสมาชิกแต่ละช่วงวัยอาจมีภาระทางการเงิน วัตถุประสงค์ในการกู้ยืม และความต้องการใช้บริการสินเชื่อที่แตกต่างกัน ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับ นัยนา โปธาวงค์ และคณะ (2563) และสุภัศรา ศรีประเสริฐยิ่ง และส่งเสริม หอมกลิ่น (2567) ที่พบว่า อายุมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของสมาชิก ด้านรายได้เฉลี่ยที่แตกต่างกันของสมาชิกมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อไม่แตกต่างกัน อธิบายได้ว่า การให้บริการสินเชื่อของสหกรณ์มีลักษณะเป็นระบบสวัสดิการสำหรับสมาชิก ซึ่งมักกำหนดเงื่อนไขการกู้ยืมที่คำนึงถึงความสามารถในการชำระหนี้ของสมาชิกอยู่แล้ว จึงทำให้สมาชิกในทุกระดับรายได้สามารถเข้าถึงบริการสินเชื่อได้ในระดับใกล้เคียงกัน ด้านระยะเวลาการเป็นสมาชิกที่แตกต่างกันส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อที่แตกต่างกัน สมาชิกที่อยู่ในช่วงเริ่มต้นของการเป็นสมาชิก 1–3 ปี อาจยังมีความต้องการใช้สินเชื่อของสหกรณ์ในระดับสูง เนื่องจากอยู่ในช่วงทำความรู้จักกับสิทธิประโยชน์และบริการทางการเงินของสหกรณ์ หรืออาจเป็นกลุ่มที่เพิ่งเริ่มใช้บริการสินเชื่อและยังมีความต้องการทางการเงินต่อเนื่อง ขณะที่สมาชิกที่เป็นสมาชิกมานานกว่า 10 ปี อาจมีความคุ้นเคยกับระบบบริการมีทางเลือกทางการเงินอื่น หรือมีภาระสินเชื่อลดลง จึงทำให้ความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อแตกต่างจากกลุ่มสมาชิก 1–3 ปี

3. อิทธิพลของมิติคุณภาพการบริการต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อ มิติคุณภาพการบริการด้านการสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ (Assurance) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าสมาชิกให้ความสำคัญกับความรู้ ความสามารถ และความน่าเชื่อถือของเจ้าหน้าที่ รวมทั้งความมั่นใจในระบบการให้บริการของสหกรณ์ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างความไว้วางใจในการตัดสินใจใช้บริการทางการเงิน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Wurjaningrum and Lenga (2025) ที่พบว่าสมาชิกสหกรณ์ต้องการความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่และความเชื่อถือได้ของการบริการ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วริษา สมาธิ และคณะ (2568) ที่พบว่า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าส่งผลเชิงบวกต่อความ พึงพอใจในการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ มิติคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลรองลงมาคือ การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy) พบว่า สมาชิกให้ความสำคัญกับการที่สหกรณ์เข้าใจความต้องการเฉพาะของสมาชิกแต่ละราย เช่น การให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อ การกำหนดเงื่อนไขการชำระหนี้ที่เหมาะสม และการดูแลสมาชิกเป็นรายบุคคล

ซึ่งช่วยเพิ่มความตั้งใจในการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hossain and Leo (2009) ที่อธิบายว่า การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างพนักงานและผู้รับบริการเป็นองค์ประกอบสำคัญของคุณภาพการบริการ โดยเฉพาะทัศนคติ ความเชี่ยวชาญและการแก้ปัญหาของพนักงาน ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Rodrigues et al. (2011) ที่พบว่าผู้ใช้บริการธนาคารคาดหวังความสามารถของพนักงานในการช่วยเหลือลูกค้าและให้ความใส่ใจกับลูกค้าเป็นรายบุคคล นอกจากนี้ ความเชื่อถือได้ของการให้บริการ (Reliability) ยังมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อ พบว่าสมาชิกให้ความสำคัญกับความถูกต้องของการดำเนินงาน เช่น ความถูกต้องของธุรกรรมสินเชื่อ ความแม่นยำในการคำนวณดอกเบี้ย และความชัดเจนของขั้นตอนการให้บริการ ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hamzah et al. (2017) และ Choudhury (2014) ที่ศึกษาคุณภาพการบริการของธนาคาร โดยพบว่ามิติคุณภาพการบริการโดยเฉพาะความน่าเชื่อถือและความปลอดภัยมีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโดยรวมของลูกค้าและส่งผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อสถาบันการเงินและสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุวิทย์ วงศ์คะสุ่ม และคณะ (2567) ที่พบว่า ความเชื่อถือได้เป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการธนาคารในประเทศไทยให้ความสำคัญ แสดงให้เห็นว่าสมาชิกสหกรณ์ยังให้ความสำคัญกับความถูกต้องของธุรกรรมสินเชื่อ และความแม่นยำในการคำนวณดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม ผลการศึกษาพบว่าความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) และการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อ ซึ่งอาจสะท้อนให้เห็นว่า แม้ว่าสภาพแวดล้อมของสำนักงาน เทคโนโลยีที่ใช้ หรือความรวดเร็วในการให้บริการจะมีความสำคัญต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโดยรวม แต่ปัจจัยเหล่านี้อาจไม่ใช่ปัจจัยหลักที่ทำให้สมาชิกตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ

องค์ความรู้ใหม่

งานวิจัยนี้ได้สังเคราะห์องค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับมิติคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อในบริบทของสหกรณ์ออมทรัพย์ โดยพบว่า ความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกแตกต่างกันตามช่วงอายุและระยะเวลาการเป็นสมาชิก สะท้อนให้เห็นว่า สมาชิกแต่ละช่วงวัยและแต่ละช่วงความสัมพันธ์กับสหกรณ์อาจมีความต้องการใช้สินเชื่อและมุมมองต่อบริการสินเชื่อแตกต่างกัน ขณะเดียวกัน มิติคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ ได้แก่ การสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ และความเชื่อถือได้ ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยในบริบทธนาคารพาณิชย์ที่มักพบว่าความเป็นรูปธรรมของการบริการและการตอบสนองต่อผู้รับบริการมีบทบาทสำคัญ สะท้อนให้เห็นว่าสหกรณ์ออมทรัพย์มีลักษณะเฉพาะในฐานะองค์กรที่สมาชิกมีสถานะเป็นทั้งผู้ใช้บริการและเจ้าขององค์กร ทำให้สมาชิกให้ความสำคัญกับความไว้วางใจ ความเชี่ยวชาญของเจ้าหน้าที่และการได้รับบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะบุคคลมากกว่าปัจจัยด้านกายภาพหรือความรวดเร็ว นอกจากนี้งานวิจัยยังแสดงให้เห็นว่าคุณภาพการบริการในมิติดังกล่าวสามารถกระตุ้นความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในเชิงบวก ได้แก่ การใช้บริการสินเชื่อซ้ำ การแนะนำสหกรณ์แก่ผู้อื่น และการกล่าวถึงสหกรณ์ในทางบวก ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อความยั่งยืนในระยะยาว



ภาพที่ 2 มิติคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อในบริบทของสหกรณ์ออมทรัพย์

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์วังพญาไท จำกัด มีความแตกต่างกันตามช่วงอายุและระยะเวลาการเป็นสมาชิก สำหรับมิติด้านคุณภาพการบริการ ผลการวิจัยพบว่า มิติที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อมั่น ความรู้จักและเข้าใจสมาชิก รวมถึงความเชื่อถือได้ มีบทบาทสำคัญต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อมากกว่ามิติด้านกายภาพหรือการตอบสนองทั่วไป

ดังนั้น การพัฒนาบริการสินเชื่อของสหกรณ์ควรให้ความสำคัญกับการสร้างความเชื่อมั่นแก่สมาชิก การดูแลสมาชิกอย่างเข้าใจบริบทและความต้องการของแต่ละบุคคล รวมถึงการสร้างความน่าเชื่อถือของกระบวนการให้บริการสินเชื่อ ผลการวิจัยนี้จึงสามารถใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การให้บริการสินเชื่อที่สอดคล้องกับลักษณะของสมาชิกและช่วยยกระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 จากผลการวิจัยที่พบว่า การสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสูงที่สุด สหกรณ์จึงควรให้ความสำคัญกับการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่สมาชิก โดยกำหนดหลักเกณฑ์ ขั้นตอน และระยะเวลาในการพิจารณาสินเชื่อให้มีความชัดเจน รวมทั้งสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับเงื่อนไขสินเชื่อ สิทธิประโยชน์ และข้อกำหนดต่าง ๆ อย่างโปร่งใสและเข้าใจง่าย นอกจากนี้ สหกรณ์ควรรายงานผลการดำเนินงานทางการเงินและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่สมาชิกอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งจัดให้มีช่องทางรับฟังข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียนที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย เพื่อให้สมาชิกเกิดความเชื่อมั่นต่อการดำเนินงานของสหกรณ์

1.2 มิติการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการเป็นอีกมิติหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก สหกรณ์ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของสมาชิกเป็นรายบุคคล โดยอาจพิจารณาทบทวนอัตราดอกเบี้ยให้มีความเหมาะสมและสามารถแข่งขันกับสถาบันการเงินอื่นได้ รวมทั้งกำหนดเงื่อนไขการผ่อนชำระที่มีความยืดหยุ่นและสอดคล้องกับความสามารถในการชำระหนี้ของสมาชิก นอกจากนี้ สหกรณ์อาจนำข้อมูลพฤติกรรมของสมาชิกมาวิเคราะห์ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์สินเชื่อที่ตอบสนองความต้องการของสมาชิกในแต่ละกลุ่ม เช่น สินเชื่อเพื่อการศึกษา สินเชื่อเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต หรือสินเชื่อเพื่อการลงทุน

1.3 ในด้านความเชื่อถือได้ของการให้บริการ สหกรณ์ควรพัฒนากระบวนการให้บริการสินเชื่อให้มีความถูกต้อง โปร่งใส และมีมาตรฐานเดียวกันในทุกขั้นตอน เช่น ความถูกต้องของการคำนวณดอกเบี้ย ความชัดเจนของขั้นตอนการให้บริการ และความถูกต้องของข้อมูลที่ใช้ในการพิจารณาสินเชื่อ นอกจากนี้ สหกรณ์ควรจัดให้มีการอบรมผู้บริหารและเจ้าหน้าที่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับระเบียบ หลักเกณฑ์ และแนวทางปฏิบัติต่าง ๆ ในทิศทางเดียวกัน รวมทั้งพัฒนาทักษะด้านการให้คำปรึกษาและการสื่อสารกับสมาชิกเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นการศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการตามกรอบแนวคิด SERVQUAL เท่านั้น การวิจัยในอนาคตอาจพิจารณาปัจจัยอื่นเพิ่มเติม เช่น ความพึงพอใจของสมาชิก ความไว้วางใจในองค์กร หรือภาพลักษณ์ของสหกรณ์ เพื่อให้สามารถอธิบายพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกได้อย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

2.2 การศึกษาครั้งนี้เก็บข้อมูลจากสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์เพียงแห่งเดียว ดังนั้น การวิจัยในอนาคตอาจขยายขอบเขตการศึกษาไปยังสหกรณ์ออมทรัพย์อื่น หรือสถาบันการเงินประเภทอื่น เพื่อเปรียบเทียบผลการศึกษาและเพิ่มความสามารถในการอธิบายผลการวิจัยในบริบทที่กว้างขึ้น

2.3 การวิจัยในอนาคตอาจใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน โดยใช้ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่ม เพื่อให้สามารถเข้าใจมุมมองและประสบการณ์ของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อได้อย่างลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2565). *รายงานประจำปีสหกรณ์ออมทรัพย์ พ.ศ. 2565*. สืบค้นจาก https://www.cpd.go.th.

นัยนา โปธาวงค์, พรศักดิ์ โพธิอุโมงค์, ประเสริฐ จรรยาสุภาพ, นันทพรรดิ์ นิตยพงศ์ชัย และ พิมพ์ชนก สังข์แก้ว. (2563). แนวทางการพัฒนาการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จำกัด. *วารสารวิชาการวิทยาลัยบริหารศาสตร์, 3*(3), 19–32.

วชิระ ฉัพพรรณรังษี และ สุทธิภัทร อัศววิชัยโรจน์. (2568). ปัจจัยด้านรายได้ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อดิจิทัล PAY NEXT EXTRA บนแอปพลิเคชัน TRUEMONEY WALLET. *วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร, 8*(3), 112–123.

วริษา สมาธิ, อนุศรา สาวังชัย และ ศิรวิทย์ ศิริรักษ์. (2568). คุณภาพการบริการและสมรรถนะด้านความรู้ของพนักงานที่มีต่อความพึงพอใจในการใช้บริการด้านการเงินของผู้ใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์แห่งหนึ่งในจังหวัดภูเก็ต. *วารสารรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 8*(2), 36-47.

สหกรณ์ออมทรัพย์วังพญาไท จำกัด. (2569). *รายงานย่อแสดงสินทรัพย์และหนี้สิน ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569*. สืบค้นจาก https://sahakorn.pmk.ac.th/images/2026/278621.pdf.

สุนันทา เชื้อจิตรนุกูล, อนุชา ภูริพันธุ์ภิญโญ และ สุจิตรา รอดสมบุญ. (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด. *วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 7*(2), 10-19.

สุภัศรา ศรีประเสริฐยิ่ง และ ส่งเสริม หอมกลิ่น. (2567). การตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์โตชิบาเซมิคอนดัคเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด. *วารสารเกษตร มสธ., 6*(1), 59-73.

สุวิทย์ วงศ์คะสุ่ม, กิตติชัย เจริญชัย และ ธารีรัตน์ ขูลีลัง. (2567). คุณภาพการบริการที่มีต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 15*(1), 158–169.

อนนท์ สันทราย. (2567). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. *วารสารวิชาการสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิค, 10*(2), 543-557.

อับบ๊าส พาลีเขตต์ และ มูฮัมหมัด ปุ. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลามในจังหวัดชายแดนใต้ของประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, 17*(3), 118-126.

Akem, U., & Cheumar, M. (2024). Examining the impact of subjective norms and service quality on the intention to adopt Islamic cooperative financing in Southern Thailand: A TPB-based analysis. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 14*(1), 2924.

Choudhury, K. (2014). The influence of customer-perceived service quality on customers' behavioural intentions: A study of public and private sector banks, class and mass banking and consumer policy implications. *International Review on Public and Nonprofit Marketing, 11*(1), 47–73.

Cohen, J. (1992). Statistical power analysis. *Current Directions in Psychological Science, 1*(3), 98-101.

Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behaviour: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.

Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis.* (7th ed.). New York: Prentice Hall.

Hamzah, Z. L., Lee, S. P., & Moghavvemi, S. (2017). Elucidating perceived overall service quality in retail banking. *International Journal of Bank Marketing, 35*(5), 781–804.

Hossain, M., & Leo, S. (2009). Customer perception on service quality in retail banking in Middle East: the case of Qatar. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management, 2*(4), 338–350.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing, 49*(4), 41–50.

_____. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing, 64*(1), 12–40.

Pauluzzo, R., & Geretto, E. F. (2017). Evaluating customers' behavioral intentions in less significant financial institutions. *International Journal of Bank Marketing, 35*(4), 714–732.

Rasskazova, A., & Potekhina, K. (2017, October). Influence of age of the borrower on demand of a consumer loan. In *2017 Tenth International Conference Management of Large-Scale System Development (MLSD)* (pp. 1-5). New York: IEEE.

Rodrigues, L. L., Barkur, G., Varambally, K., & Golrooy Motlagh, F. (2011). Comparison of SERVQUAL and SERVPERF metrics: an empirical study. *The TQM Journal, 23*(6), 629–643.

Wurjaningrum, F., & Lenga, K. W. (2025). Assessment of Service Quality at the Credit Cooperative: A SERVQUAL and Importance-Performance Analysis Approach. *Jurnal Manajemen Dan Perbankan (JUMPA), 12*(1), 47–58.

Yesmin, M. N., Hoque, S., Hossain, M. A., Jahan, N., Fang, Y., Wu, R., & Alam, M. J. (2023). SERVQUAL to determine relationship quality and behavioral intentions: an SEM approach in retail banking service. *Sustainability, 15*(8), 6536.

Yu, L., Nilsson, J., Zhan, F., & Cheng, S. (2023). Social capital in cooperative memberships and farmers' access to bank credit: Evidence from Fujian, China. *Agriculture, 13*(2), 418.

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing, 60*(2), 31–46.

JSSP: Journal of Social Science Panyapat, 2026. 8(2): 119-130.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSSP
Journal of Social Science Panyapat
https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSSP/index

Research Article

Guidelines For Developing 21st-Century Skills Based on The Threefold Training of Small School Administrators Under Surat Thani Primary Educational Service Area Office 1

Ilada Sripiaw[1*] and Phrakhruwuttichaikarnkosol[2]

[1] *Master of education program in education administration, Faculty of education, Mahamakut buddhist university, Thailand*

[2] *Faculty of education, Mahamakut buddhist university, Thailand*

[*] *Corresponding author. E-mail: iladawj@gmail.com*

ABSTRACT

This research aimed to: 1) study the 21st-century skills of administrators of small schools; 2) draft guidelines for developing 21st-century skills based on the Threefold Training (Trisikha) for administrators in small schools; and 3) evaluate the accuracy, appropriateness, and feasibility of the guidelines for developing 21st-century skills based on the Threefold Training (Trisikha) for administrators in small schools. The study employed an Explanatory Sequential Mixed Methods Design. Quantitative data were collected and analyzed first, followed by qualitative data collection and analysis to explain and expand the quantitative findings, thereby providing a more comprehensive understanding of the research results. The sample consisted of 155 teachers from small schools under the Surat Thani Primary Educational Service Area Office 1, along with 9 experts and 5 experts evaluating the guidelines. Both quantitative and qualitative research methods were employed. Research instruments included questionnaires, semi-structured interviews, and appropriateness evaluation forms. Statistical analysis included frequency, percentage, mean, and standard deviation. Interview data were analyzed using content analysis. The research findings showed that: (1) a study of the 21st-century skills level of administrators in small schools found that the overall and individual aspects were at a high level; (2) the guidelines for developing 21st-century skills based on the Threefold Training (Trisikha) for administrators of small schools revealed five areas. The research instrument consisted of five dimensions of 21st-century leadership skills, namely: 1) visionary leadership skills, 2) analytical and creative thinking skills, 3) interpersonal skills, 4) technology and digital literacy skills, and 5) communication skills. These guidelines clearly align with the Threefold Training. (3) The evaluation of the accuracy, appropriateness, and feasibility of the guidelines for developing 21st-century skills based on the Threefold Training (Trisikha) for administrators in small schools under the Surat Thani Primary Educational Service Area Office 1 showed that, overall, the accuracy, appropriateness, and feasibility were at the highest level.

Keywords: Guidelines for developing 21st-century skills based on the Threefold Training (Trisikkha), Small schools, Educational Administration

Received: 19 April 2026;
Revised: 5 June 2026;
Accepted: 8 June 2026

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat
ISSN: 3027-6748 (Online)

แนวทางการพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 ตามหลักไตรสิกขา ของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1

ไอยลดา สีเปี้ยว[1*] และ พระครูวุฒิชัยการโกศล[2]

[1] ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย ประเทศไทย

[2] คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย ประเทศไทย

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

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาทักษะในศตวรรษที่ 21 ตามหลักไตรสิกขา ของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดเล็ก (2) เพื่อร่างแนวทางการพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 ตามหลักไตรสิกขาของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดเล็ก และ (3) เพื่อประเมินความถูกต้อง ความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 ตามหลักไตรสิกขาของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดเล็ก การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) โดยดำเนินการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณก่อน จากนั้นจึงเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่ออธิบายและขยายผลให้มีความชัดเจนและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ถูกนำมาวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า (1) ศึกษาระดับทักษะในศตวรรษที่ 21 ตามหลักไตรสิกขาของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดเล็ก พบว่า ภาพรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก (2) แนวทางการพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 ตามหลักไตรสิกขาของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดเล็ก พบว่า มี 5 ด้าน ได้แก่ 1) ทักษะด้านความเป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ 2) ทักษะด้านการคิดวิเคราะห์และการคิดสร้างสรรค์ 3) ทักษะด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ 4) ทักษะด้านเทคโนโลยีและการใช้ดิจิทัล 5) ทักษะด้านการสื่อสาร แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับหลักไตรสิกขาอย่างชัดเจน (3) ผลการประเมินความถูกต้องความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 ตามหลักไตรสิกขาของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 โดยภาพรวมมีความถูกต้องความเหมาะสมและความเป็นไปได้ อยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: แนวทางการพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 ตามหลักไตรสิกขา, โรงเรียนขนาดเล็ก, การบริหารสถานศึกษา

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat

บทนำ

ในยุคโลกาภิวัตน์และกระแสดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว สถานศึกษาในฐานะองค์กรพื้นฐานในการพัฒนาประเทศจำเป็นต้องปรับตัวอย่างเร่งด่วน โดยเฉพาะผู้บริหารสถานศึกษาที่ต้องก้าวข้ามการบริหารรูปแบบเดิมสู่การเป็นผู้นำแห่งการเปลี่ยนแปลง (พัฒนพงษ์ แสงพันธ์, 2566) ทักษะสำคัญที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วย การมีวิสัยทัศน์ ทักษะการคิดวิเคราะห์และสร้างสรรค์ การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ อย่างไรก็ตาม ทักษะทางวิชาการและการจัดการเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอต่อการนำพาองค์กรให้ยั่งยืน แต่ต้องควบคู่ไปกับทักษะด้านคุณธรรมจริยธรรม ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการเผชิญกับความท้าทายของสังคมสมัยใหม่ (ธณัฐชา ปัญสังกา, 2565)

ปัจจุบันสังคมไทยกำลังเผชิญกับวิกฤตความเสื่อมถอยทางจริยธรรมอย่างรุนแรง ซึ่งลามไปถึงสถาบันการศึกษา (นิลาวรรณ ดงสิงห์, 2566) ดังจะเห็นได้จากกรณีตัวอย่าง “คดีผู้อำนวยการขนมจีนราดน้ำปลา” ที่สะท้อนถึงการขาดธรรมาภิบาล ความบกพร่องในการบริหารงบประมาณ และความไม่โปร่งใสในสถานศึกษาขนาดเล็ก เหตุการณ์นี้เป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ที่ชี้ให้เห็นว่า หากผู้บริหารขาดความรับผิดชอบและขาดการปลูกฝังคุณค่าทางศีลธรรม ย่อมส่งผลกระทบโดยตรง

ต่อสวัสดิภาพของผู้เรียนและความเชื่อมั่นของชุมชน ปัญหาเหล่านี้ตอกย้ำความเปราะบางของระบบตรวจสอบและกระตุ้นให้เห็นความจำเป็นเร่งด่วนในการพัฒนาสมรรถนะผู้บริหารให้มีความซื่อสัตย์สุจริตตามหลักการบริหารสมัยใหม่

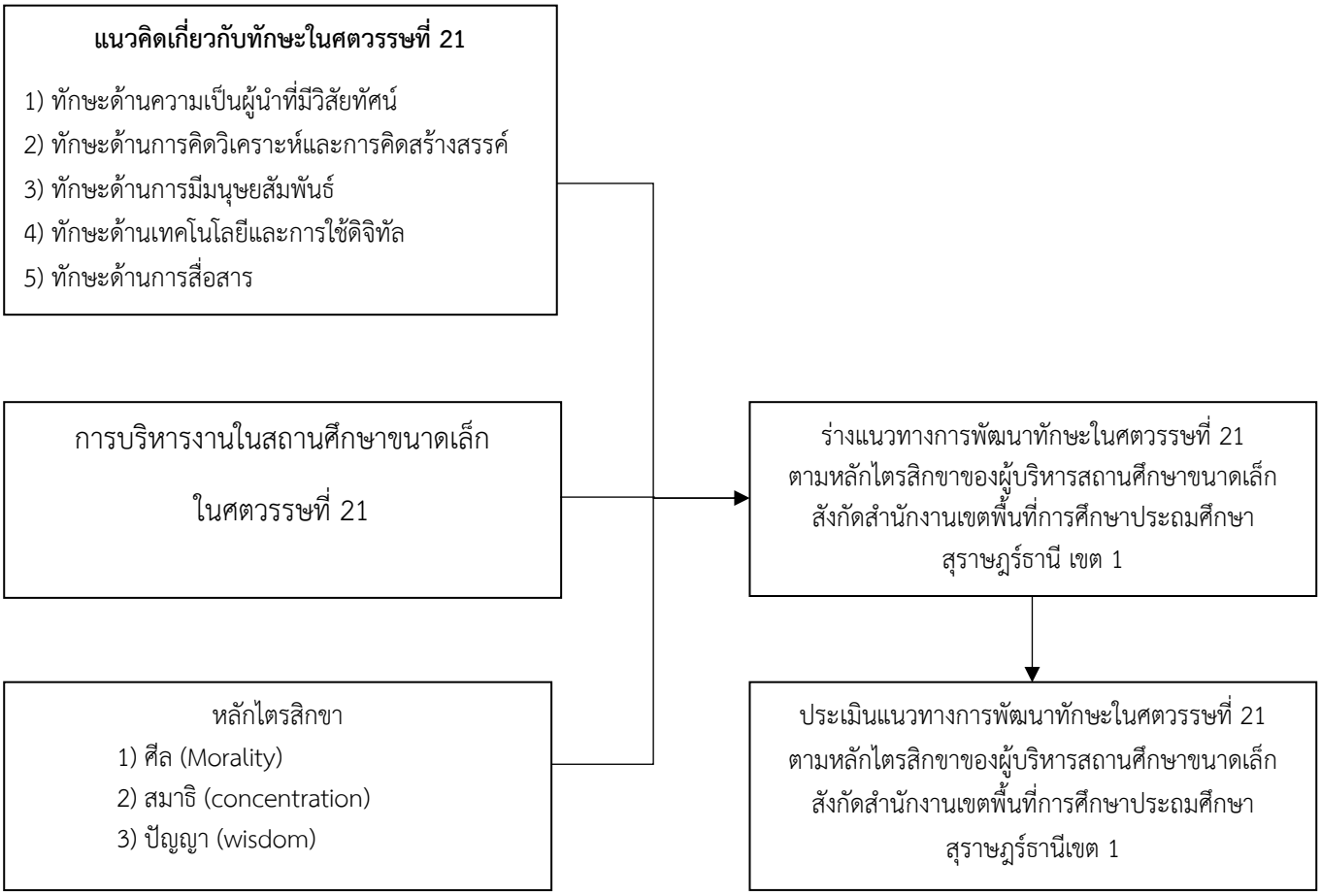
ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่าการนำหลักธรรมในทางพระพุทธศาสนาอย่าง “ไตรสิกขา” (ศีล สมาธิ ปัญญา) มาเป็นแนวทางในการพัฒนาผู้เรียนมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นหลักการพัฒนามนุษย์ที่ครอบคลุมทั้งด้านพฤติกรรม จิตใจ และสติปัญญา ซึ่งสอดคล้องกับการพัฒนาทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 อันได้แก่ การคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหา การสื่อสาร การทำงานร่วมกับผู้อื่น ตลอดจนการมีวินัยในตนเองและความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งนี้ จากสภาพการจัดการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 พบว่ายังคงมีความท้าทายในการพัฒนาผู้เรียนให้มีทักษะและคุณลักษณะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 โดยเฉพาะด้านการคิดอย่างมีวิจารณญาณ การใช้เหตุผลในการตัดสินใจ การควบคุมตนเอง การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง และการใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์และมีคุณธรรม ดังนั้น การประยุกต์ใช้หลักไตรสิกขาจึงเป็นแนวทางสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาผู้เรียนให้เป็นผู้ที่มีความรู้ควบคู่คุณธรรม มีสมาธิในการเรียนรู้ และมีปัญญาในการดำเนินชีวิต สามารถเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมในยุคดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม อันจะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพผู้เรียนตามเป้าหมายของการจัดการศึกษาในศตวรรษที่ 21 อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทักษะในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1
2. เพื่อร่างแนวทางการพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 ตามหลักไตรสิกขาของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1
3. เพื่อประเมินความถูกต้อง ความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 ตามหลักไตรสิกขาของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดในการวิจัย

ทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ที่ได้จากการสังเคราะห์ มีทั้งสิ้น 28 องค์ประกอบ ผู้วิจัยใช้หลักเกณฑ์พิจารณาจากองค์ประกอบที่มีความถี่สูง (ตั้งแต่ 7 ขึ้นไป) ได้องค์ประกอบจำนวน 5 องค์ประกอบ คือ 1) ทักษะด้านความเป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ 2) ทักษะด้านการคิดวิเคราะห์และการคิดสร้างสรรค์ 3) ทักษะด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ 4) ทักษะด้านเทคโนโลยีและการใช้ดิจิทัล 5) ทักษะด้านการสื่อสาร จากแนวคิดของนักวิชาการ นักการศึกษา และงานวิจัยที่ได้เสนอไว้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และสังเคราะห์ทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ที่ได้สังเคราะห์องค์ประกอบจากงานวิจัยของ สุวิมล ว่องวาณิช (2564) ธีระ รุญเจริญ (2564) สุณิสา แพทย์พิพัฒน์ (2564) สัตตบุษย์ โพธิรุท (2564) อติกาญจน์ ศรีสังข์ (2564) กิตติพงษ์ ทะสา (2565) มธุภาณี อิมบุตร (2565) ณัฐพล วัฒนาชัยมงคล (2565) ธณัฐชา ปัญสังกา (2565) สมบูรณ์ หวังโส๊ะ (2565) นิภาพร รอดไพบูลย์ (2565) จันทิมา อำมโภช และสายสุดา เตียเจริญ (2566) สุนันทา ทักษิณธรรม (2565) คามิน คีรีอยู่ลือ (2566) วิวรรชน์ เชื้อจิตร (2566) พัฒนพงษ์ แสงพันธ์ (2566) สุพัตรา ผลประสาท (2566) นิลาวรรณ ดงสิงห์ (2566) จากการทบทวนวรรณกรรม สามารถสร้างกรอบแนวคิดได้ ตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) โดยดำเนินการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณก่อน จากนั้นจึงเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่ออธิบายและขยายผลให้มีความชัดเจนและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ประชากร ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามในการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ได้แก่ ครูในสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 จำนวน 43 โรงเรียน 255 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ครูในสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 จำนวน 155 คน ที่ได้จากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากตาราง เครจซี่ และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) ดำเนินการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) โดยจำแนกตามอำเภอ จำนวน 5 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี กาญจนดิษฐ์ ดอนสัก เกาะสมุย และ เกาะพะงัน

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์ ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 9 รูป/คน ประกอบด้วย ศึกษานิเทศก์ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 จำนวน 2 คน โดยคัดเลือกจากศึกษานิเทศก์ วิทยฐานะชำนาญการพิเศษ พระสงฆ์ในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 1 รูป โดยคัดเลือกจากพระสงฆ์ที่มีวุฒิทางด้านการบริหารการศึกษาหรือด้านพระพุทธศาสนา ระดับมหาบัณฑิตขึ้นไป และผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา สุราษฎร์ธานี เขต 1 จำนวน 6 คน ซึ่งได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยทำการคัดเลือกผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนที่ได้รับผลการประเมินคุณภาพภายนอก (สมศ.) ในรอบล่าสุด (รอบที่ 5) ระดับดีขึ้นไป

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการในการประเมินแนวทาง ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิในการประเมินแนวทาง ประกอบด้วยผู้บริหารโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 จำนวน 5 โรงเรียน โรงเรียนละ 1 คน รวมทั้งหมด 5 คน ซึ่งได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยทำการคัดเลือกผู้บริหารสถานศึกษาวิทยฐานะชำนาญการพิเศษ ที่บริหารสถานศึกษาขนาดเล็กในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีวิธีการสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

1) ศึกษาเอกสาร ตำรา หลักการ แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพการบริหารในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยและเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2) สร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดให้ครอบคลุมขอบข่ายนิยามศัพท์และนำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อขอคำแนะนำหรือข้อเสนอแนะ แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข

3) นำเครื่องมือที่ได้เสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและพิจารณา ให้ข้อเสนอแนะและเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ด้านความสอดคล้อง (Item Objective Congruence Index : IOC) ความถูกต้องเหมาะสมและความครบถ้วนของรายการที่ถามในสิ่งที่ต้องการวัดตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาคัดเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่า IOC = 0.5 ขึ้นไป ที่แสดงว่า ข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายหรือเนื้อหาที่ต้องการ (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) โดยพบว่า มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ คือ .988 และสามารถกำหนดระดับความคิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญดังนี้

+1 เมื่อเห็นว่าข้อคำถามตรงกับขอบข่ายเนื้อหาตามนิยามศัพท์ที่ระบุไว้

0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามตรงกับขอบข่ายเนื้อหาตามนิยามศัพท์ที่ระบุไว้

-1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่ตรงกับขอบข่ายเนื้อหาตามนิยามศัพท์ที่ระบุไว้

4) คัดเลือกข้อคำถามที่มีดัชนีความสอดคล้อง ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ส่วนข้อคำถามที่ขาดความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา อาจจะถูกตัดทิ้งไปหรือต้องนำมาปรับปรุงแก้ไขใหม่ตามข้อแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

5) นำแบบสอบถามที่ผ่านการเห็นชอบเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาอีกครั้งหนึ่งเพื่อความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

6) นำแบบสอบถามที่ผ่านการเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ไปทดลองใช้ (Try out) กับครูที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 คน

7) นำแบบสอบถามฉบับที่สมบูรณ์ที่ผ่านการทดลองมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficients) ของ ครอนบาค (Cronbach, 1990)

8) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

2.2 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพครั้งนี้ เป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) มีลักษณะดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ตอนที่ 2 เป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) มีลักษณะเป็นแบบสัมภาษณ์ปลายเปิดเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 ตามหลักไตรสิกขา ของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพครั้งนี้เป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีวิธีการสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

1) ศึกษาเอกสาร ตำรา หลักการ แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 ตามหลักไตรสิกขา ของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยและเป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์

2) ศึกษาหลักการสร้างแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview)

3) กำหนดประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 ตามหลักไตรสิกขา ของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1

4) สร้างแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 ตามหลักไตรสิกขา ของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 และนำแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อขอคำแนะนำหรือข้อเสนอแนะแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข

5) นำแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ส่งให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการศึกษา จำนวน 3 ท่าน ที่มีคุณสมบัติ คือ สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไป ในสาขาวิชาการบริหารการศึกษา หรือ การวัดและประเมินผลการศึกษา หรือ การวิจัยการศึกษา เพื่อพิจารณาความสมบูรณ์ถูกต้องตามหลักวิชา และตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) แล้วนำผลการพิจารณามาวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาด้วยวิธีการหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับขอบข่ายเนื้อหาตามนิยามศัพท์ (Index of item objective congruence : IOC) จากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 โดยผู้เชี่ยวชาญพิจารณาข้อคำถามแต่ละข้อดังนี้

+1 เมื่อเห็นว่าข้อคำถามตรงกับขอบข่ายเนื้อหาตามนิยามศัพท์ที่ระบุไว้

0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามตรงกับขอบข่ายเนื้อหาตามนิยามศัพท์ที่ระบุไว้

-1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่ตรงกับขอบข่ายเนื้อหาตามนิยามศัพท์ที่ระบุไว้

6) คัดเลือกข้อคำถามที่มีดัชนีความสอดคล้อง ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ส่วนข้อคำถามที่ขาดความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา อาจจะถูกตัดทิ้งไปหรือต้องนำมาปรับปรุงแก้ไขใหม่ตามข้อแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

7) นำแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างมาแก้ไขปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญและทำการเสนอผู้เชี่ยวชาญชุดเดิม ตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้งและแก้ไขปรับปรุงให้เครื่องมือมีความ ถูกต้องและเหมาะสมก่อนนำไปใช้จริง

8) ปรับปรุงแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญก่อนนำไปใช้จริง

9) นำแบบแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ขอหนังสือแนะนำตัวผู้วิจัย และขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย ถึงผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1

3.2 ขอหนังสือจากผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 ถึงผู้บริหารสถานศึกษาขนาดเล็กในสังกัดเพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

3.3 ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามผ่านระบบ Google from ถึงสถานศึกษาขนาดเล็ก แนบไปกับหนังสือจากผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 ถึงผู้บริหารสถานศึกษา โดยทำเป็น QR Code

3.4 ผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามกลับคืนมาตรวจสอบ ความถูกต้อง สมบูรณ์ แล้วดำเนินการวิเคราะห์ สรุปผลการวิเคราะห์ตามขั้นตอนการวิจัย

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล การศึกษาสภาพการใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยมีขั้นตอน ดังนี้ 1) แบบสอบถามตอนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการหาค่าแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ 2) แบบสอบถามตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ

ความคิดเห็นของครูเกี่ยวกับระดับทักษะในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดเล็ก โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การวิเคราะห์ข้อมูลในการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบบันทึกการสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 ตามหลักไตรสิกขา ของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วนำเสนอเป็นความเรียง

การวิเคราะห์ข้อมูลในการประเมินความถูกต้อง ความเหมาะสม และความเป็นได้ จากผู้ทรงคุณวุฒิตามประเด็นขององค์ประกอบ เป็นการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน ซึ่งเป็นแบบตรวจสอบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) นำเสนอข้อมูลในรูปตารางประกอบคำบรรยาย กำหนดค่าคะแนนเป็น 5 ระดับ

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. ระดับสภาพการใช้ทักษะในศตวรรษที่ 21 ตามหลักไตรสิกขา ของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1

ผลการศึกษาระดับสภาพการใช้ทักษะในศตวรรษที่ 21 ตามหลักไตรสิกขา ของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 โดยการใช้แบบสอบถามสำรวจข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ครูในสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 จำนวน 155 คน พบว่า ระดับสภาพการใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 โดยรวม ระดับสภาพอยู่ใน ระดับมาก ($\bar{X}$ = *3.90, S.D.* = 0.28) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการคิดวิเคราะห์และคิดสร้างสรรค์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}$ = *4.02, S.D.* = 0.51) รองลงมา ด้านการใช้เทคโนโลยี ($\bar{X}$ = *3.88, S.D.* = 0.68) ด้านการสื่อสาร ($\bar{X}$ = *3.86, S.D.* = 0.63) ด้านความเป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ ($\bar{X}$ = *3.86, S.D.* = 0.57) และด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ ($\bar{X}$ = *3.86, S.D.* = 0.57) ตามลำดับ

2. ผลการร่างแนวทางการพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 ตามหลักไตรสิกขาของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1

2.1 ทักษะความเป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ (สัมพันธ์กับ “ศีล” และ “ปัญญา”)

ทักษะความเป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ ประเด็น แนวทางในการนำหลัก ศีล ได้แก่ 1) จัดประชุมวิเคราะห์ SWOT โดยใช้ข้อมูลดิบ (Raw Data) ที่ไม่ผ่านการปรุงแต่ง 2) จัดทำร่างวิสัยทัศน์แล้วนำเข้าที่ประชุมครูและคณะกรรมการสถานศึกษา 3) ในทุกเป้าหมายที่ตั้งขึ้น ต้องตอบให้ได้ว่าเด็กจะเก่งขึ้น ดีขึ้น 4) ต้องวัดผลได้ และทำได้จริง 5) ผู้บริหารต้องเป็นคนแรกที่ปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ที่วางไว้

2.2 ทักษะการคิดวิเคราะห์และคิดสร้างสรรค์ (สัมพันธ์กับ “ปัญญา”)

ทักษะการคิดวิเคราะห์และคิดสร้างสรรค์ ประเด็น แนวทางในการนำหลัก ปัญญาสิกขา ได้แก่ 1) การสืบค้นเหตุปัจจัยเชิงลึก 2) การใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์แบบพหุวิธี 3) การคิดเชื่อมโยงเชิงระบบ 4) การตั้งคำถามเชิงวิพากษ์ 5) การสังเคราะห์ทางออกสู่การปฏิบัติ 6) จัดตั้งกระบวนการ “ทบทวนหลังการปฏิบัติด้วยใจเปิดกว้าง

2.3 ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ (สัมพันธ์กับ “ศีล” และ “สมาธิ”)

ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ ประเด็น แนวทางในการมีวิธีสร้างความสัมพันธ์ที่ดี โดยยึดหลัก ศีลสิกขา ได้แก่ 1) การสื่อสารด้วยปิยวาจา 2) การบริหารด้วยเมตตาธรรม 3) การยึดมั่นในความซื่อสัตย์และรักษาคำพูด 4) การปฏิบัติอย่างยุติธรรมและเสมอภาค 5) การรับฟังอย่างตั้งใจด้วยท่าทีกัลยาณมิตร 6) พัฒนากระบวนการ “กัลยาณมิตรนิเทศและการฟื้นฟูความสัมพันธ์”

2.4 ทักษะเทคโนโลยีและดิจิทัล (สัมพันธ์กับ “ปัญญา” และ “สมาธิ”)

ทักษะทางเทคโนโลยีและดิจิทัล ประเด็น แนวทางในการส่งเสริมให้ครูและนักเรียนประยุกต์ใช้หลัก ปัญญา ได้แก่ 1) การเลือกใช้เทคโนโลยีฐานวัตถุประสงค์ 2) การยึดหลักความพอดีและคุ้มค่าตามบริบท 3) การเปลี่ยนเทคโนโลยีจาก “ความบันเทิง” เป็น “การสืบค้น” 4) การเสริมศักยภาพครูในการออกแบบการสอน 5) การสร้างความรู้เท่าทันและวิจารณญาณดิจิทัล 6) ปรับเปลี่ยนกระบวนการเรียนรู้จากเดิมที่เน้นการรับถ่ายทอดเนื้อหา

2.5 ทักษะด้านการสื่อสาร (สัมพันธ์ครบ 3 สิกขา)

ทักษะการสื่อสาร ประเด็น แนวทางในการสื่อสารด้วย ศีล ได้แก่ 1) พูดความจริงด้วยใจที่เมตตา (Truth with Kindness) 2) ให้เกียรติในฐานะหุ้นส่วน (Respectful Partnership) 3) เปลี่ยนการ “จับผิด” เป็น “ช่วยกัน” (Solution over Blame) 4) โปร่งใส ไร้วาระซ่อนเร้น (Pure Sincerity) 5) ปักธงที่ “ความก้าวหน้าของเด็ก” (Student-First Intent) 6) ยึดถือหลัก “พูดจริง ทำจริง สื่อสารต่อเนื่อง” 7) วางระบบการสื่อสารที่ยึดหลัก “ความสัตย์จริงบนฐานของกาลเทศะและประโยชน์สุข”

3. ประเมินความถูกต้อง ความถูกต้อง ความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 ตามหลักไตรสิกขาของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1

ผลการประเมินความความถูกต้อง ความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 ตามหลักไตรสิกขาของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 โดยรวม พบว่า มีความเหมาะสมคิดและความเป็นไปได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = *4.00, S.D.* = 0.19) เมื่อพิจารณาความถูกต้อง ความเหมาะสมและความเป็นไปได้ รายด้าน พบว่า ด้านการใช้เทคโนโลยี มีความถูกต้อง ความเหมาะสมและความเป็นไปได้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = *4.30, S.D.* = 0.34) ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ มีความถูกต้อง ความเหมาะสมและความเป็นไปได้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = *4.20, S.D.* = 0.34) ด้านการคิดวิเคราะห์และคิดสร้างสรรค์ มีความถูกต้อง ความเหมาะสมและความเป็นไปได้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = *4.10, S.D.* = 0.38) ด้านการสื่อสาร มีความถูกต้อง ความเหมาะสมและความเป็นไปได้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = *3.74, S.D.* = 0.19) และด้านความเป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ มีความถูกต้อง ความเหมาะสมและความเป็นไปได้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = *3.70, S.D.* = 0.49) ตามลำดับ

อภิปรายผล

ผลการศึกษาทักษะในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 พบว่า โดยรวม อยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ทักษะด้านการคิดวิเคราะห์และการคิดสร้างสรรค์ ทักษะด้านเทคโนโลยีและการใช้ดิจิทัล ทักษะด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ ทักษะด้านความเป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ และทักษะด้านการสื่อสาร ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากบริบทของสถานศึกษาขนาดเล็กที่มีข้อจำกัดด้านทรัพยากร บุคลากร และงบประมาณ ทำให้ผู้บริหารจำเป็นต้องมีทักษะในการบริหารจัดการอย่างรอบด้าน มีความยืดหยุ่นในการปฏิบัติงาน และสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของบริบททางการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับ สุณิสา แพทย์พิพัฒน์ (2564) ที่พบว่า ทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 โดยรวมอยู่ในระดับมาก และมีความสำคัญต่อการพัฒนาชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพในสถานศึกษา

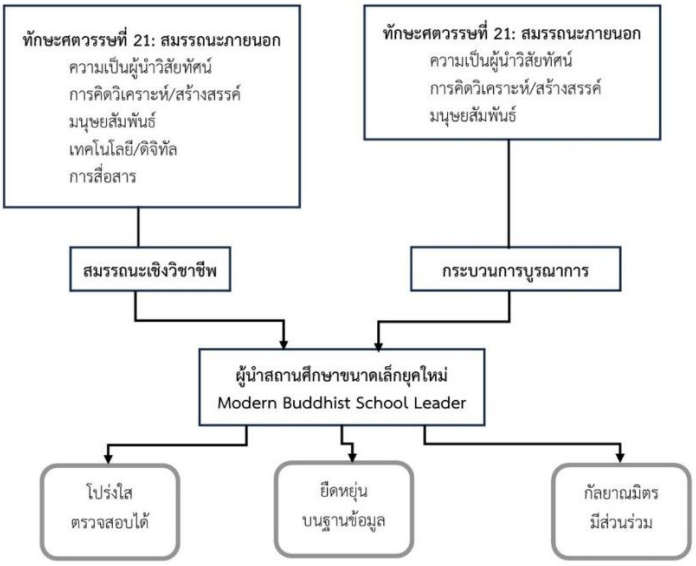
ผลการร่างแนวทางการพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 ตามหลักไตรสิกขา ของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 พบว่า จากร่างแนวทางที่ได้ออกมาเป็น แนวทางการพัฒนาทักษะการสื่อสารของผู้บริหารสถานศึกษา ซึ่งเน้นการสื่อสารที่ชัดเจน มีประสิทธิภาพ และสร้างความเข้าใจร่วมกัน สะท้อนให้เห็นว่าการสื่อสารเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร ผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดของ ณัฐพล วัฒนาชัยมงคล (2565) ที่ระบุว่า การสื่อสารเป็นทักษะหลักของผู้บริหารที่ช่วยให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่น และสอดคล้องกับ ธีระ แสงรัตน์ (2566) ที่พบว่า การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรโดยตรง และเมื่อพิจารณาเชิงพุทธ

บริหาร ทักษะการสื่อสารสัมพันธ์กับทั้ง ศีลและสมาธิ กล่าวคือ การสื่อสารต้องตั้งอยู่บนหลัก “สัมมาวาจา” คือ การพูดที่ถูกต้อง ไม่โกหก ไม่ส่อเสียด ไม่หยาบคาย และไม่เพ้อเจ้อ ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของศีล และต้องอาศัยสมาธิในการควบคุมอารมณ์และสติในการสื่อสาร (พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต), 2568) ดังนั้น การพัฒนาทักษะการสื่อสารจึงเป็นการบูรณาการทั้งทักษะเชิงวิชาชีพและหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา ซึ่งช่วยเสริมสร้างความเข้าใจ ความร่วมมือและความสำเร็จขององค์กร

ผลการประเมินแนวทางการพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 ตามหลักไตรสิกขา ของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 พบว่า โดยภาพรวม มีความถูกต้องความเหมาะสมและความเป็นไปได้ อยู่ในระดับ มากที่สุด เมื่อพิจารณาความเหมาะสมรายด้าน พบว่า ความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาความเหมาะสมรายด้าน พบว่า ด้านความเป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการคิดวิเคราะห์และการคิดสร้างสรรค์อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านเทคโนโลยีและการใช้ดิจิทัลอยู่ในระดับมากที่สุด และทักษะด้านการสื่อสารอยู่ในระดับมากที่สุด ที่เป็นเช่นนี้เพราะแนวทางการพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 ตามหลักไตรสิกขาที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมีลักษณะเป็นแนวทางเชิงบูรณาการที่สอดคล้องกับทั้งหลักการบริหารสถานศึกษาสมัยใหม่และหลักพุทธธรรม โดยมีความชัดเจนในเชิงแนวคิด กระบวนการ และการนำไปปฏิบัติจริงในบริบทของสถานศึกษาขนาดเล็ก ส่งผลให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินว่าแนวทางดังกล่าวมีความถูกต้องและเหมาะสมในระดับมากถึงมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ แนวทางดังกล่าวได้ออกแบบให้ครอบคลุมทักษะสำคัญในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษาอย่างครบถ้วน ทั้งด้านภาวะผู้นำ การคิดวิเคราะห์ การมีมนุษยสัมพันธ์ การใช้เทคโนโลยี และการสื่อสาร อีกทั้งยังมีการกำหนดกิจกรรมและแนวปฏิบัติที่สามารถนำไปใช้ได้จริงในสถานศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับบริบทของสถานศึกษาขนาดเล็กที่ต้องการแนวทางที่ยืดหยุ่นและปฏิบัติได้จริง ผลการประเมินในระดับมากที่สุดทุกด้านยังสะท้อนว่า แนวทางที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมกับบริบทการบริหารสถานศึกษาของไทยในปัจจุบัน ซึ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาผู้บริหารให้มีทั้งสมรรถนะและคุณธรรมควบคู่กัน โดยเฉพาะการนำหลักไตรสิกขา ได้แก่ ศีล สมาธิ และปัญญา มาเป็นกรอบในการพัฒนา ซึ่งช่วยเสริมสร้างทั้งด้านพฤติกรรม จิตใจ และสติปัญญาของผู้บริหารอย่างเป็นองค์รวม สอดคล้องกับ มะลิวัลย์ จันหัวนา (2567) ที่พบว่า แนวทางการพัฒนาทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 มีความเหมาะสมและสามารถนำไปใช้ได้จริงในระดับมาก รวมทั้งสอดคล้องกับ ศศิธร ฉิมสวัสดิ์ (2568) ที่พบว่า การพัฒนาทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาควรมีความสอดคล้องกับบริบทและสามารถนำไปปฏิบัติได้จริงจึงจะเกิดประสิทธิผล นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับ ธนัญญา คงเดช (2568) ที่พบว่า แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทองค์กร จะส่งผลต่อความสำเร็จของสถานศึกษาและความพึงพอใจของบุคลากรอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น จึงอาจสรุปได้ว่าแนวทางการพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 ตามหลักไตรสิกขาที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น เป็นแนวทางที่มีความเหมาะสม ถูกต้องและสามารถนำไปใช้ได้จริงในบริบทของสถานศึกษาขนาดเล็ก โดยสามารถพัฒนาผู้บริหารให้มีทั้งความสามารถในการบริหารจัดการและคุณธรรมจริยธรรมควบคู่กัน อันจะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพการศึกษาอย่างยั่งยืน

องค์ความรู้ใหม่

จากผลการศึกษาสะท้อนแนวคิดการพัฒนาผู้นำสถานศึกษายุคใหม่ที่บูรณาการทักษะศตวรรษที่ 21 เข้ากับสมรรถนะเชิงวิชาชีพและกระบวนการบูรณาการอย่างเป็นระบบ โดยเน้นทักษะสำคัญ ได้แก่ ภาวะผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ การคิดวิเคราะห์และสร้างสรรค์ มนุษยสัมพันธ์ เทคโนโลยีดิจิทัล และการสื่อสาร กระบวนการดังกล่าวหลอมรวมเป็นคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดเล็กยุคใหม่ที่ยึดหลักความโปร่งใส ตรวจสอบได้ มีความยืดหยุ่นบนฐานข้อมูล และสร้างความร่วมมือแบบกัลยาณมิตรกับทุกภาคส่วน แนวทางดังกล่าวจึงไม่เพียงมุ่งพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารเท่านั้น แต่ยังส่งเสริมการบริหารที่มีคุณธรรม จริยธรรม และความยั่งยืนในบริบทของสังคมไทยอีกด้วย ตามภาพที่ 2



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาพัฒนาการด้านทักษะในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดเล็ก ควบคู่กับการสร้างแนวทางการพัฒนาที่บูรณาการหลักไตรสิกขา และการประเมินคุณภาพของแนวทางดังกล่าวในมิติของความถูกต้อง ความเหมาะสม และความเป็นไปได้ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) อันประกอบด้วยการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า ระดับทักษะในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของผู้บริหารในการปรับตัวต่อบริบทการเปลี่ยนแปลงของการศึกษาในยุคปัจจุบัน นอกจากนี้ แนวทางการพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 ที่สร้างขึ้นมีจำนวน 5 ด้าน รวมทั้งสิ้น 30 ข้อ ซึ่งมีความสอดคล้องกับหลักไตรสิกขาอย่างเป็นระบบ กล่าวคือ “ศีล” แสดงออกผ่านความซื่อสัตย์สุจริตและความจริงใจในการสื่อสาร “สมาธิ” สะท้อนผ่านความสามารถในการควบคุมอารมณ์และการเลือกจังหวะเวลาในการสื่อสารอย่างเหมาะสม และ “ปัญญา” ปรากฏผ่านการพิจารณาผลกระทบของการสื่อสารที่มีต่อบุคคลและองค์กรอย่างรอบคอบและมีเหตุผล

ในส่วนของการประเมินแนวทางดังกล่าวโดยผู้ทรงคุณวุฒิ พบว่า โดยภาพรวมมีความถูกต้อง ความเหมาะสม และความเป็นไปได้อยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าแนวทางการพัฒนาที่ได้จากการวิจัยมีความน่าเชื่อถือ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษาขนาดเล็กได้อย่างเป็นรูปธรรม และมีศักยภาพในการส่งเสริมการบริหารจัดการศึกษาที่สอดคล้องกับบริบทของสังคมไทยในศตวรรษที่ 21 ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 สถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 นำแนวทางการพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 ตามหลักไตรสิกขาไปบูรณาการกับแผนพัฒนาสถานศึกษา โดยเฉพาะการส่งเสริมภาวะผู้นำเชิงคุณธรรม (ศีล) การพัฒนาสติและการตัดสินใจอย่างรอบคอบ (สมาธิ) และการพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์และการแก้ปัญหา (ปัญญา) ควรส่งเสริมและรักษาระดับการพัฒนาทักษะดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง โดยบูรณาการแนวทางการพัฒนาตามหลักไตรสิกขาเข้ากับแผนพัฒนาสถานศึกษา เพื่อเสริมสร้างภาวะผู้นำเชิงคุณธรรมการมีสติในการบริหารงานและการใช้ปัญญาในการตัดสินใจและแก้ปัญหา เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างเป็นระบบและยั่งยืน

1.2 จากผลการวิจัยที่พบว่า ทักษะด้านการสื่อสารมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าด้านอื่น สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 ควรจัดโครงการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารสถานศึกษาเกี่ยวกับโดยจัดอบรมหรือพัฒนาวิชาชีพที่เน้นการบูรณาการทักษะในศตวรรษที่ 21 กับหลักไตรสิกขา เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะด้านภาวะผู้นำ การคิดขั้นสูง และการบริหารจัดการในบริบทสถานศึกษาขนาดเล็ก

1.3 จากผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 ตามหลักไตรสิกขา ผู้บริหารสถานศึกษาควรนำแนวทางดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ในการบริหารงานทั้ง 4 ฝ่าย ได้แก่ งานวิชาการ งานงบประมาณ งานบุคคล และงานบริหารทั่วไป โดยใช้หลักศีลในการครองตนและครองงาน หลักสมาธิในการตัดสินใจและวางแผนงาน และหลักปัญญาในการคิดวิเคราะห์และแก้ปัญหา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารสถานศึกษาให้สอดคล้องกับบริบทการศึกษาในศตวรรษที่ 21

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนารูปแบบ (Model) การพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 ตามหลักไตรสิกขาของผู้บริหารสถานศึกษา โดยมุ่งเน้นการสร้างรูปแบบที่สามารถนำไปใช้ได้จริงในบริบทของสถานศึกษาขนาดเล็ก

2.2 ควรศึกษาว่าการใช้หลักไตรสิกขาที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของการบริหารสถานศึกษา เพื่อให้ได้องค์ความรู้เชิงประจักษ์ที่สามารถอธิบายผลลัพธ์ของการบริหารเชิงคุณธรรมได้อย่างชัดเจน

2.3 ควรมีการศึกษาวิจัยที่ระบุขนาดสถานศึกษา ขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ในการพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหาร เพื่อให้ได้แนวทางที่เหมาะสมกับบริบทของสถานศึกษาแต่ละประเภท

เอกสารอ้างอิง

กิตติพงษ์ ทะสา. (2566). *ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเลย เขต 3*. (ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย).

คามิน คีรีอยู่ลือ. (2566). *ทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 กลุ่มเครือข่ายพัฒนาการศึกษาเทอดไทย อำเภอแม่ฟ้าหลวง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3*. (การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยพะเยา).

จันทิมา อำมโภช และ สายสุดา เตียเจริญ. (2566). ทักษะของผู้บริหารในศตวรรษที่ 21 กับการปฏิบัติตามมาตรฐานการศึกษาขั้นพื้นฐานในโรงเรียน สังกัดสำนักงาน เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอ่างทอง. *วารสารวไลยอลงกรณ์ ปริทัศน์, 13*(2), 47–61.

ณัฐพล วัฒนาชัยมงคล. (2565). *ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาศตวรรษที่ 21 โรงเรียนในศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษา ตำบลม่อนปิ่น อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3.* (การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยพะเยา).

ธณัฐชา ปัญสังกา. (2565). *ทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ที่ส่งผลต่อชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเลย เขต 1*. (ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย).

ธนัญญา คงเดช. (2568). *ปัจจัยภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ที่ส่งผลต่อความเป็นองค์กรแห่งความสุขของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาในจังหวัดหนองคาย*. (ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี).

ธีระ รุญเจริญ. (2564). *ภาวะผู้นำทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: ข้าวฟ่าง.

ธีระ แสงรัตน์. (2566). *ทักษะการบริหารจัดการของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของวิทยาลัยอาชีวศึกษา จังหวัดอุดรธานี*. (ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, วิทยาลัยพิชญบัณฑิต).

นิภาพร รอดไพบูลย์. (2565). *ทักษะการบริหารในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระแก้ว*. (การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา).

นิลาวรรณ ดงสิงห์. (2566). *ทักษะการบริหารในศตวรรษที่ 21 ตามหลักทุติยปาปณิกสูตรของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 2*. (ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย).

บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต). (2568). *พุทธธรรม ฉบับปรับปรุงและขยายความ*. (พิมพ์ครั้งที่ 46). กรุงเทพฯ: สหธรรมิก.

พัฒนพงษ์ แสงพันธ์. (2566). *ทักษะของผู้บริหารสถานศึกษา ในศตวรรษที่ 21 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น.* (ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย).

มธุภาณี อิมบุตร. (2565). *ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่21 ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาร้อยเอ็ด เขต 2.* (ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด).

มะลิวัลย์ จันหัวนา. (2567). *ทักษะการบริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักเขตการศึกษาพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา เขต 7*. (ศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย).

วิวรรชน์ เชื้อจิตร. (2566). *ทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในสตวรรษที่ 21 ที่ส่งผลต่อการบริหารงานวิชาการสู่ความเป็นเลิศของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาระยอง เขต 1.* (ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี).

ศศิธร ฉิมสวัสดิ์. (2568). *การศึกษาทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาแม่ฮ่องสอน*. (ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่).

สมบูรณ์ หวังโสัะ. (2565). *ทักษะในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร.* (ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกริก).

สัตตบุษย์ โพธิรุท. (2564). *ทักษะการบริหารของผู้บริหารโรงเรียนในศตวรรษที่ 21 ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 21*. (ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร).

สุณิสา แพทย์พิพัฒน์. (2564). *ทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ที่ส่งผลต่อชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี*. (ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณ).

สุนันทา ทักษิณธรรม (2565). *ทักษะของผู้บริหารในศตวรรษที่ 21 กับการบริหารงานบุคคล โรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครปฐม เขต 1*. (ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย).

สุพัตรา ผลประสาท (2566). *ทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษามุกดาหาร.* (ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร).

สุวิมล ว่องวาณิช. (2564). *การวิจัยเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อติกาญจน์ ศรีสังข์. (2564). *ทักษะการบริหารงานในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษาตามความคิดเห็นของครูผู้สอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี*. (ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี).

Cronbach, L.J. (1990). *Essentials of Psychological Testing*. (5th Edition). London: UCL Press.

Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining sample sizes for research activities. *Educational and Psychological Measurement, 30*(3), 607-610.

JSSP: Journal of Social Science Panyapat, 2026. 8(2): 131-146.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSSP
Journal of Social Science Panyapat
https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSSP/index

Research Article

The Impact of Multicultural Educational Environments on Students' Foreign Language Communication Competence in Guangxi Private University

Liao Han[1*] Qin Jian[2] and Ruan Jiaolong[2]

[1] *Ph.D. in Educational Administration, Interdisciplinary Studies College, Payap University, Thailand*

[2] *Guangxi University of Foreign Languages, Nanning, Guangxi, China*

[*] *Corresponding author. E-mail: 475861195@qq.com*

ABSTRACT

This study focuses on the mechanisms through which multicultural education and the educational environment influence foreign language communication proficiency, with the aim of exploring management strategies to enhance the foreign language communication skills of students majoring in ASEAN languages at private universities in Guangxi. By integrating theories of multicultural education, educational environment, and foreign language communication skills, this study constructs an analytical framework that examines the interactions among these three elements. The study selected third- and fourth-year students majoring in ASEAN languages at four private universities in Guangxi as the research subjects, as this group possesses a certain level of foreign language communication competence and relevant theoretical knowledge. Given the large size of the target population, a multistage sampling method was employed to select the sample, resulting in 266 valid questionnaires. During the data analysis phase, Cronbach's alpha and confirmatory factor analysis were first used to test the reliability and validity of the questionnaire; subsequently, descriptive statistics were used to present the demographic characteristics of the sample, and correlation analysis was employed to preliminarily explore the relationships among the core variables. Finally, a regression model was constructed with the dimensions of "multicultural education" and "educational environment" as independent variables and "foreign language communication ability" as the dependent variable to precisely assess the specific effects of each dimension. The results indicate that environmental factors at the campus culture level and educational content factors at the knowledge structure level have a significant impact on the improvement of foreign language communication skills. This study not only provides a theoretical analytical framework for future discussions on the factors influencing foreign language communication skills but also offers empirical support for optimizing educational management practices in private universities in Guangxi.

Keywords: Multicultural Education, Educational Environment,
Foreign Language Communication Competence, Guangxi Private Universities

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat

Received: 28 January 2026;
Revised: 21 March 2026;
Accepted: 23 June 2026

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat
ISSN: 3027-6748 (Online)

Introduction

Guangxi is located in southwestern China and borders Southeast Asia, maintaining close ties with ASEAN countries; as a result, there is a high demand for professionals proficient in ASEAN languages. When recruiting such talent, most companies prioritize candidates with strong communication skills in listening, speaking, reading, and writing (China Daily, 2024). Guangxi is also a multi-ethnic region, home to 12 indigenous ethnic minorities. It has the largest ethnic minority population in the country, accounting for 15.0% of the national total. In this land where diverse ethnic groups coexist harmoniously, not only has a rich tapestry of ethnic cultures converged, but the region has also been deeply influenced by foreign cultures due to its geographical proximity to ASEAN nations, forming a unique pattern of cultural integration (Cai, 2024). Therefore, an in-depth exploration of multicultural education in this region holds significant theoretical value and practical significance.

Multicultural education is the most commonly used concept in the field of educational diversity. Initially applied to ethnic studies, it primarily focused on issues of educational equity among different ethnic groups within a single nation. With the emergence of globalization, it has gradually evolved into an educational philosophy that integrates multiculturalism across nations (Banks, 2004). This is a highly broad and inclusive concept. It is not limited to research within a single nation's ethnic groups but can be extended to cross-cultural studies among different countries worldwide. One of the fundamental goals of multicultural education is to cultivate intercultural communicators capable of communicating seamlessly across different nations and ethnic groups. Therefore, argue that multicultural education should be centered on language, as language plays a pivotal role in cultural transmission and serves as a necessary prerequisite for the existence and development of multicultural education; a monolingual approach cannot achieve true multicultural education.

Currently, while research on integrating multicultural education into foreign language teaching is relatively abundant, discussions focusing on its role in enhancing foreign language communicative competence remain insufficient. To address this gap, this study is grounded in the growing emphasis on foreign language communicative competence in the context of globalization and China's advocacy for competency-based education. Taking students studying ASEAN languages at a private university in Guangxi as the research subjects, and addressing the reality of relatively limited educational resources and the urgent need to improve students' foreign language communicative competence at this institution, the study constructs an integrated analytical framework combining multicultural education and educational environment theory. systematically examines the correlations between various dimensions and foreign language communicative competence, and verifies their impact effects, aiming to provide empirical support and theoretical grounds for the precise optimization of foreign language education management for non-mainstream languages.

Research Objectives

1. To analyze the basic information of researchers participating in this study using descriptive statistics including frequency, mean, and standard deviation.

2. To examine the model's structural validity and reliability through confirmatory factor analysis.

3. To investigate relationships among variables within the model through inferential analysis, including correlation analysis and significance testing.

Literature Review and Conceptual Framework

1. Core Theoretical Basis

The framework of this study primarily involves three core theories, with multicultural education theory and educational environment theory serving as independent variables, and foreign language communicative competence as the dependent variable. The specific dimensions and hypothesized relationships among these three theories will be detailed below.

Multicultural education encompasses five dimensions: content integration, knowledge construction, Prejudice Reduction, Equity Pedagogy, and Empowering School Culture and Social Structure (Banks, 1994). Content integration refers to teachers using multicultural and ethnic examples to explain concepts and theories within relevant subject areas; the knowledge construction involves teachers helping students develop multicultural awareness to consider issues from diverse cultural perspectives; Prejudice Reduction involves using appropriate teaching methods and materials to correct students' prejudiced attitudes toward other ethnicities and cultures; Equity Pedagogy entails teachers employing diverse cultural and ethnic teaching styles to promote shared success among students from varied backgrounds; and Empowering School Culture and Social Structure refer to the integration and interaction of school staff and students with diverse cultural and ethnic groups to create a multiethnic, multicultural school environment (Banks, 2020).

Moos established “educational environment” as an operational, measurable, and researchable scientific concept in 1970s. Moos' conceptual framework outlined three key classifications of educational environment components: interpersonal relationships, personal development, and system management and change (Moos, 1979). The interpersonal relationships dimension relates to relationships between individuals within a specific environment, encompassing mutual support between learners and teachers, open communication, a sense of belonging, and emotional support. The personal development dimension relates to opportunities for individuals to develop themselves within the environment. This is connected to educational goals, relevant learning content, and constructive feedback. The System Maintenance and System Change dimension refers to the extent to which the environment is orderly, organized, and open to change.

Foreign language communicative competence comprises four dimensions: grammatical competence, sociocultural competence, pragmatic competence, and strategic competence (Canale and Swain, 1980). grammatical competence: The ability to master the formal system of a language, including grammatical structures, vocabulary, pronunciation, spelling, and other linguistic rules. sociolinguistic competence: The ability to use language appropriately in accordance with context and social norms. discourse competence: The ability to organize language coherently and logically in texts or conversations.

strategic competence: The ability to overcome obstacles and resolve communication problems during interactions.

2. Theoretical Model and Research Hypotheses

The theoretical model includes 8 independent variables, and 1 dependent variable, with 8 research hypotheses proposed:

• H1: There is a significant positive relationship between Content integration (CI) and Foreign Language Communicative Competence (FLCC).

• H2: There is a significant positive relationship between knowledge construction (KC) and Foreign Language Communicative Competence (FLCC).

• H3: There is a significant positive relationship between Prejudice Reduction (PR) and Foreign Language Communicative Competence (FLCC).

• H4: There is a significant positive relationship between Equity Pedagogy (EP) and Foreign Language Communicative Competence (FLCC).

• H5: There is a significant positive relationship between Empowering School Culture and Social Structure (ESCSS) and Foreign Language Communicative Competence (FLCC).

• H6: There is a significant positive relationship between Interpersonal Relationships (IR) and Foreign Language Communicative Competence (FLCC).

• H7: There is a significant positive relationship between Personal Development (PD) and Foreign Language Communicative Competence (FLCC).

• H8: There is a significant positive relationship between System Maintenance and System Change (SMSC) and Foreign Language Communicative Competence (FLCC).

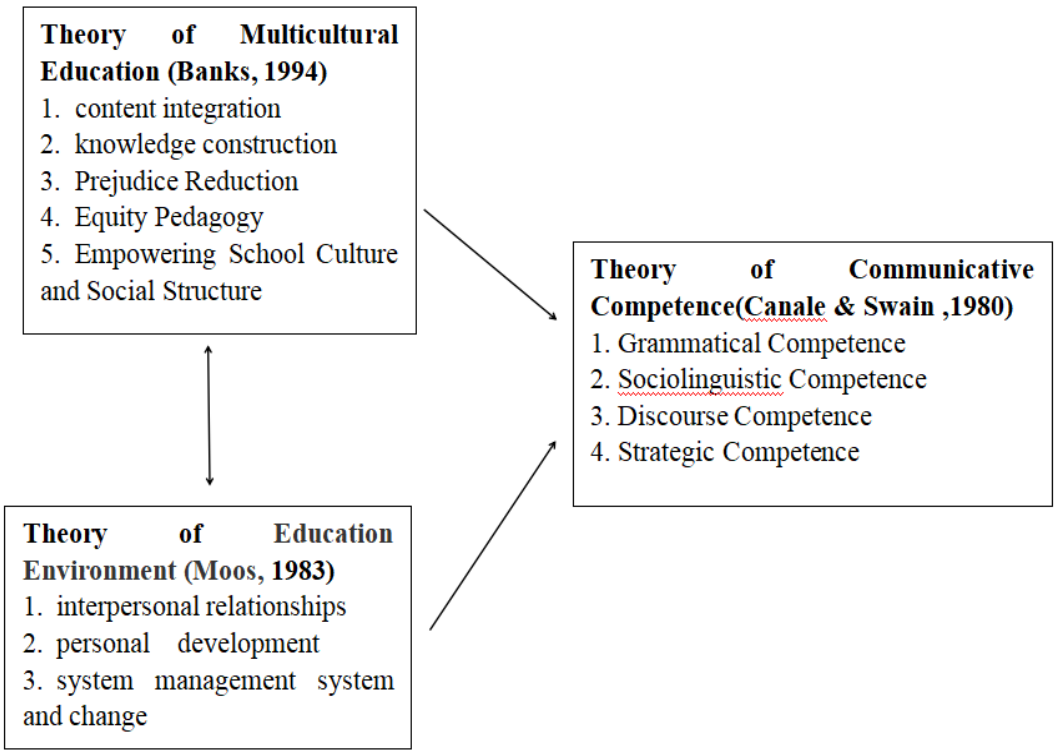


Figure 1 Conceptual Framework of this study

Research Methodology

1. Participants and Sampling

In this study, the target population consists of third- and fourth-year undergraduate students majoring in ASEAN languages at private universities in Guangxi. When selecting the student cohort, the researchers excluded first- and second-year students. First-year students had recently enrolled and possessed limited understanding of foreign language communication skills, while second-year students faced heavy coursework loads that precluded participation in the study's multiple rounds of surveys.

Statistics indicate that the total number of third- and fourth-year undergraduate students majoring in ASEAN languages meeting the research criteria was 852. Using the Krejcie and Morgan formulas (1970), the sample size was calculated to be 266. The researchers distributed 280 questionnaires. After excluding incomplete or erroneous questionnaires, 266 valid data sets were ultimately used for the study.

Given the large size of the target student population, a multistage sampling method will be employed to select the sample. First, using a census sampling approach, the total number of students meeting the research criteria across the four Guangxi private universities offering ASEAN language programs will be determined. The total sample size will then be calculated using the Krejcie and Morgan formulas (1970). Subsequently, the required sample size for each of the four institutions will be computed based on Cochran's (1977) probability calculation formula. After determining the sample size for each institution, the actual sampling will proceed. Using stratified sampling, the number of samples required for each major within the ASEAN language programs will be allocated according to the categories and proportions within each school. Subsequently, purposive sampling will be employed to select students in their junior and senior years, who possess relatively stronger language proficiency, to better analyze the gap between current foreign language communication competence and expected standards. Finally, simple random sampling was employed to select the final research sample. The final student sample comprised 188 female and 78 male students aged 18 to 22. All participants were third- or fourth-year students in ASEAN language programs with over two years of ASEAN language study experience. Consequently, they possessed a foundational understanding of theories related to foreign language communicative competence, and their basic abilities met the research objectives.

2. Research Tools

Given the absence of existing research tools relevant to the study objectives, the questionnaire was developed by the researcher based on existing scales from multicultural education theory and communicative competence theory. It consists of three sections: the first collects participants' demographic information, including gender, age, grade level, major, and foreign language learning experience. The second section aims to assess participants' foreign language communicative competence. Participants self-rated items in this section, covering both their current perceptions and future expectations. The third section analyzes factors influencing foreign language communicative competence development, encompassing five dimensions of multicultural education and three dimensions of the school environment. This 52-item questionnaire employs a five-point Likert scale to evaluate various aspects of communicative competence among ASEAN language majors, with response options ranging from A - Strongly Agree; B - Agree; C - Moderate; D - Disagree; E - Strongly Disagree.

Since the questionnaire was specifically developed by the researchers for this study, reliability and validity analyses were conducted first. To assess the content validity of the data collection instrument, the researchers initially sent the designed questionnaire items to five experts (including three experts in educational administration and two experts in ASEAN languages) for review, using the Item-Object Consistency (IOC) index. The IOC values for most items ranged from 0.80 to 1.00, exceeding the acceptable standard of 0.78 proposed by Lynn (1986), indicating that the items possessed good content validity. Subsequently, a pilot test was conducted on a sample group of 50 participants similar to the target respondents. The results showed that the questionnaire's Cronbach's alpha was 0.965. According to Nunnally (1994)'s evaluation criteria, a value of 0.9 or higher indicates excellent reliability. This indicates that the questionnaire's reliability meets the distribution standards, and formal data collection can proceed.

3. Data Collection

Following the pilot study, the formal questionnaire survey commenced. Data collection employed a hybrid offline-online approach: At the researcher's home institution, participants were assembled in a designated classroom according to the sampling plan. The study objectives were explained verbally and in writing, and questionnaires were completed on-site after obtaining informed consent. For the remaining three private universities in Guangxi, constrained by time and geographical limitations, online questionnaires were distributed via the "Wenshuoxing" platform. Faculty members at each institution were commissioned to assist in gathering sampled participants in classrooms for unified completion. All participants were informed of the voluntary principle and confirmed their willingness to participate via an online informed consent page before beginning the survey. Ultimately, 266 valid questionnaires were collected.

4. Data Analysis

Data were analyzed using SPSS, a widely used software package for social science research data analysis, specifically for inferential statistics. This study first conducted a reliability test on the questionnaire data using Cronbach's alpha to assess the reliability of the measurement tool; subsequently, confirmatory factor analysis was employed to test validity, verifying whether the questionnaire accurately reflected the theoretical dimensions proposed in the study. After completing the reliability and validity assessments, descriptive statistics were used to organize the demographic information of the participating students to understand the basic structure of the sample. Next, correlation analysis was conducted to preliminarily investigate whether there were associations between the various variables and foreign language communication proficiency. Finally, the dimensions of "multicultural education" and "educational environment" were included as independent variables, and "foreign language communication proficiency" as the dependent variable in a regression model, with the aim of specifically identifying the direction and extent of each dimension's influence on foreign language communication proficiency.

Research Results

The research study found that:

1. Analyze the basic information of researchers participating in this study using descriptive statistics including frequency, mean, and standard deviation.

As shown in Table 1, among the 266 respondents, 29.3% were male and 70.7% were female. In terms of age, the majority of students were over 20 years old, accounting for 76.7%. By grade, third-year students constituted the largest proportion at 85%. By major, Thai language students constituted the largest group at 50%, followed by Vietnamese, Indonesian, Khmer, Burmese, and Lao. Most respondents had studied foreign languages for 5-10 years, accounting for 75.2%, indicating that the majority began foreign language education in elementary school and possessed a certain foundation in language learning.

Table 1 Demographic Information of the study

Item	Category	Frequency N(266)	Percentage	Mean	Standard Deviation
Gender	Male	78	29.3%	1.71	.456
	Female	188	70.7%		
Age	18-20	62	23.3%	2.77	.424
	> 20	204	76.7%		
Grade	Grade 3	226	85.0%	3.15	.358
	Grade 4	40	15.0%		
Major	Thai language	133	50.0%	1.73	.940
	Vietnamese	89	33.5%		
	Indonesian	35	13.2%		
	Cambodian	5	1.9%		
	Burmese	2	0.7%		
	Laos language	2	0.7%		
Language Experience	< 5 years	20	7.5%	1.65	.777
	5-10 years	200	75.2%		
	10-20 years	44	16.5%		
	> 20 years	2	0.8%		

2. Examine the model's structural validity and reliability through confirmatory factor analysis.

Prior to confirmatory factor analysis, exploratory factor analysis was first conducted on the survey questionnaire. As shown in Table 2, both the validity analysis and the pretest validity passed Bartlett's test for sphericity, with P-values below 0.001 and KMO values above 0.9. This indicates that the survey questionnaire possesses high validity and is suitable for subsequent factor analysis.

Table 2 Exploratory Factor Analysis (EFA)

KMO and Bartlett's Test of Spiricity		
KMO Sampling Adequacy Measure.		0.921
Bartlett's Test of Spiricity	Approx. Chi-Square	8853.57
	df	1770
	p	0

To examine the structural validity of the questionnaire—that is, to assess the fit between the predefined measurement model and the data—this study employed confirmatory factor analysis (CFA). CFA is a statistical method used to test a priori measurement theories, allowing researchers to directly evaluate the validity of the predefined factor structure (Kline, 2023). CFA can validate discriminant validity and convergent validity (factor loadings, composite reliability, mean square error of the residual). Cronbach's alpha was then applied to analyze the questionnaire's reliability, assessing whether items exhibit high internal consistency. Typically, reliability coefficients should fall between 0 and 1. This study adopts the criteria proposed by Nunnally (1994), requiring Cronbach's alpha to be ≥0.70. Additionally, composite reliability and average variance extracted (AVE) are calculated for each latent variable to assess measurement reliability and convergent validity (Kline, 2023).

Table 3 Confirmatory Factor Analysis (CFA), Composite Reliability (CR), and Average Variance Extracted (AVE) Results

Variables	Source of dimension	No of Items	Cronbach's Alpha	Factor Loading	CR	AVE
Content Integration	Banks (1994)	4	0.881	0.767 - 0.834	0.880	0.648
Knowledge Construction	Banks (1994)	4	0.891	0.739 - 0.853	0.892	0.675
Equity Pedagogy	Banks (1994)	4	0.867	0.761 - 0.823	0.865	0.616
Prejudice Reduction	Banks (1994)	4	0.875	0.779 - 0.848	0.879	0.645
ESCSS	Banks (1994)	4	0.860	0.683 - 0.852	0.865	0.618
Personal Development	Moos (1974)	4	0.895	0.801 - 0.847	0.895	0.680
Interpersonal Relationship	Moos (1974)	4	0.836	0.678 - 0.802	0.841	0.571

Table 3 Confirmatory Factor Analysis (CFA), Composite Reliability (CR), and Average Variance Extracted (AVE) Results (continued)

Variables	Source of dimension	No of Items	Cronbach's Alpha	Factor Loading	CR	AVE
SMSC	Moos (1974)	4	0.912	0.82 - 0.863	0.912	0.722
FLCC	Canale and Swain (1980)	20	0.959	0.527 - 0.813	0.959	0.544

Note: FLCC = Foreign Language Communicative Competence, ESCSS = Empowering School Culture and Social Structure, SMSC = System Maintenance and System Change

In terms of reliability, the Cronbach's alpha coefficients for each dimension ranged from 0.836 to 0.959. Among these, the coefficients for the dimensions of multicultural education (content integration, knowledge construction, Prejudice Reduction, Equity Pedagogy, and Empowering School Culture and Social Structure) were all above 0.860; the dimensions of the educational environment (personal development, interpersonal relationships, and system maintenance and change) ranged from 0.836 to 0.912; and the foreign language communication skills dimension had a coefficient of 0.959. The Cronbach's alpha coefficients for all dimensions exceeded the recommended standard of 0.8, indicating that the questionnaire possesses high internal consistency reliability.

Regarding validity, the factor loadings of the measurement items ranged from 0.527 to 0.863, all exceeding the acceptable threshold of 0.5; the composite reliability coefficients for each dimension ranged from 0.841 to 0.959, all exceeding the critical value of 0.7; and the average variance extracted ranged from 0.544 to 0.722, all exceeding the standard value of 0.5. The above data indicate that the items in each dimension effectively reflect their respective constructs, and the scale demonstrates good convergent validity.

3. Investigate relationships among variables within the model through inferential analysis, including correlation analysis and significance testing.

Prior to formal analysis, descriptive statistics and normality tests were conducted on the scores of each item and dimension of the scale. Normality was assessed by calculating the skewness and kurtosis coefficients of the primary variables. Following Kline's (2023) criteria, data are considered to be approximately normally distributed and suitable for subsequent parametric tests when the absolute value of the skewness coefficient is less than 2 and the absolute value of the kurtosis coefficient is less than 7. In this study, the absolute values of skewness and kurtosis for all variables fell within these thresholds, indicating that the data satisfied the normality assumption and were suitable for subsequent parametric tests.

Table 4 Pearson correlation analysis of the study

	FLCC	SMSC	RS	PD	ESCSS	PR	EP	KC	CI
FLCC	1								
SMSC	0.537**	1							
RS	0.547**	0.761**	1						
PD	0.551**	0.696**	0.805**	1					
ESCSS	0.526**	0.681**	0.608**	0.620**	1				
PR	0.433**	0.651**	0.623**	0.634**	0.808**	1			
EP	0.538**	0.584**	0.716**	0.752**	0.592**	0.625**	1		
KC	0.548**	0.516**	0.677**	0.666**	0.537**	0.590**	0.827**	1	
CI	0.508**	0.509**	0.586**	0.650**	0.514**	0.551**	0.733**	0.753**	1

Note: * p<0.05 ** p<0.01

Table 4 shows that Pearson's correlation coefficient was used to examine the relationships among foreign language communicative competence and eight factors: environmental structure, interpersonal relationships, teaching and learning, school culture and social structure, prejudice reduction, egalitarian teaching methods, knowledge construction, and content integration. The results reveal significant correlations between foreign language communicative competence and all eight factors: environmental structure, interpersonal relationships, teaching and learning, school culture and social structure, prejudice reduction, egalitarian teaching methods, knowledge construction, and content integration. The respective correlation coefficients are 0.537, 0.547, 0.551, 0.526, 0.433, 0.538, 0.548, and 0.508, respectively. All correlation coefficients were greater than zero, indicating positive correlations between foreign language communicative competence and the eight factors: environmental structure, interpersonal relationships, teaching and learning, school culture and social structure, prejudice reduction, egalitarian teaching methods, knowledge construction, and content integration.

Table 5 Significance Test of the study

	Standardized path coefficients (β)	T-value	P-value	Test Result
SMSC -> FLCC	0.188	2.295	0.023*	Supported
RS -> FLCC	0.047	0.487	0.626	Not supported
PD -> FLCC	0.122	1.317	0.189	Not supported
ESCSS -> FLCC	0.302	3.523	0.001**	Supported
PR -> FLCC	-0.23	-2.664	0.008**	Supported
EP -> FLCC	-0.01	-0.104	0.917	Not supported
KC -> FLCC	0.245	2.625	0.009**	Supported
CI -> FLCC	0.093	1.212	0.227	Not supported

Note: * p<0.05 ** p<0.01

Based on the confirmation of correlations among all variables, we further analyzed the correlation between each variable and foreign language communicative competence, with the results shown in Table 5. A total of four dimensions exerted a significant influence on foreign language communicative competence. Among these, campus culture and the hidden curriculum (β = 0.302) and knowledge construction (β = 0.245) both had highly significant positive effects on foreign language communicative competence, and their effects ranked among the highest. In addition, System Maintenance and Change (β = 0.188) within the Educational Environment dimension also had a significant positive effect on foreign language communicative competence. Notably, Bias Reduction (β = -0.230) had a highly significant negative effect on foreign language communicative competence.

Meanwhile, the effects of four other dimensions on foreign language communicative competence did not reach the level of significance. Within the Multicultural Education dimension, the path coefficients for Equitable Teaching Methods (β = -0.010) and Content Integration (β = 0.093) did not pass the significance test. In the Educational Environment dimension, the effects of Interpersonal Relationships (β = 0.047) and Personal Development (β = 0.122) on foreign language communication skills were also not significant.

Discussions

The findings from the statistical analysis are summarized as follows:

First, the school culture and social structure (ESCSS), knowledge construction (KC), and institutional maintenance and change (SMSC) have a significant positive impact on foreign language communicative competence (FLCC). Both ESCSS and SMSC fall under the category of educational environment—ESCSS represents the implicit school culture and atmosphere, while SMSC represents the explicit physical environment. This suggests that improving the educational environment helps enhance students' foreign language communicative competence. This aligns with the findings of Perez (2024), who demonstrated that leveraging information technology and digital resources can create a flexible, personalized learning environment that meets students' diverse learning needs. Through empirical research, Perez proved that the learning environment has a significant impact on enhancing students' cross-cultural foreign language proficiency.

Second, the results indicate that prejudice reduction (PR) has a significant negative effect on foreign language communicative competence (FLCC). This finding contradicts the conclusions of Soro-Molina (2025) and Haswani (2023). Soro-Molina (2025) argued that by employing cooperative learning methods among students from different cultural groups, fostering a classroom environment that values care and respect for diversity, and implementing diverse assessment activities, foreign language learners can gain a deeper understanding of the processes underlying language and cultural knowledge, thereby improving language learning outcomes. Haswani (2023) also argued that integrating multicultural education principles into teaching philosophies and resources, and arranging collaboration among students from different cultural and linguistic groups, can facilitate cultural exchange between the native language and the foreign language, deepen understanding of multiculturalism, and improve foreign language expression skills. In contrast, this study found that methods aimed at reducing prejudice limit the improvement of

students' foreign language communication competence. This conclusion also differs from Banks' (1994) assertion that reducing bias to promote collaborative learning among students of different races has a positive impact on academic achievement. This discrepancy may stem from differences in the sample: Zhu (2014) and Haswani (2023) studied students who were not majoring in languages, whereas Banks (1994) studied students from diverse racial and religious backgrounds, which differs significantly from the sample of ASEAN language majors in this study. This suggests that the conclusion that bias reduction enhances foreign language communicative competence does not apply to private universities in Guangxi, China.

Finally, Content Integration, Equity Pedagogy, Personal Development, and Relationships do not directly contribute to enhancing foreign language communicative competence. However, they may indirectly influence it through other mediating variables, a point that warrants further verification. Fraser (2023) also presented similar findings in his research. He synthesized numerous studies examining the relationship between learning outcomes and learning environments, concluding that the quality of students' learning environments exhibits consistent, strong, and positive correlations with their cognitive and affective outcomes. Specifically, while new and traditional curricula showed no significant differences in student learning outcomes, they demonstrated marked distinctions in the creation of classroom learning environments. Evidently, innovations in curriculum and teaching methods initially exert a positive influence on enhancing the classroom environment, and it is these more positive classroom environments that subsequently translate into improvements in student learning outcomes.

In summary, the key factors influencing the enhancement of foreign language communication competence are Empowering School Culture and Social Structure (ESCSS), Knowledge Construction (KC), and System Maintenance and System Change (SMSC). This indicates that future management efforts should focus on strengthening the management of school environments and teaching knowledge to better promote the improvement of students' foreign language communication competence.

Originality and Body of Knowledge

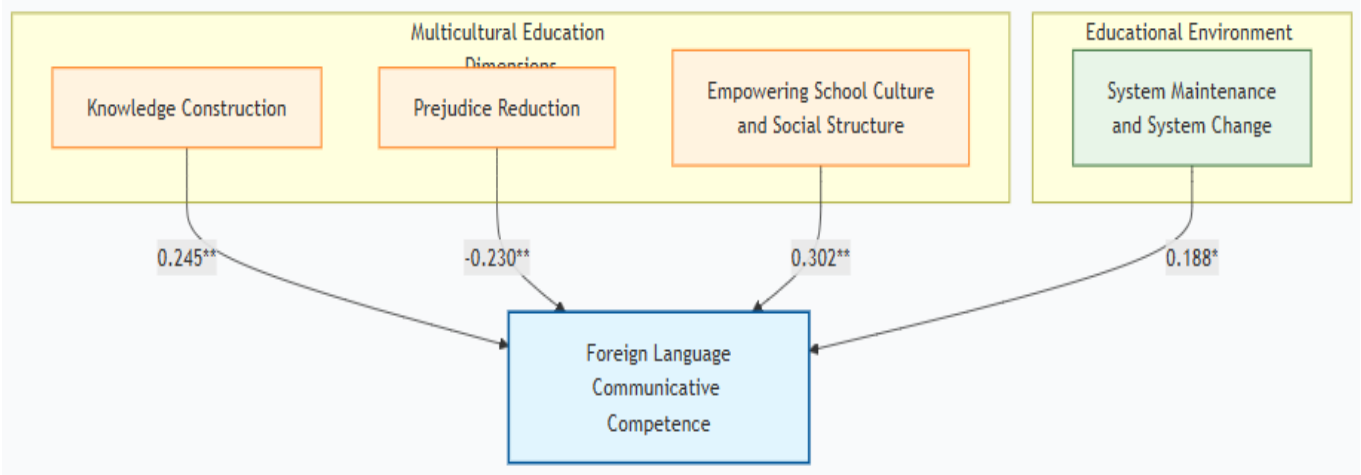


Figure 2 New knowledge

Theoretical Integration: By synthesizing Banks' (1994) multicultural education theory with Moos' (1979) educational environment theory, this study establishes the multicultural educational environment as the core driving force for educational management reform in Guangxi's private universities.

Practical Innovation: Based on the actual needs of ASEAN language majors in Guangxi's private universities, this study proposes a more contextually appropriate educational management model, providing actionable pathways for teaching administration and curriculum design. Through systematic questionnaire surveys, the research identified students' real-world challenges in cross-cultural adaptation, language application, and learning environment perception. Grounded in these findings, an educational management plan centered on “contextualized communicative tasks” and “immersive cultural experiences” was developed. This model emphasizes the contextual allocation of educational resources and the optimization of teacher-student interaction patterns. It not only addresses students' specific demands in developing foreign language communication skills but also provides a replicable and scalable practical model for cultivating talent in non-mainstream languages.

From a societal perspective, research findings centered on enhancing foreign language communication proficiency align with the current core demand for ASEAN language talents. This approach facilitates the cultivation of more high-caliber linguistic professionals suited to regional development, thereby advancing social and cultural exchange alongside coordinated growth. At the institutional level, these research conclusions resonate with fundamental educational management objectives. By optimizing resource allocation and fostering positive learning environments, they effectively elevate teaching quality and empower students toward holistic development. From the teacher perspective, the instructional support strategies and classroom practice guidelines proposed in this study not only enhance teachers' pedagogical capabilities and cross-cultural competence but also guide students in establishing clear developmental goals. This approach facilitates the simultaneous advancement of language proficiency and overall competence.

Conclusions

This study effectively elucidates the factors influencing foreign language communicative competence among ASEAN language learners. Empowering School Culture and Social Structure (ESCSS), Knowledge Construction (KC), and System Maintenance and System Change (SMSC) are key determinants influencing the enhancement of students' foreign language communicative competence. While Content Integration, Equity Pedagogy, Personal Development, and Relationship do not directly impact communicative competence, they may indirectly influence this ability through other mediating effects.

Through the study we can know that Empowering School Culture and Social Structure (ESCSS) exerts the greatest influence on foreign language communicative competence. Therefore, schools should create a multicultural learning environment by incorporating ethnic and cultural diversity elements into facilities such as libraries, classrooms, and hallways. Establishing ASEAN language experience centers and adding ASEAN foreign language signage in classrooms can help students subtly engage with ASEAN languages in daily life, thereby enhancing their foreign language communication skills. Simultaneously, Knowledge Construction (KC) and System Maintenance and System Change (SMSC) also significantly impact foreign language communicative competence. Educational administrators should prioritize constructing

students' knowledge of communicative competence. Beyond regular language courses, they should schedule supplementary courses on communication techniques and strategies to collectively support students' skill development.

By exploring effective pathways and support mechanisms for enhancing the foreign language communication competence of ASEAN language students in Guangxi's private universities, grounded in multicultural education theory and educational environment theory. The findings not only facilitate mutual learning between ASEAN language instructors and students but also provide practical guidance for cultivating versatile talents with cross-cultural communication skills for both academic institutions and society. The research framework and associated strategies offer valuable reference and applicability for foreign language talent development in Guangxi's public universities and private institutions across other regions.

Recommendations

1. Recommendations for stakeholders

At the institutional management level, efforts should be made to comprehensively promote the development of a multicultural environment. Dedicated funding should be allocated to renovate public spaces such as academic buildings and libraries, incorporating elements of ASEAN culture and establishing language immersion centers. At the same time, high-level talent from ASEAN countries should be recruited to participate in teaching and administrative management, mechanisms for faculty exchange visits to ASEAN countries should be established, and achievements in cross-cultural education should be incorporated into the evaluation criteria for professional titles. Furthermore, intercultural communication courses should be incorporated into the required curriculum, mixed-nationality class arrangements should be promoted, and a cooperative network with ASEAN universities should be established, along with the creation of special scholarships, to provide institutional and resource support for intercultural education.

At the faculty level, the experience center should be fully utilized for scenario-based teaching. Chinese and international faculty should collaborate on lesson planning to develop teaching units that integrate diverse perspectives, incorporate the latest cultural materials from target countries into classrooms, and design collaborative tasks for Chinese and international students. During overseas exchanges, “walking classroom” assignments should be designed to ensure practical outcomes, and student clubs should be guided in organizing cultural festival activities to transform extracurricular activities into practical teaching components.

At the student level, students should proactively take responsibility for maintaining the cultural corridor, participate in check-ins at the experience center, and establish language partnerships with international students to engage in informal exchanges. As part of coursework, students should complete cross-cultural case studies and independently watch films or read original-language publications from the target country each semester. They should actively participate in the preparation of cultural festivals and, following overseas exchanges, produce research reports or host sharing sessions to facilitate the transformation of cultural knowledge from input to output.

2. Future Research Suggestions

This study does have certain limitations, as detailed below.

Methodological Limitations: Each research objective requires extensive questionnaires and interviews. The content is overly voluminous and detailed, potentially causing respondents to lose patience due to the time-consuming nature of the process. This may lead to perfunctory responses and selections, thereby compromising the accuracy of the final data collected.

Sampling Limitations: Firstly, the study's scope is confined to private universities in Guangxi, raising questions about its applicability to public universities in the region. Secondly, the sample exclusively comprises students majoring in ASEAN languages, leaving unresolved whether the constructed model aligns with characteristics of students in other disciplines. Additionally, given Guangxi's unique geographical position and educational context, it remains uncertain whether the proposed development pathway would be suitable for private universities in other Chinese provinces or municipalities.

Conceptual Limitations: This study primarily focuses on the perspectives of multicultural education and learning environments, neglecting other factors influencing the enhancement of foreign language communicative competence. It fails to comprehensively incorporate all relevant concepts, inevitably leading to certain limitations in the research conclusions.

Future research could expand the scope and sample size while exploring additional influencing factors, thereby contributing new insights to the field of foreign language communicative competence.

References

Banks, J. (1994). *An Introduction to Multicultural Education*. Boston, MA: Allyn & Bacon.

_____. (2004). Multicultural Education: Historical Development, Dimensions, and Practice. In J. A. Banks, & C. A. M. Banks (Eds.), *Handbook of Research on Multicultural Education* (pp. 3-29). San Francisco, CA: Jossey-Bass.

_____. (2020). *Multicultural Education: Issues and Perspectives*. (10th Edition). New Jersey: Wiley.

Cai, Q. (2024). Cultural Landscape, Elites, and Management Forms in Rural Areas of Ethnic Minority Regions in China: A Case Study of Guangxi Province, China. *Journal of Landscape Research, 16*(6), 76-80.

Canale, M., & Swain, M. (1980). Theoretical Bases of Communicative Approaches to Second Language Teaching and Testing. *Applied Linguistics, 1*, 1-47.

China Daily. (2024). *China-Indonesia cooperation expands job opportunities for Indonesian language graduates*. Retrieved from https://govt.chinadaily.com.cn/s/202409/03/WS66d6dbb7498ed2d7b7eb89b1/china-indonesia-cooperation-expands-job-opportunities-for-indonesian-language-graduates.html.

Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.

Fraser, B. J. (1986). *Classroom environment*. London: Croom Helm.

Haswani, F., Baharuddin, B., & Simbolon, N. (2023). Multicultural education in English language teaching: a study of paradigms, perceptions, and implementation strategies. *World Journal of English Language, 13*(2), 424-424.

Kline, R. B. (2023). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. (Fifth Edition). New York: Guilford Publications.

Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement, 30*(3), 607–610.

Moos, R. H. (1979). *Evaluating educational environments: Procedures, measures, findings and policy implications.* San Francisco: Jossey-Bass.

Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory*. (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.

Perez, P. L. (2024). The impact of technology-enhanced language learning on bilingual education. *International Journal of Scientific Research and Management, 12*(4), 3340-3350.

Soro-Molina, J. E. (2025). Ethnoculture: Educational, Pedagogical, Ethnological and Intercultural Research Perspective. *Education Quarterly Reviews, 8*(1), 101-116.

JSSP: Journal of Social Science Panyapat, 2026. 8(2): 147-158.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSSP
Journal of Social Science Panyapat
https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSSP/index

Research Article

The influence of online marketing mix factors and corporate image on consumer purchasing decisions for Government Savings Bank digital lottery products in Hat Yai District, Songkhla Province

Waraporn Chaosuan[1] Piyasa Heemlah[1] and Anuwat Songsom[2*]

[1] *Students, Modern Trade and Service Innovation Program, Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University, Thailand*

[2] *Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University, Thailand*

* *Corresponding author. E-mail: anuwat@tsu.ac.th*

ABSTRACT

This study aims to (1) examine the effects of online marketing mix factors on consumers' purchase decisions regarding Government Savings Bank digital lottery products in Hat Yai District, Songkhla Province, and (2) investigate the influence of corporate image on these purchase decisions. The sample consisted of 385 consumers who purchased digital lottery products, selected using purposive sampling. The research instrument was a structured questionnaire comprising multiple-choice questions and a five-point Likert scale. Data were analyzed using descriptive statistics, including percentages, means, and standard deviations, as well as inferential statistics, including correlation and multiple regression analysis. The findings reveal that online marketing mix factors—namely personalization, sales promotion, and price—have a positive and statistically significant effect on purchase decisions at the 0.05 level. Personalization exerts the strongest influence (β = 0.170), followed by sales promotion (β = 0.169) and price (β = 0.142). The model explains 20.0% of the variance in purchase decisions (R^2 = 0.200). In contrast, product, distribution channel, and privacy factors do not significantly affect purchase decisions. Furthermore, corporate image factors, including location, corporate reputation, and corporate social responsibility, positively and significantly influence purchase decisions regarding digital lottery products at the 0.05 level. Location has the greatest influence (β = 0.318), followed by corporate reputation (β = 0.252) and corporate social responsibility (β = 0.135). The model explains 24.2% of the variance in purchase decisions (R^2 = 0.242). The findings suggest that the Government Savings Bank should strengthen personalized services and corporate image strategies to enhance consumers' purchase decisions regarding digital lottery products.

Keywords: Online Marketing Mix Factors, Corporate Image, Purchasing Decision, Government Savings Bank Digital Lottery Tickets

Received: 6 April 2026;
Revised: 31 May 2026;
Accepted: 24 June 2026

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat
ISSN: 3027-6748 (Online)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์และภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัล ของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

วราภรณ์ ชาวสวน[1] ปิญาษา หีมหลๆ[1] และ อนุวัต สงสม[2*]

[1] *นิสิตวิชาเอกการค้าสมัยใหม่และนวัตกรรมบริการ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ ประเทศไทย*

[2] *คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ ประเทศไทย*

* *Corresponding author E-mail: anuwat@tsu.ac.th*

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัลของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และ (2) ภาพลักษณ์องค์กรที่มีผลต่อการซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัลของผู้บริโภค กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคที่ซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัล จำนวน 385 ราย งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง เครื่องมือการวิจัยคือแบบสอบถาม ซึ่งมีข้อคำถามแบบเลือกตอบและมาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับ การวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ซึ่งประกอบด้วย ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการให้บริการส่วนบุคคล ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านการให้บริการส่วนบุคคลมีอิทธิพลมากที่สุด (β = 0.170) รองลงมา คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (β = 0.169) และด้านราคา (β = 0.142) ตามลำดับ ทั้งนี้แบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจซื้อได้ร้อยละ 20.0 (R^2 = 0.200) ในขณะที่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัล ในขณะเดียวกัน ภาพลักษณ์องค์กร ซึ่งประกอบด้วย คือ ด้านชื่อเสียงองค์กร ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และด้านสถานที่ ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านสถานที่มีอิทธิพลมากที่สุด (β = 0.318) รองลงมา คือ ด้านชื่อเสียงองค์กร (β = 0.252) และด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (β = 0.135) ตามลำดับ ทั้งนี้แบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจซื้อได้ร้อยละ 24.2 (R^2 = 0.242) ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าธนาคารออมสินควรมุ่งพัฒนาการให้บริการเฉพาะบุคคล ควบคู่กับการเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่น่าเชื่อถือ เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัลของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์, ภาพลักษณ์องค์กร, การตัดสินใจซื้อ, สลากออมสินพิเศษดิจิทัล

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลในด้านภาคการเงินของประเทศไทยในช่วงที่ผ่านมาได้สร้างความเปลี่ยนแปลงต่อพฤติกรรมการออมและการลงทุนของประชาชนมีพัฒนาการที่ต่างไปจากเดิมอย่างชัดเจน เทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมผู้บริโภค การทำธุรกรรมทางการเงินจึงเปลี่ยนผ่านจากการเข้ามาทำธุรกรรมผ่านสาขาธนาคารมาเป็นการทำธุรกรรมทางออนไลน์ ธนาคารออมสินในฐานะสถาบันการเงินของรัฐ ที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการออมของคนไทย ได้มีการพัฒนาเข้าสู่ระบบดิจิทัลที่มีความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงนี้ ผลิตภัณฑ์ทางการเงินรูปแบบใหม่นี้ไม่เพียงแต่รักษาจุดเด่นดั้งเดิมของสลากออมสินในด้านการส่งเสริมการออม โอกาสในการลุ้นรางวัล แต่ยังเพิ่มคุณค่า ความสะดวกสบายและความทันสมัยผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล สลากออมสินจึงเป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์ในการออมที่ได้รับความนิยมมาอย่างยาวนานในสังคมไทย จากข้อมูลของธนาคารออมสินในช่วง 2567 พบว่า ยอดขายสลากออมสินดิจิทัลเติบโตขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี

สูงกว่าการเติบโตของสลากออมสินรูปแบบดั้งเดิม การเติบโตนี้สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาใช้บริการทางการเงินดิจิทัลมากขึ้น โดยเฉพาะหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ที่ประชาชนหันมาใช้บริการแบบดิจิทัลเพิ่มสูงมากขึ้น (ธนาคารออมสิน, 2567)

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกศึกษาส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6P) เพราะเป็นกรอบแนวคิดที่ใช้วิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดในบริบทดิจิทัล ซึ่งครอบคลุมปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจของผู้บริโภคในช่องทางออนไลน์ (Kotler & Armstrong, 2014) เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่นำมาวิเคราะห์เพื่อหาช่องทางให้ผู้ประกอบการมีช่องทางการขายหลากหลายรูปแบบ ซึ่งประกอบไปด้วย 6 ด้าน คือผลิตภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่ ราคามีการเปรียบเทียบราคาของตลาดในสินค้าประเภทเดียวกัน ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มต่างๆให้ดึงดูดลูกค้าการส่งเสริมการตลาดโฆษณาและโปรโมชั่นการลดราคาด้านการให้บริการส่วนบุคคลมองช่องว่างการขายผ่านความใส่ใจในรายละเอียดลูก ค้า เช่น เทศกาลหรือวันพิเศษด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวการสร้างมาตรฐานความปลอดภัยในการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ (วรสิญน์ พานิชกุล, 2563) และธนาคารออมสินเน้นการให้บริการที่มุ่งเน้นความน่าเชื่อถือ นอกจากนี้ ธนาคารออมสิน ในฐานะสถาบันการเงินของรัฐให้ความสำคัญกับการสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจแก่ผู้ใช้บริการ ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดภาพลักษณ์องค์กรของ LeBlanc & Nguyen (1996) มาใช้เป็นกรอบในการศึกษา เนื่องจากภาพลักษณ์องค์กรเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการรับรู้และการตัดสินใจของผู้บริโภค จึงต้องศึกษาภาพลักษณ์องค์การตามแนวคิดของ (LeBlanc & Nguyen, 1996) โดยจะแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านชื่อเสียงองค์กร ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และด้านสถานที่องค์กร ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลการตัดสินใจซื้อโดยจะประกอบไปด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการตระหนักถึงปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ (Kotler & Keller, 2016)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น แม้ว่าสลากออมสินพิเศษดิจิทัลจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ยังไม่ชัดเจนว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์และภาพลักษณ์องค์กรด้านใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ดังนั้นการศึกษาครั้งนี้จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนากลยุทธ์การตลาดและการให้บริการของธนาคารออมสินในอนาคต ผู้วิจัยจึงศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัลและภาพลักษณ์องค์กรเพื่อนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางด้านการตลาดตลอดจนนำไปปรับปรุงแก้ไขจุดบกพร่องและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในการซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัลต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัลของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

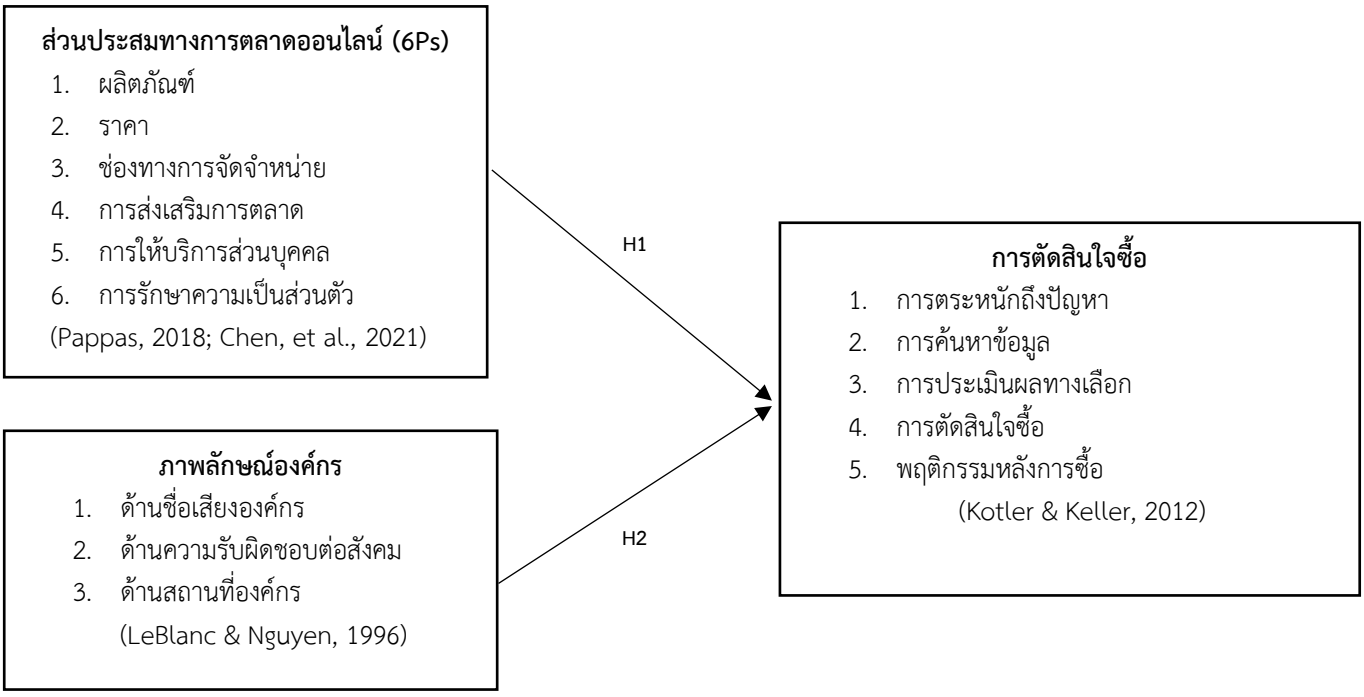
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของภาพลักษณ์องค์กรที่มีผลต่อการซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัลของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยอาศัยแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรหลัก จากการทบทวนวรรณกรรม โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ หรือ 6Ps มีรากฐานมาจากส่วนประสมทางการตลาดดั้งเดิม 4Ps (Product, Price, Place, Promotion) ที่ Borden (1964) ได้วางรากฐานไว้ และ McCarthy (1960) ได้จัดระบบให้เป็นกรอบที่นักการตลาดนำไปใช้ได้จริง ต่อมาเมื่อการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เติบโตขึ้น 4Ps ไม่เพียงพอสำหรับบริบทออนไลน์ จึงได้พัฒนาโมเดล 6Ps โดยเพิ่ม Personalized Service และ Profound Experience เพื่อสะท้อนลักษณะเฉพาะของการตลาดดิจิทัล ในแวดวงวิชาการด้าน E-Commerce จึงได้ปรับเป็น Privacy (การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล) และ Personalization (การให้บริการเฉพาะบุคคล) ซึ่งสะท้อนถึงความจำเป็นในการสร้างความไว้วางใจและความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าในสภาพแวดล้อม

ออนไลน์ (Pappas, 2018; Chen, et al., 2021) โดยปัจจัยเหล่านี้ มีความเกี่ยวเนื่องกันและทำงานร่วมกันเพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัลได้อย่างครบถ้วน

ขณะเดียวกัน เมื่อพิจารณาตัวแปรภาพลักษณ์องค์กร ตามแนวคิดของ LeBlanc & Nguyen (1996) แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านชื่อเสียงองค์กร ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และด้านสถานที่องค์กร นอกจากนี้ การตัดสินใจซื้ออาศัยแนวคิดของ Kotler & Keller (2016) แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการตระหนักถึงปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ โดยกำหนดสมมติฐาน 2 ข้อ (H1 และ H2) รายละเอียดตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ประชากรการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่ซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัล ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

กลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนดังนั้นจำนวนของกลุ่มตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบประชากรของ Cochran (1977) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ซึ่งสูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ

$$n = \frac{p(1-p)z^2}{e^2}$$

โดยที่ n = จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
p = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม
Z = ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 หรือ 1.96 (ความเชื่อมั่น 95%)
e = สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ เท่ากับ 0.05

แทนค่าดังนี้ $$n = \frac{0.5(1-0.5)1.96^2}{(0.05)^2}$$

n = 384.16 หรือ 385 ตัวอย่าง

ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จะใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ราย โดยมีค่าความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้ที่มีคุณสมบัติตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัลและกำหนดให้เป็นคำถามคัดกรอง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ศึกษา

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลการวิจัยครั้งนี้เป็นลักษณะแบบสอบถามออนไลน์ โดยผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อสอบถามกลุ่มประชากรตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัล ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาโดยจัดทำแบบสอบถามให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดวิจัย ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลคัดกรองของผู้ตอบแบบสอบถามเบื้องต้น จำนวน 1 ข้อ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลหรือปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัล จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 4 ระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ จำนวน 18 ข้อ

ส่วนที่ 5 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร จำนวน 15 ข้อ

ส่วนที่ 6 ระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัล จำนวน 9 ข้อ

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย งานวิจัยฉบับนี้ได้ดำเนินตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา(Validity) ของแบบสอบถาม ใช้สูตรการคำนวณค่าดัชนีของความสอดคล้อง โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ประเมินความสอดคล้องระหว่างคำถามและวัตถุประสงค์ หรือการหาค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีคุณภาพ ทั้งนี้ค่า IOC ควรมีค่า 0.50 ขึ้นไป จึงถือว่ามีความเที่ยงตรงสูง และสามารถนำไปใช้งานได้จริง (กิตติพงษ์ พิพิธกุล, 2561) นอกจากนี้ ยังได้ทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามมาทดสอบกับผู้บริโภคที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ก่อนนำแบบสอบถามมาใช้งานจริง จำนวน 30 ชุด ด้วยสูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach’s Alpha Coefficient) และควรมีค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป จึงจะถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ (ธนานันต์ นุ่มแสง และธนิตา ตันตระรุ่งโรจน์, 2561) จากการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของตัวแปรแต่ละตัวมีค่าอยู่ระหว่าง 0.795-0.912 และทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.866 ซึ่งสูงกว่าค่ามาตรฐานที่กำหนดไว้ แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในระดับสูง ผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริง

3. สมมติฐานการวิจัย

3.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัลของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

3.2 ภาพลักษณ์องค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัลของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ ทำการเก็บข้อมูลจากการทำแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ (Online Questionnaire)

ผ่านช่องทาง Google Forms แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจะใช้แบบสอบถาม จำนวน 385 ราย ซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยตนเองโดยจัดทำ QR Code ของแบบสอบถามออนไลน์นำไปแจกบริเวณธนาคารออมสิน ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ทั้งหมด 7 สาขา ได้แก่ สาขาหาดใหญ่ใน สาขาบิ๊กซีเอ็กซ์ตร้า สาขานิพัทธ์อุทิศ1 สาขาเซ็นทรัล หาดใหญ่ สาขาราษฎร์อุทิศ สาขาศรีภูวนาถ สาขาถนนลพบุรีราเมศวร์ ด้วยข้อจำกัดในการเข้าถึง

จำนวนที่แท้จริงของลูกค้าในแต่ละสาขา จึงกำหนดจำนวนตัวอย่างในแต่ละสาขาที่เท่ากัน คือ สาขาละ 55 ชุด ทั้งนี้ จะใช้คำถามคัดกรองกลุ่มตัวอย่างก่อนเพื่อให้ตรงกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา คือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัล

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างใช้สถิติพรรณนา ซึ่งประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ในการอธิบายคุณลักษณะเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง และวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อวัดระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ภาพลักษณ์องค์กร และการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัล ของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา นอกจากนี้ มีการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลที่ตัวแปรอิสระส่งผลต่อตัวแปรตาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 85.19 อยู่ในช่วงอายุ 36-45 ปี มากที่สุด ร้อยละ 51.95 มีอาชีพพนักงานเอกชนมากที่สุด ร้อยละ 50.39 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ร้อยละ 47.53 ในระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมาซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัลบ่อยมากที่สุด 3-4 ครั้ง ร้อยละ 46.75 จำนวนเงินที่ใช้ซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัลต่อครั้ง 5,001-10,000 บาทมากที่สุด ร้อยละ 36.10

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นด้านการตลาดออนไลน์ ภาพลักษณ์องค์กร และการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัล

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์	ผลการประเมิน		
	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.77	0.38	มากที่สุด
2. ด้านราคา	4.69	0.45	มากที่สุด
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.76	0.45	มากที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.70	0.57	มากที่สุด
5. ด้านการให้บริการส่วนบุคคล	4.61	0.44	มากที่สุด
6. ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว	4.59	0.56	มากที่สุด
รวม	**4.69**	**0.48**	**มากที่สุด**
ภาพลักษณ์องค์กร	$\bar{X}$	**S.D.**	**การแปลผล**
1. ด้านชื่อเสียงองค์กร	4.70	0.50	มากที่สุด
2. ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	4.69	0.61	มากที่สุด
3. ด้านสถานที่	4.64	0.51	มากที่สุด
รวม	**4.68**	**0.55**	**มากที่สุด**
การตัดสินใจซื้อ	$\bar{X}$	**S.D.**	**การแปลผล**
1. การตระหนักถึงปัญหา	4.69	0.68	มากที่สุด
2. การค้นหาข้อมูล	4.65	0.71	มากที่สุด
3. การประเมินทางเลือก	4.64	0.72	มากที่สุด
4. การตัดสินใจซื้อ	4.64	0.66	มากที่สุด
5. พฤติกรรมหลังการซื้อ	4.62	0.66	มากที่สุด
รวม	**4.65**	**0.69**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ภาพลักษณ์องค์กร และการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมเท่ากับ 4.69, 4.68 และ 4.65 ตามลำดับ ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายตัวแปร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.77)

ขณะที่ภาพลักษณ์องค์กร ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านชื่อเสียงองค์กร (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.70) และการตัดสินใจซื้อด้านการตระหนักถึงปัญหา มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.69)

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์

ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6	VIF	Tolerance
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1)	-	0.57**	0.38**	0.34**	0.29**	0.34**	1.57	0.63
2. ด้านราคา (X_2)		-	0.48**	0.38**	0.32**	0.44**	1.83	0.54
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3)			-	0.38**	0.31**	0.36**	1.43	0.69
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (X_4)				-	0.48**	0.40**	1.53	0.65
5. ด้านการให้บริการส่วนบุคคล (X_5)					-	0.37**	1.40	0.71
6. ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว (X_6)						-	1.42	0.70

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรภาพลักษณ์องค์กร

ภาพลักษณ์องค์กร	X_7	X_8	X_9	VIF	Tolerance
1. ด้านชื่อเสียงองค์กร (X_7)	-	0.23**	0.14**	1.06	0.93
2. ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (X_8)		-	0.23**	1.11	0.90
3. ด้านสถานที่ (X_9)			-	1.06	0.93

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการตรวจสอบเงื่อนไขเบื้องต้น ก่อนการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ตามตารางที่ 2-3 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ และภาพลักษณ์องค์กร ตัวแปรอิสระแต่ละด้านย่อยมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งอาจเกิดปัญหาความสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ผู้วิจัยจึงทดสอบด้วยค่า VIF พบว่า ค่า VIF ของตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ มีค่าอยู่ระหว่าง 1.40-1.83 และค่า VIF ของตัวแปรภาพลักษณ์องค์กร มีค่าตั้งแต่ 1.06-1.11 ซึ่งอยู่ในช่วงมาตรฐาน โดย Belsley (1991) กล่าวว่าค่า VIF ควรน้อยกว่า 10 จึงจะยืนยันว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระเหล่านั้น ไม่พบปัญหา Multicollinearity และสามารถนำตัวแปรไปใช้ในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณได้อย่างเหมาะสม

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัลของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ พบว่า แบบจำลองการถดถอยพหุคูณมีความเหมาะสมและมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์สามารถร่วมกันอธิบายการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัลของผู้บริโภคได้อย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด (R^2 = 0.200) แสดงว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 6 ด้าน สามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัลได้ร้อยละ 20.0 โดยตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ได้แก่ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการให้บริการส่วนบุคคล ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัล ของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัล ของผู้บริโภค เมื่อพิจารณาจากสัมประสิทธิ์การถดถอย พบว่า ด้านการให้บริการส่วนบุคคล มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ ตามตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัล ของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์	การตัดสินใจซื้อ				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (a)	3.083	0.198		15.587	0.000**
1. ด้านผลิตภัณฑ์	-0.033	0.033	-0.058	-0.998	0.319
2. ด้านราคา	0.087	0.038	0.142	2.270	0.000**
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.060	0.033	0.101	1.829	0.068
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.103	0.035	0.169	2.968	0.000**
5. ด้านการให้บริการส่วนบุคคล	0.104	0.033	0.170	3.125	0.000**
6. ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว	0.048	0.037	0.070	1.279	0.202
R^2 = 0.200, Adjusted R^2 = 0.187, SEE = 0.13946, F = 15.710 Sig. = 0.000					

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ภาพลักษณ์องค์กรที่มีผลต่อการซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัลของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณระหว่างภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัลของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ภาพลักษณ์องค์กร	การตัดสินใจซื้อ				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (a)	2.269	0.246		9.214	0.000**
1. ด้านชื่อเสียงองค์กร	0.199	0.036	0.252	5.458	0.000**
2. ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	0.110	0.038	0.135	2.874	0.000**
3. ด้านสถานที่	0.225	0.033	0.318	6.893	0.000**
R^2 = 0.242, Adjusted R^2 = 0.236, SEE = 0.13519, F = 40.526 Sig. = 0.000					

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

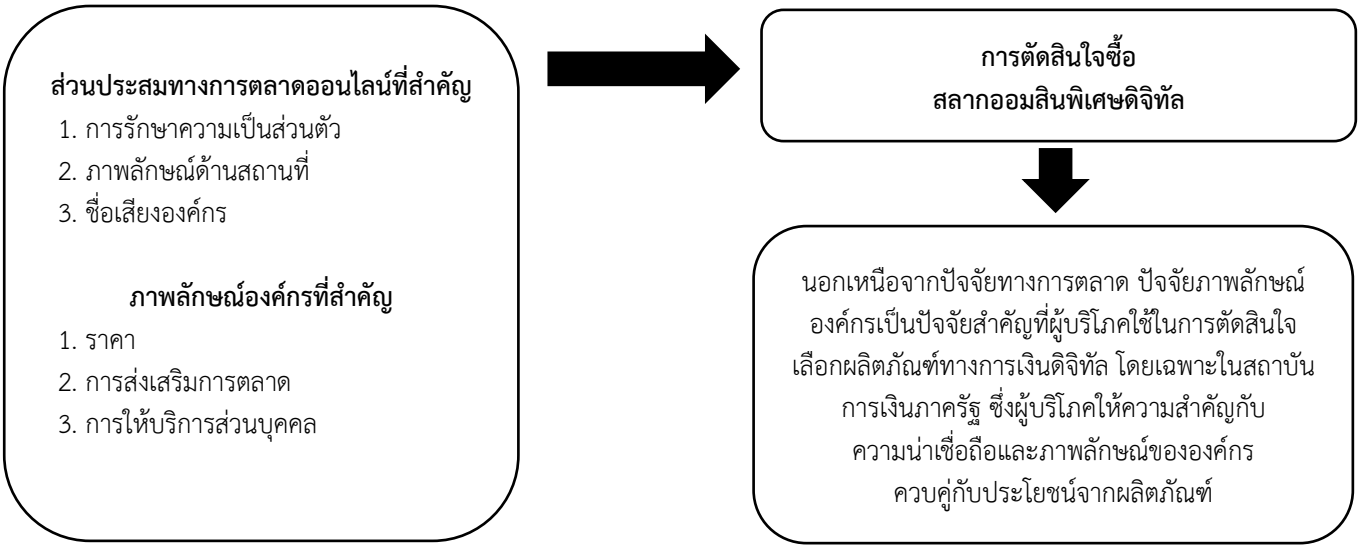
จากตารางที่ 5 แบบจำลองการถดถอยพหุคูณมีความเหมาะสมและมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่าภาพลักษณ์องค์กรสามารถร่วมกันอธิบายการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัลของผู้บริโภคได้อย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด (R^2 = 0.242) แสดงว่า ตัวแปรด้านภาพลักษณ์องค์กรทั้ง 3 ด้าน สามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัลได้ร้อยละ 24.2 การวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม พบว่า ภาพลักษณ์องค์กร ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านชื่อเสียงองค์กร ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และด้านสถานที่ ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัลของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเมื่อพิจารณาจากสัมประสิทธิ์การถดถอย พบว่า ด้านสถานที่ มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านชื่อเสียงองค์กร และด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ตามลำดับ

อภิปรายผล

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6Ps) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัลของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านการให้บริการส่วนบุคคล ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา โดยด้านการให้บริการส่วนบุคคลมีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ ขณะที่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ไม่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสลากออมสินพิเศษดิจิทัลเป็นผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่มีรูปแบบและเงื่อนไขค่อนข้างชัดเจนและเป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสิน ผู้บริโภคจึงให้ความสำคัญกับการดูแลเอาใจใส่ การให้คำแนะนำเฉพาะบุคคล และการสื่อสารข้อมูลที่เข้าใจง่ายมากกว่าความแตกต่างของตัวผลิตภัณฑ์เอง นอกจากนี้ การจัดโปรโมชั่นหรือกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การประชาสัมพันธ์รางวัล หรือสิทธิพิเศษต่าง ๆ สามารถกระตุ้นการตัดสินใจในระยะสั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงราคาหรือเงื่อนไขด้านผลตอบแทนที่เหมาะสมก็เป็นแรงจูงใจสำคัญในการตัดสินใจซื้อ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของ Pappas (2018) และ Chen, et al. (2021) ที่อธิบายว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและราคามีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยเฉพาะในบริบทที่สินค้าไม่มีความแตกต่างอย่างชัดเจน อีกทั้งยังสะท้อนว่าการตลาดออนไลน์ในยุคปัจจุบันต้องให้ความสำคัญกับการสร้างประสบการณ์เฉพาะบุคคล (Personalization) ควบคู่กับ กลยุทธ์ด้านราคาและโปรโมชั่นอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Pappas (2018) และ Chen et al. (2021) ที่อธิบายว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและราคามีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยเฉพาะในบริบทที่สินค้าไม่มีความแตกต่างอย่างชัดเจน ดังนั้นผลการศึกษานี้จึงสะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการได้รับบริการส่วนบุคคลและการให้ข้อมูลที่ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับ Cai & Mardani (2023) ที่อธิบายว่า Personalized Marketing ช่วยลดต้นทุนการค้นหาและยกระดับประสบการณ์การตัดสินใจของผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม แม้ปัจจัยด้านราคาจะเป็นมาตรฐานเดียวกัน ผู้บริโภคยังคงให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับผลตอบแทนมากกว่าลักษณะผลิตภัณฑ์หรือช่องทางการจัดจำหน่าย สำหรับปัจจัยที่ไม่มีนัยสำคัญนั้นสอดคล้องกับข้อค้นพบของ ณัฐวุฒิ ยอดใจ และคณะ (2568) ที่พบว่า น้ำหนักของแต่ละองค์ประกอบ 6Ps แตกต่างกันตามบริบทผลิตภัณฑ์และกลุ่มผู้บริโภค ชี้ให้เห็นว่าการนำ 6Ps ไปประยุกต์ใช้ไม่ควรตีความว่าทุกองค์ประกอบจะส่งผลเท่าเทียมกันในทุกบริบท

ภาพลักษณ์องค์กรที่มีผลต่อการซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัลของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่าภาพลักษณ์องค์กรทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านชื่อเสียงองค์กร และด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านสถานที่มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านชื่อเสียงองค์กร และด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะแม้ผลิตภัณฑ์จะอยู่ในรูปแบบดิจิทัล แต่ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคยังคงผูกโยงกับภาพลักษณ์โดยรวมขององค์กร โดยเฉพาะความมั่นคงน่าเชื่อถือ และความพร้อมของสถานที่ให้บริการ ซึ่งสะท้อนถึงความเป็นองค์กรของรัฐที่มีความมั่นคงสูง ภาพลักษณ์ที่ดีของธนาคารออมสิน ในด้านชื่อเสียงและความรับผิดชอบต่อสังคม ยังช่วยสร้างความไว้วางใจให้แก่ผู้บริโภคในการตัดสินใจลงทุนหรือออมเงินผ่านผลิตภัณฑ์ดิจิทัล นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุจิตรา คำกัมพล (2565) พบว่าภาพลักษณ์องค์กร ด้านชื่อเสียงองค์กรส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นผลการศึกษานี้จึงสะท้อนให้เห็นว่าภาพลักษณ์องค์กรมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือ ความมั่นคงและความพร้อมของสถานที่ให้บริการ

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่

การศึกษาครั้งนี้ได้ขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินดิจิทัล โดยแสดงให้เห็นว่าการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัลได้รับอิทธิพลจากทั้งปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์และภาพลักษณ์องค์กรร่วมกัน โดยในมิติของการตลาดออนไลน์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลสำคัญ ได้แก่ การให้บริการส่วนบุคคล การส่งเสริมการตลาด และราคา ขณะที่ในมิติของภาพลักษณ์องค์กร พบว่า ด้านสถานที่ ด้านชื่อเสียงองค์กร และด้านความรับผิดชอบต่อสังคม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ช่วยยืนยันว่า นอกเหนือจากปัจจัยทางการตลาดแล้ว ภาพลักษณ์องค์กรยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ทางการเงินดิจิทัล โดยเฉพาะในบริบทของสถาบันการเงินภาครัฐ ซึ่งผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ขององค์กรมากควบคู่ไปกับประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ ข้อค้นพบดังกล่าวช่วยขยายขอบเขตการประยุกต์ใช้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์และภาพลักษณ์องค์กรในบริบทของผลิตภัณฑ์ทางการเงินดิจิทัลของธนาคารออมสิน

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัลของผู้บริโภคไม่ได้ขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว แต่ได้รับอิทธิพลจากทั้งปัจจัยด้านการตลาดออนไลน์และภาพลักษณ์องค์กรร่วมกัน โดยในมิติของการตลาดออนไลน์ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการได้รับบริการที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคล การสื่อสารทางการตลาด และความคุ้มค่าที่ได้รับ ขณะที่ในมิติของภาพลักษณ์องค์กร ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือ ความมั่นคง และภาพลักษณ์โดยรวมของธนาคารออมสิน ซึ่งช่วยสร้างความเชื่อมั่นในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินดิจิทัล ข้อค้นพบดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ในบริบทของผลิตภัณฑ์ทางการเงินดิจิทัล ผู้บริโภคมิได้พิจารณาเพียงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังคำนึงถึงความไว้วางใจและความมั่นใจที่มีต่อองค์กรควบคู่กันไป ดังนั้น การพัฒนากลยุทธ์การตลาดดิจิทัลและการเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจซื้อและการยอมรับผลิตภัณฑ์ทางการเงินดิจิทัลของผู้บริโภคในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ธนาคารควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาการให้บริการส่วนบุคคล (Personalization) ผ่านช่องทางดิจิทัล เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัลมากที่สุดในกลุ่มปัจจัยด้านการตลาดออนไลน์ ดังนั้น ธนาคารควรนำข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานและความสนใจของลูกค้ามาประยุกต์ใช้ในการสื่อสารทางการตลาด เช่น การแจ้งเตือนข้อมูลผลิตภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์สิทธิประโยชน์ หรือการนำเสนอข้อมูลที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าแต่ละราย เพื่อเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลและสนับสนุนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

1.2 ธนาคารควรพัฒนากิจกรรมส่งเสริมการตลาดและการสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ โดยอาจมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับผลตอบแทน สิทธิประโยชน์ โอกาสในการได้รับรางวัล รวมถึงการใช้สื่อดิจิทัลในการสื่อสารข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเพิ่มการรับรู้และกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภคต่อสลากออมสินพิเศษดิจิทัลมากยิ่งขึ้น

1.3 จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านสถานที่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการตัดสินใจซื้อในมิติของภาพลักษณ์องค์กร ธนาคารออมสินจึงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาสภาพแวดล้อมของสาขาและจุดให้บริการให้มีความทันสมัย สะอาด เป็นระเบียบ และสามารถเข้าถึงได้สะดวก รวมทั้งพัฒนาช่องทางการให้บริการดิจิทัลควบคู่กันไป เพื่อสร้างความประทับใจและเสริมสร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อองค์กรและผลิตภัณฑ์ทางการเงินดิจิทัลของธนาคาร

1.4 ธนาคารควรรักษาและพัฒนาภาพลักษณ์องค์กรอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะด้านชื่อเสียงองค์กรและความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งผลการวิจัยพบว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น ธนาคารควรสื่อสารบทบาทในการเป็นสถาบันการเงินของรัฐที่มีความมั่นคง น่าเชื่อถือ และดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง เพื่อการรับรู้เชิงบวกและเสริมสร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินดิจิทัลในระยะยาว

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

หน่วยงานภาครัฐและสถาบันการเงินอื่นสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนานโยบายส่งเสริมการออมผ่านช่องทางดิจิทัล โดยเน้นการสร้างระบบนิเวศทางการเงินที่ปลอดภัย น่าเชื่อถือ และตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ทั้งนี้ ควรสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยลดความเสี่ยงในการทำธุรกรรม และส่งเสริมความรู้ทางการเงิน (Financial Literacy) ควบคู่กันไป การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยอื่นที่อาจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัลเพิ่มเติม เช่น ความไว้วางใจต่อองค์กร การรับรู้ความปลอดภัยของระบบดิจิทัล คุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ หรือการยอมรับเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มความสามารถในการอธิบายพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กิตติพงษ์ พิพิธกุล. (2561). คุณภาพเครื่องมือแบบสอบถาม : Validity กับ Reliabilty ในการวิจัยทางรัฐประศาสนศาสตร์. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 8*(2), 104–110.

ณัฐวุฒิ ยอดใจ, ญาณิฐา ราชคม และ ทัดพงศ์ อวิโรธนานนท์. (2568). ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6Ps) และพฤติกรรมผู้บริโภค ชาวไทยบนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก. *วารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ ราชมงคลล้านนา, 13*(2), 75–90.

ธนาคารออมสิน. (2567). *รายงานผลประกอบการประจำปี 2567*. สืบค้นจาก https://www.gsb.or.th.

ธนานันต์ นุ่มแสง และ ธนิตา ตันตระรุ่งโรจน์. (2561). การทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของแบบประเมินกลยุทธ์ในการรับมือกับความเครียดแบบสั้นฉบับภาษาไทย. *วารสารสมาคมจิตแพทย์แห่งประเทศไทย, 63*(2), 189–198.

วรสิญน์ พานิชกุล. (2563). *การยอมรับเทคโนโลยีและความตั้งใจที่จะใช้โมบายแบงกิ้งแอปพลิเคชัน ของผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาธุรกิจบัณฑิตย์).

สุจิตรา คำกัมพล. (2565). ปัจจัยด้านการตลาดและภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจ ซื้อซ้ำสลากออมทรัพย์ในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 2*(2), 49–59.

Armstrong, G., & Kotler, P. (2009). *Marketing: An introduction*. (9th ed.). Upper Saddle River: Pearson Education.

Belsley, D. A. (1991). A guide to using the collinearity diagnostics. *Computer Science in Economics and Management, 4*(1), 33-50.

Borden, N. H. (1964). The concept of the marketing mix. *Journal of advertising research, 4*(2), 2-7.

Cai, H., & Mardani, A. (2023). Research on the impact of consumer privacy and intelligent personalization technology on purchase resistance. *Journal of Business Research, 161*, 113811.

Chen, X., Sun, J., & Liu, H. (2022). Balancing web personalization and consumer privacy concerns: Mechanisms of consumer trust and reactance. *Journal of consumer behaviour, 21*(3), 572-582.

Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques*. (3rd ed.). New York: Wiley.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing*. (15th ed.). New York: Pearson Publishing.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. (15th ed.). New York: Pearson Education.

LeBlanc, G., & Nguyen, N. (1996). Cues used by customers evaluating corporate image in service firms: An empirical study in financial institutions. *International Journal of service Industry Management, 7*(2), 44-56.

McCarthy, E. J. (1960). *Basic marketing: A managerial approach*. Homewood, Illinois: Richard D. Irwin.

Pappas, I. O. (2018). User experience in personalized online shopping: a fuzzy-set analysis. *European Journal of Marketing, 52*(7-8), 1679-1703.

JSSP: Journal of Social Science Panyapat, 2026. 8(2): 159-170.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSSP
Journal of Social Science Panyapat
https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSSP/index

Research Article

The Effect of Game-Based Learning with Think-Pair-Share Technique on Academic Achievement of Grade 2 Students in Social Studies on "Good People of the Community"

Werika Homson[1*] and Pasuda Pakapol[2]

[1] *Master of Education in Innovative Curriculum and Learning Management, Faculty of Education, Ramkhamhaeng University, Thailand*

[2] *Department of Curriculum and Instruction, Faculty of Education, Ramkhamhaeng University, Thailand*

[*] *Corresponding author. E-mail: werika2521@gmail.com*

ABSTRACT

The research objectives were to: 1) compare the academic achievement of Grade 2 students on the topic "Good People of the Community" before and after being taught using Game-Based Learning with the Think-Pair-Share technique, and 2) study the students' satisfaction with this instructional approach in the Social Studies course. The sample consisted of 30 students from Grade 2, Class 2 at Phetthanom School, Lat Phrao District, Bangkok, during the first semester of the 2025 academic year, obtained through cluster random sampling. The research instruments included: (1) five educational games on "Good People of the Community," (2) lesson plans based on Game-Based Learning with the Think-Pair-Share technique, (3) an academic achievement test, and (4) a satisfaction assessment form. Data were analyzed using means, standard deviations (S.D.), and dependent samples t-tests. The results of the study revealed that: 1) the academic achievement of Grade 2 students on "Good People of the Community" after being taught using Game-Based Learning with the Think-Pair-Share technique was significantly higher than the pre-learning scores at the .05 level, and 2) the overall satisfaction of Grade 2 students toward the learning management using Game-Based Learning with the Think-Pair-Share technique on the topic "Good People of the Community" was at a high level.

Keywords: Game-Based Learning, Think-Pair-Share Technique, Academic Achievement, Social Studies, Good People of the Community

Received: 12 April 2026;
Revised: 23 May 2026;
Accepted: 24 June 2026

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat
ISSN: 3027-6748 (Online)

ผลการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิดที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ในวิชาสังคมศึกษา เรื่อง คนดีของชุมชน

เวริกา โฮมสอน[1*] และ ภาสุดา ภาคาผล[2]

[1] นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชานวัตกรรมหลักสูตรและการจัดการเรียนรู้ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

[2] ภาควิชาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

* Corresponding author. E-mail: werika2521@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง คนดีของชุมชน ระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียน ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิด และ 2) ศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิด ในวิชาสังคมศึกษา เรื่อง คนดีของชุมชน กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ห้อง 2 โรงเรียนเพชรถนอม สำนักงานเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568 จำนวน 30 คน ได้มาจากการสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม โดยใช้ห้องเรียนเป็นหน่วยสุ่ม เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ (1) เกมการศึกษา เรื่อง คนดีของชุมชน จำนวน 5 เกม (2) แผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิด (3) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และ (4) แบบประเมินความพึงพอใจ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าทีแบบไม่เป็นอิสระต่อกัน ผลการศึกษาพบว่า 1) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง คนดีของชุมชน หลังเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิด สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2) ความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิด ในวิชาสังคมศึกษา เรื่อง คนดีของชุมชน มีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: การจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐาน, เทคนิคเพื่อนคู่คิด, ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน, วิชาสังคมศึกษา, คนดีของชุมชน

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat

บทนำ

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในยุคศตวรรษที่ 21 ส่งผลให้โลกเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลัน ซึ่งพลวัตเหล่านี้ได้เข้ามามีบทบาทและส่งผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินชีวิตรวมถึงระบบการศึกษาของประเทศไทย จากบริบทดังกล่าวจึงเกิดความจำเป็นอย่างยิ่งในการเตรียมความพร้อมด้านทรัพยากรบุคคล โดยต้องมุ่งสร้างผู้เรียนให้เพรียบพร้อมไปด้วยองค์ความรู้ ทักษะกระบวนการคิด และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ เพื่อให้สามารถปรับตัวและอยู่ร่วมกับบุคคลอื่นท่ามกลางความหลากหลายทางวัฒนธรรมได้อย่างราบรื่น (วิจารณ์ พาณิช, 2555) การพัฒนาดังกล่าวเป็นไปตามทิศทางของพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติและแผนการศึกษาแห่งชาติที่ต้องการหล่อหลอมพลเมืองให้มีคุณภาพและพร้อมรับกับทุกความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม นับเป็นวิชาบูรณาการที่เป็นรากฐานสำคัญในการสร้างสรรค์พลเมืองดี โครงสร้างหลักสูตรได้ครอบคลุมเนื้อหา 5 สาระหลัก ได้แก่ ศาสนา ศีลธรรมและจริยธรรม, หน้าที่พลเมือง วัฒนธรรมและการดำเนินชีวิตในสังคม, เศรษฐศาสตร์, ประวัติศาสตร์และภูมิศาสตร์ เป้าหมายสูงสุดของวิชานี้คือการยกระดับศักยภาพของผู้เรียนให้เท่าทันปรากฏการณ์ทางสังคม มีวิจารณญาณในการคิดวิเคราะห์ ตลอดจนประพฤติตนเป็นสมาชิกที่ดีของทั้งสังคมไทยและประชาคมโลก เนื้อหาที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการปลูกฝังวิถีประชาธิปไตย และการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข คือ สาระที่ 2 หน้าที่พลเมือง วัฒนธรรมและการดำเนินชีวิตในสังคม หน่วยการเรียนรู้ คนดีของชุมชน ซึ่งเป็นหัวใจหลักในการขัดเกลาคุณธรรม จริยธรรม

สร้างจิตสำนึกสาธารณะ สอนให้เคารพ กฎ กติกาของส่วนรวม และเปิดใจรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่าง การหล่อหลอมสิ่งเหล่านี้อย่างเหมาะสมจะช่วยสร้างพลเมืองที่มีความรับผิดชอบและมีวุฒิภาวะในการจัดการความขัดแย้งต่าง ๆ ด้วยสันติวิธี (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560)

ผลจากการสำรวจและประเมินแนวทางการจัดการศึกษา ณ ปัจจุบัน ชี้ให้เห็นว่ารูปแบบการจัดกิจกรรมในชั้นเรียนยังคงให้น้ำหนักกับการอธิบายทฤษฎีและการท่องจำ ผู้สอนยังคงใช้วิธีสื่อสารทางเดียวเป็นหลัก แทนที่จะสร้างกระบวนทัศน์ให้ผู้เรียนได้ร่วมกันตั้งคำถาม ถกเถียง หรือนำเอาองค์ความรู้ไปปรับประยุกต์ใช้กับบริบทของสังคมรอบตัว สภาพแวดล้อมเช่นนี้บั่นทอนความกระตือรือร้นและลดทอนบทบาทของผู้เรียนในการทำกิจกรรมร่วมกันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ อุปสรรคดังกล่าวกระทบไปยังผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาโดยตรง โดยมีหลักฐานเชิงประจักษ์จากผลการประเมินที่สะท้อนว่าผู้เรียนไม่สามารถเข้าถึงแก่นแท้ของเนื้อหา ขาดกระบวนการคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ และไร้สมรรถนะในการนำทักษะไปใช้จริง มากไปกว่านั้น บรรยากาศการเรียนที่ไม่กระตุ้นความสนใจยังเป็นตัวการสำคัญที่บ่มเพาะความรู้สึกเชิงลบต่อวิชาสังคมศึกษา ทำให้ผู้เรียนตีตราว่าเป็นวิชาที่น่าเบื่อหน่าย ต้องท่องจำ และไม่สอดคล้องกับชีวิตประจำวัน ปมปัญหาเหล่านี้จึงเป็นความท้าทายหลักที่ทำให้การศึกษาไม่ก้าวไปสู่จุดมุ่งหมายสูงสุดตามที่หลักสูตรกำหนดไว้ (สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2566)

ดังนั้น การคิดค้นรูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่ช่วยสร้างความตื่นตัว สร้างแรงบันดาลใจ และทำให้ผู้เรียนสนุกสนานไปกับการเรียนรู้ จึงนับเป็นตัวแปรสำคัญที่จะช่วยยกระดับความสำเร็จทางวิชาการได้อย่างเป็นรูปธรรม ในการนี้ การจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐาน (Game-Based Learning) ถือเป็นนวัตกรรมการจัดการเรียนรู้ที่สามารถแก้ปัญหาดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นได้อย่างตรงจุด โดยอาศัย “เกม” เป็นเครื่องมือหลักในการนำพากระบวนการเรียนรู้ให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้วิธีการนี้จะมุ่งเน้นให้ผู้เรียนเข้าไปมีส่วนร่วมในสถานการณ์จำลองที่มีการกำหนดกติกาและเงื่อนไขอย่างเป็นระบบ แก่นแท้ของกระบวนการนี้อยู่ที่ผู้สอนจะนำเอาพฤติกรรมระหว่างการทำกิจกรรม รวมถึงผลลัพธ์จากเกม มาเป็นประเด็นให้ผู้เรียนได้ร่วมกันแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อสกัดเป็นองค์ความรู้และสร้างความเข้าใจที่ฝังลึกยาวนาน รูปแบบการจัดการเรียนรู้นี้จึงเป็นการบูรณาการความบันเทิงเข้ากับสาระวิชา ซึ่งมีส่วนช่วยอย่างมากในการดึงดูดความสนใจ สร้างแรงขับเคลื่อนให้ประสบความสำเร็จ และเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ซึมซับความรู้ท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่เต็มไปด้วยความท้าทาย หากมีการออกแบบเกมอย่างรัดกุม จะสามารถแฝงเนื้อหาเชิงวิชาการพร้อมทั้งช่วยขัดเกลาทักษะด้านการคิดอย่างมีวิจารณญาณ การจัดการปัญหา การสื่อสาร การประสานงานกับกลุ่ม ตลอดจนการปฏิบัติตามกฎระเบียบ ซึ่งล้วนตอบรับกับกรอบการพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 ในกระบวนการนี้ ผู้สอนจะปรับเปลี่ยนบทบาทมาเป็นผู้คอยให้กำลังใจ เสริมแรงบวก และบริหารจัดการเนื้อหาให้ดำเนินไปตามแผนการจัดการเรียนรู้ที่เตรียมไว้ พร้อมทั้งทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวกตลอดกิจกรรม องค์ประกอบเหล่านี้คือกลไกสำคัญที่จะผลักดันให้ผู้เรียนตกผลึกทางความคิดอย่างลึกซึ้งและนำไปสู่การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาที่ดียิ่งขึ้นในท้ายที่สุด (ทิศนา แขมมณี, 2567) การใช้เกมเป็นสื่อนำในการสอนการประยุกต์ใช้แนวทางการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยรูปแบบเพื่อนคู่คิด (Think-Pair-Share) ถือเป็นอีกหนึ่งกลวิธีที่สนับสนุนให้ผู้เรียนทุกคนเข้ามามีบทบาทในชั้นเรียนอย่างเท่าเทียม แนวทางนี้จะมอบพื้นที่ให้ผู้เรียนได้ตกผลึกความคิดด้วยตนเองก่อนจะนำไปเสวนากับคู่ของตน และร่วมกันสังเคราะห์เป็นองค์ความรู้ใหม่ โดยมีลำดับขั้นการปฏิบัติ 3 ระยะ คือ การใช้เวลาคิดไตร่ตรองตามลำพัง (Think) การจับคู่เพื่อถ่ายทอดมุมมองระหว่างกัน (Pair) ตลอดจนการนำเสนอข้อค้นพบสู่เพื่อนร่วมชั้น (Share) ขั้นตอนเหล่านี้ล้วนเป็นกลไกสำคัญในการขัดเกลาสมรรถนะด้านการสื่อสาร ทั้งการรับฟังและการพูด อีกทั้งยังปลูกฝังความเคารพในความแตกต่างและการทำงานประสานกับผู้อื่น ซึ่งช่วยกระตุ้นให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างการเรียนและทำให้เข้าใจแก่นของเนื้อหาได้อย่างถ่องแท้ (Lyman, 1987) ประเด็นดังกล่าวสัมพันธ์กับผลงานวิจัยของ พนิดา ขูรูรักษ์และอรัญ ซุยกระเดื่อง (2567) ที่ได้สำรวจการนำเทคนิคเพื่อนคู่คิดมาใช้พัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชา หน้าที่พลเมืองสำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 5 ซึ่งผลการวิเคราะห์ชี้ชัดว่า วิธีการนี้มีศักยภาพสูงในการขับเคลื่อนการเรียนรู้โดยเฉพาะการยกระดับทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์และการปลูกฝังวินัยในตนเอง ยิ่งไปกว่านั้น ผู้เรียนยังแสดงระดับความพึงพอใจต่อกิจกรรมในเกณฑ์ที่สูงมาก ข้อค้นพบนี้จึงเป็นเครื่องยืนยันว่ากลวิธีเพื่อนคู่คิดสามารถเสริมสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันได้อย่างเป็นรูปธรรม

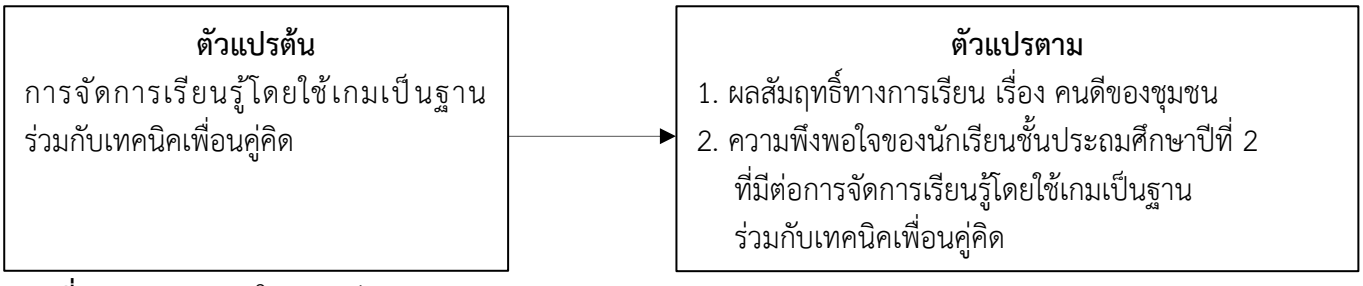
ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญและมีความมุ่งหวังที่จะนำรูปแบบการเรียนรู้ผ่านเกมมาประยุกต์ใช้ควบคู่กับกลวิธีเพื่อนคู่คิด เพื่อเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมการศึกษาในรายวิชาสังคมศึกษา หน่วยการเรียนรู้ คนดีของชุมชน สำหรับนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 การผสานนวัตกรรมทั้งสองรูปแบบนี้เข้าด้วยกันนับเป็นการบูรณาการที่ทรงประสิทธิภาพ เนื่องจากแต่ละวิธีล้วนมีจุดเด่นในการกระตุ้นความกระตือรือร้นของผู้เรียนในมิติที่เสริมรับกันอย่างลงตัว กล่าวคือ การใช้เกมจะทำหน้าที่เป็นกลไกขับเคลื่อนความสนุกสนานและสร้างแรงบันดาลใจ ในขณะที่กลวิธีเพื่อนคู่คิดจะเข้ามาช่วยเติมเต็มกระบวนการพัฒนาทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์และการสื่อสารอย่างเป็นระบบการนำแนวทางปฏิบัติทั้งสองมาใช้ร่วมกันจึงเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้รับประสบการณ์ที่ครอบคลุมครบถ้วน ทั้งมิติด้านอารมณ์ สังคม และสติปัญญาไปในคราวเดียวกัน กระบวนการเหล่านี้จะหล่อหลอมให้เกิดการเรียนรู้อย่างมีความหมาย ช่วยให้ผู้เรียนสามารถทำความเข้าใจเนื้อหาสาระได้อย่างถ่องแท้ ตลอดจนเป็นฟันเฟืองสำคัญในการยกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการวิชาการ สร้างความพึงพอใจในระหว่างการทำกิจกรรม และท้ายที่สุดจะช่วยบ่มเพาะเจตคติเชิงบวกที่มีต่อวิชาสังคมศึกษาได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง คนดีของชุมชน ระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียน ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิด
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิด ในวิชาสังคมศึกษา เรื่อง คนดีของชุมชน

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดในการวิจัย

การจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานเป็นแนวทางที่ช่วยส่งเสริมการมีส่วนร่วมและกระตุ้นแรงจูงใจในการเรียนรู้ของผู้เรียน โดยเกมถูกออกแบบให้มีเป้าหมาย กติกา และสถานการณ์ที่เชื่อมโยงกับเนื้อหาการเรียนรู้ ซึ่งช่วยให้ผู้เรียนเกิดการคิดวิเคราะห์และเรียนรู้อย่างมีความหมาย (ทิศนา แขมมณี, 2567) ขณะเดียวกัน เทคนิคเพื่อนคู่คิดเป็นรูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนคิดเป็นรายบุคคล แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเป็นคู่ และนำเสนอร่วมกันทั้งชั้นเรียน ซึ่งช่วยพัฒนาทักษะการคิดและการสื่อสาร (Lyman,1987) งานวิจัยหลายชิ้นพบว่าการบูรณาการเกมเป็นฐานร่วมกับการเรียนรู้แบบร่วมมือสามารถช่วยเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความพึงพอใจของผู้เรียนได้อย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยใช้การจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิดเป็นตัวแปรต้น และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง คนดีของชุมชน รวมทั้งความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้ เป็นตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบก่อนทดลอง (Pre-Experimental Designs) ประเภทการวิจัยแบบก่อนทดลอง (Pre-Experimental Designs) ดำเนินการทดลองตามแบบแผนการวิจัยกลุ่มเดียวสอบก่อนและสอบหลัง (The One-Group Pretest-Posttest Design) ดังนี้

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนเพชรถนอม ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568 จำนวน 6 ห้อง มีนักเรียนจำนวน 194 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ห้อง 2 โรงเรียนเพชรถนอม ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568 จำนวน 30 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) โดยใช้ห้องเรียนเป็นหน่วยสุ่ม

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือเพื่อนำมาใช้ในการวิจัยมี 4 ชนิด ดังนี้

2.1 สื่อการเรียนรู้ประเภทเกม ในหน่วย คนดีของชุมชน ซึ่งถูกพัฒนาขึ้นมารวมทั้งสิ้น 5 กิจกรรม ประกอบด้วย 1) เกมผู้รักษาระเบียบ 2) เกมมารยาทดี 3) เกมบันไดสิทธิงูแห่งสันติ 4) เกมการปฏิบัติตนเป็นสมาชิกที่ดีของชุมชน และ 5) เกมเส้นทางผู้นำคนดีของชุมชน ขั้นตอนการพัฒนาสื่อชุดนี้เริ่มต้นจากการศึกษาและอิงตามมาตรฐานของหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 สำหรับรายวิชาสังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม ระดับประถมศึกษาปีที่ 2 โดยเจาะจงที่สาระที่ 2 ว่าด้วยหน้าที่พลเมือง วัฒนธรรม และการดำเนินชีวิตในสังคม ภายใต้หัวข้อ คนดีของชุมชน เมื่อกระบวนการออกแบบเบื้องต้นเสร็จสิ้น ผู้วิจัยได้นำชุดเกมดังกล่าวเข้าเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อรับการพิจารณาความถูกต้องและความสอดคล้องของเนื้อหา ก่อนจะนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงชิ้นงานให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ลำดับถัดมาได้นำสื่อฉบับปรับปรุงส่งมอบให้กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพผ่านเครื่องมือประเมินผลแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ซึ่งครอบคลุมการพิจารณาทั้งในมิติความครบถ้วนของเนื้อหา การใช้ภาษา ความสอดคล้องกับจุดประสงค์ องค์ประกอบทางกายภาพของสื่อ และรูปแบบของกิจกรรมประกอบ ท้ายที่สุด ผลจากการประเมินชี้ให้เห็นว่า ภาพรวมของคุณภาพเครื่องมือชุดเกม คนดีของชุมชน มีความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.82 , S.D. = 0.38)

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการจัดกิจกรรมประกอบด้วย แผนการจัดการเรียนรู้รายวิชาสังคมศึกษา หน่วย คนดีของชุมชน ซึ่งประยุกต์ใช้นวัตกรรมเกมเป็นฐานควบคู่กับเทคนิคเพื่อนคู่คิด สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 โดยออกแบบไว้ทั้งหมด 5 แผน รวมระยะเวลาการจัดกิจกรรม 10 ชั่วโมง ได้แก่ แผนที่ 1 คนดีรู้หน้าที่ปฏิบัติตนตามข้อตกลงกติกา กฎ ระเบียบในชีวิตประจำวัน ใช้เวลา 2 ชั่วโมง แผนที่ 2 คนดีมีมารยาทไทย งามทั้งกาย วาจา ใจ ใช้เวลา 2 ชั่วโมง แผนที่ 3 คนดีอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างสันติสุข ใช้เวลา 2 ชั่วโมง แผนที่ 4 ความสัมพันธ์ของตนเองและครอบครัวกับชุมชน ใช้เวลา 2 ชั่วโมง และแผนที่ 5 การมีส่วนร่วมและความรับผิดชอบในโรงเรียนและชุมชน ใช้เวลา 2 ชั่วโมง ในขั้นตอนการพัฒนาเครื่องมือ ผู้วิจัยเริ่มต้นจากการศึกษาและวิเคราะห์มาตรฐานการเรียนรู้ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม ระดับประถมศึกษาปีที่ 2 โดยเน้นที่สาระที่ 2 หน้าที่พลเมือง วัฒนธรรม และการดำเนินชีวิตในสังคม ภายใต้กรอบเนื้อหาของหน่วย คนดีของชุมชน ก่อนจะนำข้อมูลดังกล่าวมาเป็นฐานในการกำหนดขอบเขตและสร้างกระบวนการจัดการเรียนรู้ทั้ง 5 แผน ซึ่งโครงสร้างของแผนในแต่ละชั่วโมงได้ถูกจัดแบ่งลำดับการเรียนรู้ออกเป็น 5 ขั้น ประกอบด้วย ขั้นที่ 1 การนำเข้าสู่บทเรียน ขั้นที่ 2 การสำรวจและอธิบายความรู้ผ่านเทคนิค Think-Pair-Share ขั้นที่ 3 การชี้แจงแนะนำกติกา ขั้นที่ 4 การดำเนินกิจกรรมผ่านเกมด้วยรูปแบบ Think-Pair-Share และขั้นที่ 5 การสรุปและสะท้อนความคิด (Reflection)หลังจากยกร่างเครื่องมือเสร็จสิ้นได้มีการนำเสนอกระบวนการดังกล่าวต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาความสอดคล้องของขั้นตอน ความเหมาะสมของเนื้อหาสาระ รวมถึงความถูกต้องของการใช้ภาษา เพื่อนำข้อวิจารณ์มาพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้ให้รัดกุมยิ่งขึ้น ลำดับถัดมาได้ส่งมอบร่างฉบับปรับปรุงให้แก่คณะผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการเรียนรู้วิชาสังคมศึกษาฯ 1 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านหลักสูตร 1 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ 1 ท่าน

ดำเนินการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาผ่านแบบประเมินชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ซึ่งผลลัพธ์จากการพิจารณาชี้ชัดว่า ภาพรวมของแผน การจัดการเรียนรู้ชุดนี้มีความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.89, S.D. = 0.31)

2.3 สำหรับเครื่องมือประเภทแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรายวิชาสังคมศึกษา หน่วย คนดีของชุมชน นั้น ผู้วิจัยได้ออกแบบเป็นลักษณะปรนัยชนิดเลือกตอบ 3 ตัวเลือก จำนวนทั้งสิ้น 20 ข้อ โดยในขั้นต้นได้ดำเนินการร่าง ข้อคำถามไว้จำนวน 25 ข้อ เพื่อนำเข้าสู่กระบวนการตรวจสอบคุณภาพก่อนจะคัดกรองให้เหลือเพียง 20 ข้อที่สมบูรณ์ที่สุดสำหรับนำไปใช้จริงในงานวิจัย ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวัดผลนี้ เริ่มต้นจากการวิเคราะห์รายละเอียดของมาตรฐานการเรียนรู้ ตัวชี้วัด สาระสำคัญ และจุดมุ่งหมายตามกรอบของหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 สาระที่ 2 ว่าด้วยหน้าที่พลเมือง วัฒนธรรม และการดำเนินชีวิตในสังคม โดยบูรณาการเข้ากับการประเมินพฤติกรรมทางพุทธิพิสัยโดยอาศัยกรอบแนวคิดตามระดับขั้นการเรียนรู้ของบลูม (Bloom's Taxonomy) ผู้วิจัยได้นำแบบทดสอบฉบับเริ่มต้นทั้ง 25 ข้อ เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาตลอดจนผู้ทรงคุณวุฒิรวม 3 ท่าน เพื่อพิจารณาหาค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา ซึ่งผลจากการประเมินปรากฏว่า ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มีค่ากระจายตัวอยู่ระหว่าง 0.67 ถึง 1.00 ส่งผลให้ข้อคำถามทุกข้อผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ หลังจากนั้น จึงนำเครื่องมือดังกล่าวไปดำเนินการทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมายที่เทียบเคียงกันแต่มิใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 จำนวน 30 คน เพื่อคำนวณหาค่าความยากง่าย (p) โดยใช้เกณฑ์ความยากง่ายระหว่าง 0.20-0.80 และค่าอำนาจจำแนก (r) ของแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยใช้เกณฑ์ 0.20 ขึ้นไป จากผลการวิเคราะห์พบว่ามีข้อคำถามที่เข้าเกณฑ์มาตรฐานจำนวน 20 ข้อ มีค่าความยากง่าย (p) ระหว่าง 0.36 - 0.70 และค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.20 – 0.73 จึงได้คัดเลือกไว้เป็นเครื่องมือฉบับสมบูรณ์ท้ายที่สุดได้นำผลที่ทดลองใช้มาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบทั้งฉบับโดยอาศัยสูตรคูเดอร์-ริชาร์ดสัน แบบที่ 20 (KR-20) ซึ่งคำนวณค่าความเชื่อมั่นได้เท่ากับ 0.87 สถิติดังกล่าวเป็นเครื่องยืนยันว่าแบบทดสอบชุดนี้มีประสิทธิภาพและมีความเหมาะสมอย่างยิ่งที่จะนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

2.4 สำหรับเครื่องมือประเมินระดับความพึงพอใจของผู้เรียนภายหลังได้รับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ด้วยเกมเป็นฐานผสานเทคนิคเพื่อนคู่คิด ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นในรูปแบบมาตราส่วนประมาณค่า 3 ระดับ (Rating Scale) ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามรวมทั้งสิ้น 12 ข้อ ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือเริ่มต้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนหลักการสร้างแบบประเมินความพึงพอใจ เพื่อนำมากำหนดเป็นกรอบแนวทางในการร่างข้อคำถาม ทั้งนี้ โครงสร้างของแบบประเมินได้ถูกจำแนกออกเป็น 4 องค์ประกอบหลัก ประกอบด้วย มิติด้านสาระเนื้อหา มิติด้านการดำเนินกิจกรรมในชั้นเรียน มิติด้านกระบวนการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ ตลอดจนมิติด้านคุณูปการและการนำไปประยุกต์ใช้ ภายหลังเสร็จสิ้นการยกร่างเครื่องมือ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับเริ่มต้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณา ความรัดกุม ความเหมาะสม และความชัดเจนของภาษาที่ใช้ ลำดับถัดมาได้ส่งมอบให้คณะผู้ทรงคุณวุฒิรวม 3 ท่าน ดำเนินการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับตัวชี้วัดพฤติกรรม เพื่อนำไปคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence หรือ IOC) ผลลัพธ์จากการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญชี้ให้เห็นว่า ข้อคำถามมีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.67 ถึง 1.00 ซึ่งหมายความว่าข้อคำถามทั้ง 12 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 100 มีค่าดัชนีสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่ 0.5 ขึ้นไป ข้อมูลเชิงประจักษ์นี้เป็นเครื่องยืนยันว่า แบบสอบถามความพึงพอใจต่อการเรียนด้วยนวัตกรรมดังกล่าวในหน่วย คนดีของชุมชน มีความเที่ยงตรงตามเนื้อหาอย่างสมบูรณ์ และพร้อมสำหรับการนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในภาคสนามต่อไป

3. สมมติฐานการวิจัย

3.1 นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิด ในวิชาสังคมศึกษา เรื่อง คนดีของชุมชน มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน

3.2 นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิด ในวิชาสังคมศึกษา เรื่อง คนดีของชุมชน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการดำเนินงานการเก็บรวบรวมข้อมูลการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิด ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

4.1 ผู้วิจัยติดต่อประสานงานกับสถานศึกษาในการเก็บรวบรวมข้อมูลและปฐมนิเทศนักเรียน โดยชี้แจงวัตถุประสงค์และขั้นตอนในการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิด วิชาสังคมศึกษา เรื่อง คนดีของชุมชน

4.2 ผู้เรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียน (pre-test) โดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน วิชาสังคมศึกษา เรื่อง คนดีของชุมชน จากการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิด เป็นข้อสอบแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 3 ตัวเลือก จำนวน 20 ข้อ ใช้เวลา 1 ชั่วโมง

4.3 ผู้วิจัยดำเนินการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิด วิชาสังคมศึกษา เรื่อง คนดีของชุมชน จำนวน 5 แผน รวม 10 ชั่วโมง

4.4 ผู้เรียนทำแบบทดสอบหลังเรียน (post-test) โดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน วิชาสังคมศึกษา เรื่อง คนดีของชุมชน จากการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิด ซึ่งเป็นข้อสอบแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 3 ตัวเลือก จำนวน 20 ข้อ โดยใช้เวลา 1 ชั่วโมง ซึ่งเป็นแบบทดสอบฉบับเดียวกันกับแบบทดสอบก่อนเรียน

4.5 ภายหลังการทดสอบหลังเรียน ผู้เรียนตอบแบบสอบถามความพึงพอใจต่อรูปแบบการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิด เพื่อรวบรวมความคิดเห็นและทัศนคติที่มีต่อการเรียนรู้

4.6ผู้วิจัยรวบรวมคะแนนจากแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน และข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามความพึงพอใจ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้

5.1 การวิเคราะห์เปรียบเทียบคะแนนจากแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนทั้งก่อนและหลังการทดลองการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิด ดำเนินการโดยใช้ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (*S.D.*) และการทดสอบค่าที (t-test) แบบกลุ่มตัวอย่างไม่เป็นอิสระต่อกัน (dependent sample t-test)

5.2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิด ดำเนินการโดยใช้ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (*S.D.*) แล้วนำผลที่ได้ไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์การแปลความหมายที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ ดังนี้ ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.00 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง และค่าเฉลี่ยน 1.00 – 1.50 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง คนดีของชุมชน ทั้งก่อนเรียนและหลังเรียน ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิด

ตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง คนดีของชุมชน ระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียน ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิด

นักเรียน	จำนวน	คะแนนเต็ม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า t	Sig.
ก่อนเรียน	30	20	9.40	1.81	29.62*	.000
หลังเรียน	30	20	17.70	1.70		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 1 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง คนดีของชุมชน ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิด มีคะแนนเฉลี่ยก่อนเรียนเท่ากับ 9.40 ($\bar{X}$ = *9.40, S.D.=1.81*) และคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนเท่ากับ 17.70 ($\bar{X}$ = 17.70, S.D.=1.70) เมื่อเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยทั้งก่อนเรียนและหลังเรียนโดยใช้สถิติค่าทีแล้วพบว่าคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (t = 29.62, p-value < .05)

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิด ในวิชาสังคมศึกษา เรื่อง คนดีของชุมชน

ตารางที่ 2 ผลการศึกษาความพึงพอใจ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้ เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิด ในวิชาสังคมศึกษา เรื่อง คนดีของชุมชน

ข้อ รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านเนื้อหา			
1. เนื้อหาที่ใช้เหมาะสมกับวัยของนักเรียน	2.83	0.38	มาก
2. ความยากง่ายของเนื้อหาตรงกับความสนใจของนักเรียนและเรียงลำดับจากง่ายไปยาก	2.90	0.31	มาก
3. การจัดเนื้อหาเหมาะสมกับเวลา	2.93	0.25	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมรายด้าน	**2.89**	**0.32**	**มาก**
ด้านการจัดกิจกรรมการเรียนรู้			
4. ขั้นนำเข้าสู่บทเรียนมีกิจกรรมหรือสถานการณ์กระตุ้นความสนใจได้เหมาะสม	2.87	0.35	มาก
5. ขั้นสำรวจและอธิบายความรู้ นักเรียนเกิดความสนใจและมีความกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้ ด้วยเทคนิค เพื่อนคู่คิด Think-Pair- Share	2.83	0.38	มาก
6. ขั้นแนะนำเกมและกติกา ครูอธิบายวิธีเล่นเกมและกติกาได้ชัดเจนและเข้าใจง่าย	2.90	0.31	มาก
7. ขั้นเล่นเกม กิจกรรมเกมส่งเสริมความร่วมมือ ความกระตือรือร้น และการคิดวิเคราะห์ของผู้เรียน	2.90	0.31	มาก
8. ขั้นสรุปและสะท้อนคิดนักเรียนได้คิดทบทวนและร่วมกันสรุปสิ่งที่ได้เรียนรู้	2.80	0.41	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมรายด้าน	**2.85**	**0.29**	**มาก**
การวัดผลและประเมินผล			
9. ครูอธิบายการวัดและประเมินผลให้นักเรียนทราบอย่างชัดเจน	2.80	0.41	มาก
10. การประเมินผลครอบคลุมเนื้อหาที่เรียน	2.83	0.38	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมรายด้าน	**2.82**	**0.39**	**มาก**
ด้านประโยชน์และการนำไปใช้			
11.การจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิดทำให้นักเรียนเข้าใจเรื่อง คนดีของชุมชนได้มากยิ่งขึ้น	2.90	0.31	มาก
12. การจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิดช่วยให้นักเรียนมีความสุขและมีทัศนคติที่ดีต่อการเรียนวิชาสังคมศึกษา	2.97	0.18	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมรายด้าน	**2.93**	**0.24**	**มาก**
เฉลี่ยรวมทั้งหมด	**2.87**	**0.33**	**มาก**

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิด ในวิชาสังคมศึกษา เรื่อง คนดีของชุมชน พบว่า โดยภาพรวมมีความพึงพอใจต่อรูปแบบการจัดการเรียนรู้ในระดับมาก ($\bar{X}$ = *2.87, S.D. = 0.33*) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้เรียนพึงพอใจในด้านประโยชน์และการนำไปใช้ ($\bar{X}$ = *2.93, S.D. = 0.24*) มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านเนื้อหา ($\bar{X}$ = *2.89, S.D. = 0.32*) ด้านการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ($\bar{X}$ = *2.85, S.D. = 0.29*) และด้านการวัดผลประเมินผล ($\bar{X}$ = *2.82, S.D. = 0.39*) ตามลำดับ

อภิปรายผล

ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง คนดีของชุมชน ระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิด พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงให้เห็นว่า การจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิดมีประสิทธิผลในการพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่มีโครงสร้างชัดเจนเป็นระบบ จำนวน 5 ขั้น ได้แก่ ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน ขั้นสำรวจและอธิบายความรู้ ขั้นแนะนำเกมและกติกา ขั้นเล่นเกม และขั้นสรุปและสะท้อนคิด ซึ่งช่วยให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจเนื้อหาอย่างเป็นลำดับ มีส่วนร่วมในการเรียนรู้และสามารถเชื่อมโยงความรู้กับประสบการณ์ของตนเอง ส่งผลให้ การเรียนรู้เกิดความหมายและยั่งยืน การเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานช่วยกระตุ้นแรงจูงใจภายในของผู้เรียน ทำให้เกิดความสนุก เพลิดเพลิน มีสมาธิ และความกระตือรือร้นในการเรียนรู้ ซึ่งสัมพันธ์กับแนวคิดของ ทิศนา แขมมณี (2567) ที่กล่าวไว้ว่า เกม หมายถึง กิจกรรมการเล่นที่มีกติกา เพื่อความสนุกสนาน โดยใช้เป็นเครื่องมือให้ผู้เรียน เกิดการเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ ผ่านการเอาชนะอุปสรรคหรือเงื่อนไขที่กำหนดไว้ นอกจากนี้ สุรางค์ โค้วตระกูล (2565) ยังระบุว่า การใช้เกมเป็นสื่อการเรียนรู้ช่วยส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ สมาธิ และทัศนคติที่ดีต่อการเรียนรู้ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพและระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน แนวคิดดังกล่าวยังได้รับการสนับสนุนจาก ลูกน้ำ แก้วปรีชา (2563) การใช้เกมร่วมกับเทคนิค Think-Pair-Share ในวิชาคณิตศาสตร์ ช่วยให้ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างชัดเจน นอกจากนี้ยังช่วยส่งเสริม การทำงานร่วมกัน และทำให้ผู้เรียนมีความพึงพอใจในระดับดีมาก เพราะเปลี่ยนวิชาที่ยากให้สนุกและเข้าใจง่ายขึ้นเช่นเดียวกับ พรทิพย์ ดิษฐปัญญา และสุนีย์ เหมะประสิทธิ์ (2563) ที่ได้ศึกษาการจัดการเรียนรู้แบบ “ใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem-Based Learning: PBL) ผสมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิด (Think-Pair-Share)” ช่วยให้นักเรียนชั้น ป.5 มีทักษะการแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์ดีขึ้นกว่าเดิม นอกจากนี้ยังช่วยให้ผู้เรียนมีความ มั่นใจในตนเองเพิ่มขึ้น อย่างชัดเจนและยังสัมพันธ์กับงานวิจัยของ Hamdan (2017) ที่ได้ศึกษาผลของกลยุทธ์ Think – Pair – Share ต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยเฉพาะในวิชาวิทยาศาสตร์ ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ผลการเรียนรู้ของผู้เรียนในกลุ่มทดลองแตกต่างจากผู้เรียนในกลุ่มควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และความแตกต่างดังกล่าวเป็นไปในทางบวกสำหรับกลุ่มทดลอง นอกจากนี้ผู้วิจัยยังค้นพบอีกด้วยว่าตัวแปรด้านเพศเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความแตกต่างทางสถิติโดยผู้เรียนเพศหญิงมีผลการเรียนรู้สูงกว่าผู้เรียนเพศชาย เป็นต้น การศึกษานี้แนะนำให้นำกลยุทธ์ Think – Pair – Share มาใช้เป็นกลยุทธ์ในการจัดการเรียนรู้ และการมีส่วนร่วมของครูในการฝึกอบรมเกี่ยวกับกลยุทธ์ Think – Pair – Share

ในด้านความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิด ในวิชาสังคมศึกษา เรื่อง คนดีของชุมชน ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิดในวิชาสังคมศึกษา เรื่อง คนดีของชุมชน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 2.87, S.D. = 0.33) ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้เรียนมีทัศนคติที่ดีต่อกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิดดังกล่าว เพราะการจัดกิจกรรมการเรียนรู้มีความสนุกสนาน ท้าทาย มีความกระตือรือร้น เปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมกัน และบรรยากาศของการเรียนรู้ที่เน้นความร่วมมือและการเล่นเกมช่วยลด ความตึงเครียดในการเรียน และสร้างแรงจูงใจภายในให้กับผู้เรียนอย่างต่อเนื่อง สัมพันธ์กับงานวิจัยของ จิระประภา คำภาเกะ (2563) ที่ชี้ให้เห็นว่า การจัดการเรียนรู้ซึ่งผสานเทคนิคเพื่อนคู่คิดเข้ากับกิจกรรมเกม ช่วยเอื้อให้ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมในกระบวนการคิด วิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่นอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและทักษะการแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังมีผลการเรียนรู้สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดและเกิดความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้ในระดับสูง สะท้อนให้เห็นว่าการบูรณาการการเรียนรู้แบบร่วมมือร่วมกับเกมเป็นแนวทางที่ช่วยเสริมสร้างทั้งศักยภาพด้านการเรียนรู้และทัศนคติเชิงบวกของผู้เรียนต่อกิจกรรมการเรียนการสอน โดยงานวิจัยของ วีรดา ไชยมนตรี และมนตรี เด่นดวง (2568) ชี้ให้เห็นว่า การเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้คิด วิเคราะห์ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อน และเรียนรู้ผ่านกิจกรรมที่มีลักษณะเป็นเกม สามารถช่วยกระตุ้นการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ ส่งผลให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ และสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ นอกจากนี้

ผู้เรียนยังมีความพึงพอใจต่อรูปแบบการจัดการเรียนรู้ในระดับสูง ซึ่งสะท้อนว่าการจัดการเรียนรู้ที่เน้นกระบวนการเรียนรู้เชิงรุกและการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียน สามารถสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่เอื้อต่อการพัฒนาทั้งด้านความรู้และทัศนคติเชิงบวกต่อการเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังสัมพันธ์กับงานวิจัยของ Dorji & Chalermnirundorn (2021) ที่ได้ศึกษาการประยุกต์ใช้ Think-Pair-Share เพื่อเสริมสร้างผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และความพึงพอใจในการเรียนรู้วิชาสังคมศึกษาของนักเรียนภูฏานชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 พบว่า ผลการวิเคราะห์คะแนนของแบบทดสอบก่อนเรียนและแบบทดสอบหลังเรียนแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างค่าเฉลี่ยหลังเรียน ($\bar{x}$ = 17.3) และค่าเฉลี่ยก่อนเรียน ($\bar{x}$ = 12) โดยมีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ 5.3 ค่าระดับนัยสำคัญ (p-value) ของกลุ่มคือ.001 ซึ่งบ่งชี้ว่าคะแนนหลังเรียนเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเมื่อเทียบกับแบบทดสอบก่อนเรียนในทำนองเดียวกัน ข้อมูลที่วิเคราะห์จากการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างยืนยันว่า นักเรียนมีความพึงพอใจในการเรียนรู้ในเชิงบวก ดังนั้น กลยุทธ์ Think-Pair-Share จึงสนับสนุนการเรียนรู้วิชาสังคมศึกษาของนักเรียนภูฏานชั้นประถมศึกษาปีที่ 6

องค์ความรู้ใหม่

การบูรณาการวิธีการเรียนรู้ผ่านเกมควบคู่กับกลวิธีเพื่อนคู่คิด (Think-Pair-Share) นับเป็นกระบวนทัศน์การสอนที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนเข้ามามีบทบาทร่วมกันอย่างเป็นระบบ โดยตัวเกมจะทำหน้าที่เสมือนเครื่องมือดึงดูดความสนใจ พัฒนาทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์ การแก้ปัญหา และการตัดสินใจภายใต้สถานการณ์จำลองที่มีกฎกติกาและผลลัพธ์ที่จับต้องได้ ซึ่งช่วยให้ผู้เรียนได้รับองค์ความรู้อย่างลึกซึ้งผ่านประสบการณ์ตรง ในขณะเดียวกัน กลวิธีเพื่อนคู่คิดจะเข้ามาเติมเต็มศักยภาพด้านการคิดอย่างเป็นลำดับขั้น โดยเปิดพื้นที่ให้ผู้เรียนได้ตกผลึกความคิดด้วยตนเอง (Think) จากนั้นจึงจับคู่เพื่อแลกเปลี่ยนมุมมอง (Pair) ก่อนจะนำเสนอข้อค้นพบต่อเพื่อนร่วมชั้น (Share) กระบวนการดังกล่าวไม่เพียงแต่เสริมสร้างการเรียนรู้ทางสังคม แต่ยังช่วยพัฒนาทักษะการสื่อสารและการเปิดรับความคิดเห็นได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับรูปแบบการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ผสานทั้งสองแนวทางนี้ สามารถแบ่งออกเป็น 5 ลำดับขั้น ประกอบด้วย ลำดับแรก การนำเข้าสู่บทเรียน ลำดับที่สอง การสำรวจและสร้างความเข้าใจในเนื้อหาผ่านรูปแบบเพื่อนคู่คิด ลำดับที่สาม การชี้แจงกติกาและแนะนำเกม ลำดับที่สี่ การลงมือปฏิบัติกิจกรรมเกมโดยอาศัยเทคนิคเพื่อนคู่คิด และลำดับสุดท้าย การสรุปผลและสะท้อนความคิด (Reflection)การขับเคลื่อนกระบวนการทั้งหมดนี้ส่งผลให้ผู้เรียนเกิดการตระหนักรู้จากทั้งการลงมือปฏิบัติจริงในกิจกรรมเกมและการโต้ตอบทางสังคมผ่านการถกเถียงประเด็นต่าง ๆ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนเป็นตัวแปรสำคัญที่ช่วยยกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา พัฒนาทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณ บ่มเพาะคุณลักษณะอันพึงประสงค์ตลอดจนสร้างเสริมเจตคติเชิงบวกและความพึงพอใจต่อรายวิชาให้สูงขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่

สรุปผลการวิจัย

จากการดำเนินการวิจัยผลการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิดที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ในวิชาสังคมศึกษา เรื่อง คนดีของชุมชน พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง คนดีของชุมชน หลังเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิด สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และความพึงพอใจของผู้เรียนที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิด ในวิชาสังคมศึกษา เรื่อง คนดีของชุมชน อยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

1.1 นำการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิดไปประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนรู้ในรายวิชาอื่น ๆ ที่ต้องการพัฒนาทักษะการคิด การสื่อสาร และการทำงานร่วมกันของผู้เรียน

1.2 การออกแบบเกมเพื่อใช้ในการจัดการเรียนรู้ควรคำนึงถึงความเหมาะสมกับวัย ด้านเนื้อหาวิชาและเวลาเรียน รวมทั้งควรมีการกำหนดกติกาและบทบาทของผู้เรียนอย่างชัดเจน เพื่อให้การเล่นเกมนำไปสู่การเรียนรู้อย่างมีเป้าหมาย

1.3 ระหว่างการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ครูผู้สอนควรทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวก คอยกระตุ้น และสนับสนุน การสื่อสารระหว่างผู้เรียน เพื่อให้ผู้เรียนเกิดความมั่นใจ กล้าแสดงออก และพัฒนาทักษะทางสังคมอย่างรอบด้าน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาผลของการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิดในด้านอื่น ๆ เช่น ทักษะการคิดวิเคราะห์ เจตคติทางสังคม หรือพฤติกรรมการเรียนรู้ร่วมกัน

2.2 ควรทำการศึกษาผลของการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิดกับกลุ่มสาระอื่น ๆ เช่น กลุ่มสาระวิทยาศาสตร์ กลุ่มสาระภาษาไทย หรือกลุ่มสาระคณิตศาสตร์ เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิผลและตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบการจัดการเรียนรู้ในแต่ละบริบท

2.3 ควรมีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมโดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาประยุกต์ใช้ร่วมกับเกม เช่น เกมออนไลน์ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและตอบโจทย์ผู้เรียนในยุคเทคโนโลยี

เอกสารอ้างอิง

จิระประภา คำภาเกะ. (2563). *การพัฒนาทักษะการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ เรื่อง ปริซึมและทรงกระบอก โดยใช้เทคนิคเพื่อนคู่คิดร่วมกับเกมคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2.* (วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).

ทิศนา แขมมณี. (2567). *ศาสตร์การสอน: องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ.* (พิมพ์ครั้งที่ 27). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พนิดา ขูรูรักษ์ และ อรัญ ซุยกระเดื่อง. (2567). การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิคเพื่อนคู่คิด เรื่อง หน้าที่พลเมือง ชั้นประถมศึกษาปีที่ 5. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 18*(2), 38–53.

พรทิพย์ ดิษฐปัญญา และ สุนีย์ เหมะประสิทธิ์. (2563). ผลการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิดเพื่อพัฒนาความสามารถในการคิดแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์ และความมั่นใจในตนเอง ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5. *วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา, 14*(2), 24-41.

ลูกน้ำ แก้วปรีชา. (2563). *การพัฒนาความสามารถการเรียนรู้วิชาคณิตศาสตร์ โดยใช้เกมร่วมกับการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิคคิดเดี่ยว-คิดคู่-คิดร่วมกัน (Think-Pair-Share) ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6.* (ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์).

วิจารณ์ พานิช. (2555). *วิถีสร้างการเรียนรู้เพื่อศิษย์ในศตวรรษที่ 21.* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: มูลนิธิสดศรี-สฤษดิ์วงศ์.

วีรดา ไชยมนตรี และ มนตรี เด่นดวง. (2568). การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือโดยใช้เทคนิคเพื่อนคู่คิด (Think-Pair-Share) ร่วมกับเกม เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง แนวคิดการแก้ปัญหา ด้วยเหตุผลเชิงตรรกะ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 19*(1), 118–134.

สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2566). *ผลการประเมิน PISA 2022: บทสรุปสำหรับผู้บริหาร*. สืบค้นจาก https://www.ipst.ac.th.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). *แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560–2579*. กรุงเทพฯ: พริกหวานกราฟฟิค.

สุรางค์ โค้วตระกูล. (2565). *จิตวิทยาการศึกษา.* (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Dorji, T., & Chalermnirundorn, N. (2021). The application of think-pair-share to enhance learning achievement and learning satisfaction in social studies of grade six Bhutanese students. *Asia Social Issues, 14*(5), 249105.

Hamdan, R. K. A. (2017). The Effect of (Think-Pair-Share) Strategy on the Achievement of Third Grade Student in Sciences in the Educational District of Irbid. *Journal of Education and Practice, 8*(9), 88-95.

Lyman, F. (1987). Think-pair-share: An expanding teaching technique. *Maa-Cie Cooperative News, 1*(1), 1-2.

JSSP: Journal of Social Science Panyapat, 2026. 8(2): 171-188.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSSP
Journal of Social Science Panyapat
https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSSP/index

Research Article

Research and Design for Developing Prototype Packaging for Faith-Based Cultural Products Derived from Madhupayasa Rice

Raksiri Kaewtawee[1] Srisuda Patjan[2] Nattaluck Issara[3] Phojnicha Roeksamut[4] Kannika Boonyang[5] Kumpirawadee Nawakitpaitoon[6] Kitbordin Thongduang[7] Krisana Chongsri[8] Theerawat Petdee[9] Nantikarn Prasopsook[10] Wiwit Suttithumsatid[11] Theerawan Chansang[6] Kannaphak Tantasith[7] Daycho Khaenamkhaew[12*]

[1] *Walailak University, Thailand*
[2] *Thaksin University, Thailand*
[3] *Yala Community College, Thailand*
[4] *Chandrakasem Rajabhat University, Thailand*
[5] *Tak Community College, Thailand*
[6] *Suratthani Rajabhat University, Thailand*
[7] *Naresuan University, Thailand*
[8] *Rajabhat Rajanagarindra University, Thailand*
[9] *Rajamangala University of Technology Srivijaya, Thailand*
[10] *Princess of Naradhiwas University, Thailand*
[11] *Prince of Songkla University, Thailand*
[12] *Nakhon Si Thammarat Rajabhat University, Thailand*
[*] *Corresponding author, e-mail: Daycho_kha@nstru.ac.th*

ABSTRACT

This research article aimed to develop prototype packaging for faith-based cultural products derived from Madhupayasa rice. The study employed a qualitative descriptive research approach with participatory design in the community of Wat Srisomboon, Pak Phanang District, Nakhon Si Thammarat Province. Data were collected through interviews with key informants and purposively selected target groups, including amulet association members, academics, community leaders, youth leaders, and religious leaders, totaling 20 participants (including monks and laypersons). The collected data were processed and analyzed through thematic linkage and synthesized to create four prototype packaging designs for cultural products. The findings revealed that the target group selected Prototype Design No. 2 as the most appropriate model. This design was developed under the principles of "appropriateness, respect, and meaning," emphasizing a holistic understanding of the cultural context. The design integrated four essential dimensions: physical protection for safety and practical use, symbolic communication to convey cultural and spiritual values, reflection of local identity to affirm community roots, and enhancement of psychological and spiritual value to strengthen faith and reverence. When elements such as color, patterns, form, and materials were intentionally arranged, they collectively formed a design language that functioned as a "faith-based cultural medium," profoundly and elegantly connecting the past, present, and future of the community. The prototype packaging also fostered a shared sense of belonging and collective cultural pride among community members and believers.

Keywords: Prototype Packaging Box, Cultural, Cultural Product, Amulet Made from Khao Mathupayas

Received: 21 March 2026;
Revised: 2 May 2026;
Accepted: 24 June 2026

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat
ISSN: 3027-6748 (Online)

การวิจัยและออกแบบเพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ สำหรับสินค้าทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธาจากข้าวมธุปายาส

รักสิริ แก้วเทวี[1] ศรีสุดา พัฒจันทร์[2] ณัฐลักษณ์ อิสสระ[3] พจณิชา ฤกษ์สมุทร[4] กรรณิการ์ บุญยัง[5] คัมภิราวดี นวกิจไพฑูรย์[6] กิตบดินท์ ทองดวง[7] กฤษณะ ช่องศรี[8] ธีระวัฒน์ เพชรดี[9] นันทิกานต์ ประสพสุข[10] วิวิศน์ สุทธิธรรมสถิต[11] ธีราวรรณ จันทร์แสง[6] กัณภัค ตัณฑสิทธิ์[7] เดโช แขน้ำแก้ว[12*]

[1] *มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ประเทศไทย*
[2] *มหาวิทยาลัยทักษิณ ประเทศไทย*
[3] *วิทยาลัยชุมชนยะลา ประเทศไทย*
[4] *มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ประเทศไทย*
[5] *วิทยาลัยชุมชนตาก ประเทศไทย*
[6] *มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ประเทศไทย*
[7] *มหาวิทยาลัยนเรศวร ประเทศไทย*
[8] *มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ ประเทศไทย*
[9] *มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ประเทศไทย*
[10] *มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ ประเทศไทย*
[11] *มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ประเทศไทย*
[12] *มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ประเทศไทย*
* *Corresponding author. E-mail: Daycho_kha@nstru.ac.th*

บทคัดย่อ

บทความวิจัยครั้งนี้ เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับสินค้าทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธาจากข้าวมธุปายาส เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพแบบมีส่วนร่วม (qualitative descriptive research with participatory design) ในชุมชนวัดศรีสมบูรณ์ อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ใช้แบบสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญและกลุ่มเป้าหมายที่เลือกแบบเจาะจง ประกอบด้วย ชมรมพระเครื่อง นักวิชาการ ผู้นำในชุมชน ผู้นำเยาวชนและผู้นำทางศาสนา รวมทั้งสิ้น 20 รูป/คน นำข้อมูลที่ได้มาประมวลผล วิเคราะห์เชื่อมโยงประเด็นแล้วสังเคราะห์เรียบเรียงเพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับสินค้าทางวัฒนธรรม จำนวน 4 แบบ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มเป้าหมายเลือกแบบที่ 2 เป็นลักษณะเฉพาะของการออกแบบที่ได้ดำเนินการภายใต้หลัก “ความพอดี ความเคารพและความหมาย” ด้วยการออกแบบที่คำนึงถึงบริบทอย่างรอบด้าน โดยผสาน 4 มิติสำคัญ ได้แก่ การปกป้องทางกายภาพเพื่อความปลอดภัยและการใช้งานจริง การสื่อสารเชิงสัญลักษณ์เพื่อถ่ายทอดคุณค่า การสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อยืนยันรากเหง้าและการยกระดับคุณค่าทางจิตใจเพื่อสร้างศรัทธา เมื่อองค์ประกอบด้านสี ลวดลาย รูปทรงและวัสดุถูกจัดวางอย่างมีเจตนา จึงก่อรูปเป็นภาษาทางการออกแบบที่ “สื่อวัฒนธรรมเชิงศรัทธา” เชื่อมโยงอดีต ปัจจุบันและอนาคตของชุมชนอย่างลุ่มลึกและสง่างาม สร้างความรู้สึกร่วมและความภาคภูมิใจร่วมกัน

คำสำคัญ: กล่องใส่ต้นแบบ, วัฒนธรรม, สินค้าทางวัฒนธรรม, พระเครื่องจากข้าวมธุปายาส

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat

บทนำ

ข้าวมธุปายาสเป็นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมและศรัทธาที่มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชนวัดศรีสมบูรณ์ อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีรากฐานเชื่อมโยงกับคติความเชื่อทางพระพุทธศาสนาเกี่ยวกับนางสุชาดาถวายข้าวมธุปายาสแด่พระพุทธเจ้าก่อนตรัสรู้ เป็นแนวคิดเรื่องความอุดมสมบูรณ์ การเกื้อกูลและบุญกุศลที่เกิดจากการให้ (วัลยา สุวรรณบัณฑิตย์ และเรวดี อึ้งโพธิ์, 2560; Tambiah, 1970; Swearer, 2010) ด้วยเหตุนี้ ข้าวมธุปายาสจึงเป็นเสมือนสัญลักษณ์ทางจิตวิญญาณที่ชุมชนใช้เชื่อมโยงความศรัทธาเข้ากับอัตลักษณ์ในชุมชนผ่านพิธีกรรมและการสืบทอดองค์ความรู้

ทางวัฒนธรรมจากรุ่นสู่รุ่น (Geertz, 1973) ทั้งนี้ บริบทของชุมชนวัดศรีสมบูรณ์มีความเชื่อว่าข้าวมธุปายาสเป็นวัตถุแห่งมงคลที่เกี่ยวข้องกับความเจริญรุ่งเรือง ความอุดมสมบูรณ์และคุ้มครองชีวิต จึงมีการนำข้าวมธุปายาสมาพัฒนาเป็นพระเครื่องและวัตถุมงคลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของวัดศรีสมบูรณ์ โดยพระเครื่องจากข้าวมธุปายาสมีคุณค่าด้านจิตใจหรือความศรัทธา รวมถึงสะท้อนถึงทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนที่สร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการอนุรักษ์อัตลักษณ์ท้องถิ่นได้ (พระครูปทุมปริยัติการ รวิวณฺโณ, 2558; Bourdieu, 1986) เนื่องจากพระเครื่องได้รับความสนใจจากคนในพื้นที่และผู้ศรัทธาจากภายนอก มีเรื่องเล่าที่เชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ชุมชน ความเชื่อทางพุทธศาสนาและพิธีกรรมศักดิ์สิทธิ์ของวัดศรีสมบูรณ์ ผลิตภัณฑ์จากข้าวมธุปายาสจึงมีคุณค่าทางวัฒนธรรมและจิตวิญญาณ แต่เมื่อลงพื้นที่ภาคสนามพบว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ประสบปัญหาด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ยังไม่สามารถสื่อสารเกี่ยวกับอัตลักษณ์แห่งศรัทธาของชุมชนได้ บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในปัจจุบันส่วนใหญ่ยังมีลักษณะทั่วไป ขาดการออกแบบที่เชื่อมโยงกับเรื่องเล่าทางวัฒนธรรม สัญลักษณ์ทางศาสนาและบริบทของชุมชนวัดศรีสมบูรณ์ ส่งผลให้ผู้ศรัทธาไม่สามารถรับรู้คุณค่าเชิงลึกของผลิตภัณฑ์ได้อย่างเต็มที่ อีกทั้ง ขาดการออกแบบที่สามารถสร้างประสบการณ์ทางอารมณ์และความรู้สึกผูกพันต่อผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธา (Triratanasirichai et al., 2025; Qin, 2022; พระใบฎีกาณภัทร เพื็อกหิ่ว (พานิช) และคณะ, 2564)

การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมเพื่อการปกป้องสินค้า เป็นกระบวนการสื่อสารคุณค่าอัตลักษณ์และความหมายทางวัฒนธรรมผ่านองค์ประกอบด้านรูปทรง สี ลวดลาย สัญลักษณ์และวัสดุที่ใช้ในการออกแบบเพื่อสร้างการรับรู้และเพิ่มคุณค่าทางจิตใจได้ (นิวัฒน์ ศิริคช และภานุ สรวยสุวรรณ, 2567; Sun, 2023) โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อทางศาสนาและเครื่องรางของขลัง บรรจุภัณฑ์จำเป็นต้องสะท้อนความศักดิ์สิทธิ์ ความเคารพและเรื่องเล่าทางวัฒนธรรม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความรู้สึกเชื่อมโยงกับผู้ศรัทธา (ภัทรกร ออแก้ว, 2563; Packnode, 2025) จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า แนวคิดการออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าทางวัฒนธรรมในปัจจุบันให้ความสำคัญกับ “การออกแบบเชิงอัตลักษณ์” (Identity-based Design) เน้นการนำทุนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นและสัญลักษณ์ทางสังคมมาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ (Qin, 2022) นอกจากนี้ มีแนวคิด “การออกแบบเชิงประสบการณ์” (Experiential Design) ที่มองว่าบรรจุภัณฑ์สร้างประสบการณ์ทางอารมณ์และความทรงจำร่วมระหว่างผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภค แต่ยังไม่มีงานวิจัยที่ศึกษาและออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธาที่มีพื้นฐานมาจากข้าวมธุปายาสในบริบทของชุมชนวัดศรีสมบูรณ์โดยเฉพาะ อีกทั้งขาดการบูรณาการองค์ความรู้ด้านการออกแบบร่วมกับบริบทความเชื่อ พิธีกรรมและอัตลักษณ์ชุมชนอย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ จากการลงพื้นที่ภาคสนามยังพบว่า ชุมชนมีองค์ความรู้และเรื่องเล่าทางวัฒนธรรมจำนวนมากที่ยังไม่ได้รับการถ่ายทอดผ่านภาษาการออกแบบสมัยใหม่ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ไม่สามารถสร้างการจดจำในระดับกว้างได้

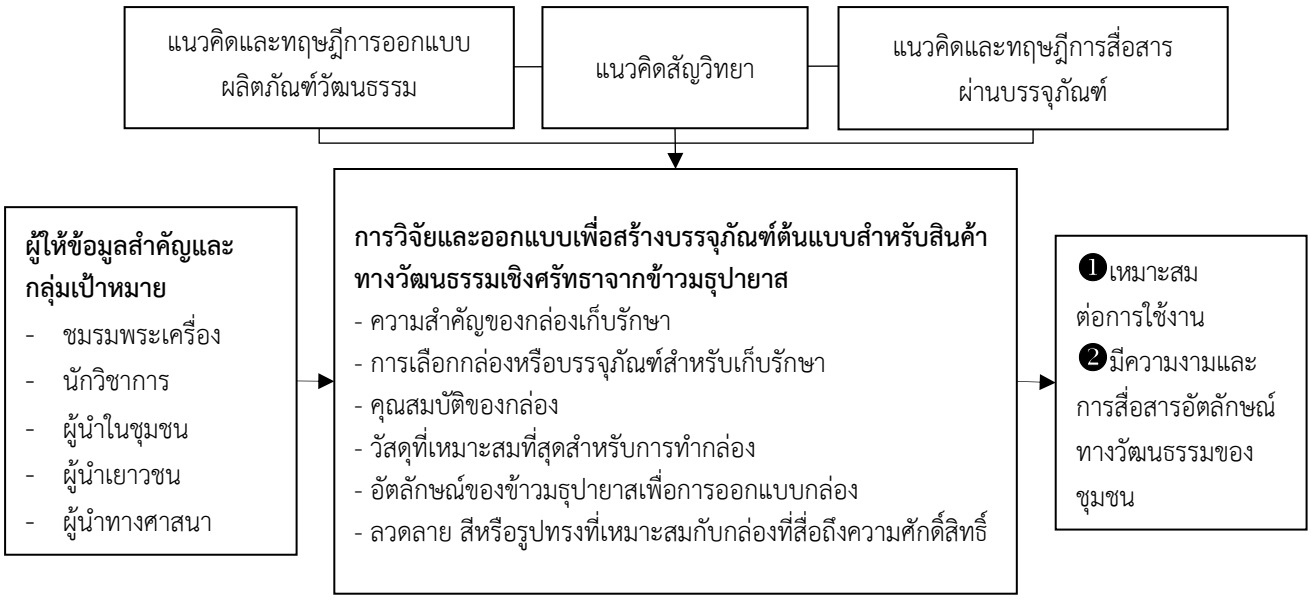
ดังนั้น การวิจัยและออกแบบเพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับสินค้าทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธาจากข้าวมธุปายาสจึงมีความสำคัญในเชิงวิชาการที่ช่วยสร้างองค์ความรู้ใหม่ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่บูรณาการแนวคิดด้านอัตลักษณ์ ศรัทธาและการสื่อสารทางวัฒนธรรมเข้าด้วยกัน รวมทั้งสามารถพัฒนาเป็นแนวทางการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมในบริบทอื่นได้ ในขณะเดียวกัน งานวิจัยช่วยอนุรักษ์และเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนวัดศรีสมบูรณ์ เสริมสร้างความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ท้องถิ่นและสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการสืบทอดภูมิปัญญา รวมถึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณค่าเชิงวัฒนธรรมที่จะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนบนฐานของทุนวัฒนธรรมและศรัทธาท้องถิ่นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับสินค้าทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธาจากข้าวมธุปายาส

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยและออกแบบเพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับสินค้าทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธาจากข้าวมธุปายาส โดยบูรณาการแนวคิดด้านการออกแบบ วัฒนธรรมและการสื่อสารผ่านบรรจุภัณฑ์เข้าด้วยกัน เพื่อสร้างต้นแบบที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ ความศรัทธาและคุณค่าทางวัฒนธรรมของชุมชน โดยแนวคิดและทฤษฎีการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมที่เชื่อมโยงทุนทางวัฒนธรรม ความเชื่อและภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับองค์ประกอบการออกแบบเพื่อสร้างคุณค่าเชิงอัตลักษณ์และความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Qin, 2022) นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยใช้แนวคิดสัญวิทยาเพื่ออธิบายการใช้สัญลักษณ์ สี รูปทรงและลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสื่อสารความหมายทางศาสนา ความศักดิ์สิทธิ์และเรื่องเล่าของข้าวมธุปายาสไปยังผู้ศรัทธา (Barthes, 1977) อีกทั้งใช้ควบคู่กับแนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารผ่านบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างการรับรู้ คุณค่าทางอารมณ์และประสบการณ์ร่วมกัน (Packnode, 2025) โดยกรอบแนวคิดในการวิจัยเชื่อมโยงข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ชมรมพระเครื่อง นักวิชาการ ผู้นำชุมชน ผู้นำเยาวชนและผู้นำทางศาสนาเพื่อนำไปสู่กระบวนการออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อการใช้งาน ความงามและการสื่อสารอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพแบบมีส่วนร่วม (qualitative descriptive research with participatory design) เพื่อวิเคราะห์เชิงพรรณนาและนำเสนอผลการศึกษา มีพื้นที่วิจัยได้แก่ ชุมชนวัดศรีสมบูรณ์ อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช และได้อนุมัติการวิจัยในมนุษย์ เลขที่ REC. No.114/68 วันที่รับรอง 24 ธันวาคม 2568 จากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ/กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ/กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ 1) ชมรมพระเครื่องและนักวิชาการ ประกอบด้วย สมาชิกชมรมพระเครื่อง จำนวน 3 คน และนักวิชาการด้านพุทธศาสนา จำนวน 2 คน รวมทั้งสิ้น 5 รูป/คน มีเกณฑ์การคัดเลือกเพื่อศึกษา คือ เลือกแบบเจาะจงสมาชิกในชมรมพระเครื่องและนักวิชาการด้านพุทธศาสนาที่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธา พระเครื่องและการกวนข้าวมธุปายาสมาไม่น้อยกว่า 2 ปี มีความเข้าใจและมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ และยินดีเข้าร่วมในการศึกษาวิจัย 2) ผู้นำในชุมชน ประกอบด้วย ตัวแทนผู้นำชุมชน จำนวน 5 คน ผู้นำเยาวชน จำนวน 5 คน ผู้นำทางศาสนา จำนวน 5 คน รวมทั้งสิ้น 15 รูป/คน มีเกณฑ์การคัดเลือกเพื่อศึกษา คือ เลือกแบบเจาะจงผู้นำชุมชนในพื้นที่ ผู้นำเยาวชนและผู้สูงอายุที่มีความรู้เกี่ยวกับการกวนข้าวมธุปายาสมาไม่น้อยกว่า 2 ปี มีความเข้าใจและมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ มีความสนใจจะพัฒนาตนเองและยินดีเข้าร่วมในการศึกษาวิจัย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และกระบวนการมีส่วนร่วมในการออกแบบและคัดเลือกต้นแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธาจากข้าวมธุปายาส โดยคณะวิจัยสร้างเครื่องมือขึ้นจากการศึกษาวิเคราะห์เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ทางวัฒนธรรม การสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนและการออกแบบเชิงศรัทธา เพื่อให้เครื่องมือสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยและบริบทของชุมชนวัดศรีสมบูรณ์ อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยแบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบเพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับสินค้าทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธาจากข้าวมธุปายาส และตอนที่ 3 ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย คณะผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแบบสัมภาษณ์เสนอผู้ทรงคุณวุฒิด้านการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และด้านวัฒนธรรมชุมชน จำนวน 5 คน เพื่อตรวจสอบความเหมาะสม ความครอบคลุมของข้อคำถามและความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย จากนั้นนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไขภาษาและลำดับคำถามให้เหมาะสมกับบริบทชุมชน ก่อนนำไปใช้จริงในการเก็บข้อมูลภาคสนาม สำหรับการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลเชิงคุณภาพ คณะผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) เพื่อเพิ่มความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยประกอบด้วย 1) การตรวจสอบด้านแหล่งข้อมูลด้วยการเก็บข้อมูลจากหลายกลุ่มเพื่อเปรียบเทียบมุมมองที่แตกต่างกัน 2) การตรวจสอบด้านวิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้ทั้งการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตบริบทชุมชนและการบันทึกภาพ และ 3) การตรวจสอบด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) โดยนำแนวคิดด้านการออกแบบเชิงวัฒนธรรม แนวคิดอัตลักษณ์ชุมชนและแนวคิดการสื่อสารผ่านบรรจุภัณฑ์มาวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกัน เพื่อให้การตีความข้อมูลมีความรอบด้านมากขึ้น นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยยังใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูล (Member Checking) โดยนำผลการวิเคราะห์เบื้องต้นกลับไปสอบถามและยืนยันความถูกต้องกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญในชุมชน เพื่อให้ข้อมูลสะท้อนข้อเท็จจริงและบริบททางวัฒนธรรมอย่างถูกต้อง รวมทั้งใช้การจดบันทึกภาคสนามอย่างละเอียด และการบันทึกเสียงระหว่างสัมภาษณ์ เพื่อป้องกันการคลาดเคลื่อนของข้อมูล และสามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างเป็นระบบ

กระบวนการออกแบบ คณะผู้วิจัยได้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ต้นแบบจำนวน 4 รูปแบบ โดยอาศัยแนวคิดการออกแบบที่เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ ความเชื่อและบริบทของวัดศรีสมบูรณ์ ได้แก่ 1) รูปแบบเชิงศรัทธาเน้นการใช้สัญลักษณ์ทางพุทธศาสนา สีทอง สีขาวและลวดลายไทยเพื่อสะท้อนความศักดิ์สิทธิ์ 2) รูปแบบเชิงเรื่องเล่าทางวัฒนธรรมใช้ภาพเล่าเรื่องนางสุชาดาถวายข้าวมธุปายาสและประวัติชุมชน เพื่อสร้างคุณค่าทางจิตใจและการรับรู้เชิงประวัติศาสตร์ 3) รูปแบบร่วมสมัยที่ผสมผสานลวดลายท้องถิ่นเข้ากับรูปแบบเรียบง่ายสมัยใหม่เพื่อให้เข้าถึงคนรุ่นใหม่ และ 4) รูปแบบเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ใช้วัสดุธรรมชาติเพื่อสะท้อนแนวคิดที่ยั่งยืนและวิถีชุมชน ภายใต้หลักเกณฑ์ในการออกแบบ ประกอบด้วย 1) ความสามารถในการสื่อสารอัตลักษณ์และศรัทธาของชุมชน 2) ความเหมาะสมต่อการใช้งานและการปกป้องผลิตภัณฑ์ 3) ความสวยงามและการสร้างความรู้สึกเชื่อมโยงทางอารมณ์ 4) ความเป็นไปได้ในการผลิตจริงและการต่อยอดเชิงพาณิชย์ และ 5) ความสอดคล้องกับบริบทวัฒนธรรมและความเชื่อของวัดศรีสมบูรณ์ หลังจากนั้น คณะผู้วิจัยได้นำต้นแบบ 4 รูปแบบเข้าสู่กระบวนการประเมินและคัดเลือกร่วมกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยใช้วิธีการประเมินเชิงคุณภาพ เพื่อให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและสะท้อนความต้องการของผู้ศรัทธา อันนำไปสู่การออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมและความเหมาะสมเชิงสังคม

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยมีวิธีดำเนินการศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้ 1) คณะผู้วิจัยศึกษาข้อมูลบุคคลจากจังหวัดหรือส่วนที่เกี่ยวข้องประสานไปยังชุมชน และขอความร่วมมือในดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลร่วมกับผู้นำชุมชนเพื่ออธิบายถึงวัตถุประสงค์และประโยชน์ของการวิจัย รวมถึงขั้นตอนต่าง ๆ ในการวิจัยเพื่อขอความร่วมมือ พร้อมทั้งแนบเอกสารข้อมูลสำหรับการเตรียมตัวก่อนสอบถาม โดยใช้แนวคำถามการสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ใช้เวลา 1-4 ชั่วโมง ช่วงวันหยุดหรือเสาร์-อาทิตย์ เวลาประมาณ 13.00-18.00 น. และใช้สถานที่คือ ชุมชนวัดศรีสมบูรณ์ อำเภอปากพนัง จังหวัด

นครศรีธรรมราช 2) คณะผู้วิจัยออกแบบและจัดทำต้นแบบกล่องพระเครื่อง จำนวน 4 ต้นแบบ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายคัดเลือกใช้งานต่อไป ทั้งนี้ ในทุกขั้นตอน เพื่อให้งานวิจัยนี้ประสบความสำเร็จ ผู้ทำวิจัยใคร่ขอความร่วมมือและผู้ขอความยินยอมตรวจสอบความเข้าใจของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ทำการขออนุญาตบันทึกภาพและเสียงระหว่างการสนทนา รวมทั้งมีการแจ้งให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทราบว่าข้อมูลต่าง ๆ ภาพประกอบและเสียงที่บันทึกไว้นั้น คณะผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับ ข้อมูลส่วนใดที่ผู้ให้ข้อมูลไม่ประสงค์ให้บันทึก คณะผู้วิจัยก็ไม่บันทึกตามความประสงค์ ขอให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญปฏิบัติตามคำแนะนำของผู้ทำวิจัยอย่างเคร่งครัด รวมทั้งแจ้งอาการผิดปกติต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญระหว่างที่เข้าร่วมในโครงการวิจัยให้ผู้ทำวิจัยได้รับทราบ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยจะนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและข้อมูลจากแนวคำถามเพื่อนำมาประมวลผลข้อมูล วิเคราะห์เชื่อมโยงประเด็นแล้วสังเคราะห์เรียบเรียงเพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับพระเครื่องที่สวยงามและตรงตามความต้องการของชุมชน

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. ความสำคัญของกล่องเก็บรักษา

กล่องบรรจุภัณฑ์ของสินค้าทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธาเป็นองค์ประกอบที่ทำหน้าที่สื่อสารความศักดิ์สิทธิ์ คุณค่าทางจิตใจและคุณค่าทางวัฒนธรรมไปยังผู้ครอบครองและสังคมโดยรอบ การออกแบบกล่องจึงเป็นกระบวนการสร้างความหมาย (meaning-making) และการยกระดับคุณค่าให้ก้าวพ้นจากมิติทางกายภาพไปสู่มิติทางจิตวิญญาณและวัฒนธรรม ผลการศึกษาพบว่า กล่องมีบทบาทสำคัญในการสื่อถึงความศักดิ์สิทธิ์และคุณค่าทางใจของข้าวมธุปายาส โดยผู้ให้ข้อมูลสะท้อนว่า “กล่องทำให้ผู้รับรู้สึกถึงความพิเศษและความเคารพต่อสิ่งที่บรรจุอยู่ภายใน ซึ่งแตกต่างจากสินค้าทั่วไปในชีวิตประจำวัน” (P27, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) สอดคล้องกับมุมมองที่ว่า บรรจุภัณฑ์ของสินค้าศรัทธาทำหน้าที่เป็นสื่อกลางของพิธีกรรมเชิงสัญลักษณ์ที่ย้ำเตือนถึงความศักดิ์สิทธิ์และความหมายเชิงจิตวิญญาณ ดังนั้นกล่องและสินค้าทางวัฒนธรรม โดยกล่องทำหน้าที่เป็น “สื่อกลาง” ระหว่างพิธีกรรม ความเชื่อและผู้ศรัทธา (P15, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) การออกแบบที่เหมาะสมเพื่อเสริมสร้างความเลื่อมใส ความเคารพและความรู้สึกอุ่นใจแก่ผู้ครอบครอง เป็นคุณค่าที่ไม่อาจประเมินได้ด้วยมูลค่าทางเศรษฐกิจ หากพิจารณาในมิติของการสื่อสารทางวัฒนธรรม กล่องสามารถทำหน้าที่เป็นพื้นที่เล่าเรื่อง (storytelling space) ที่ถ่ายทอดประวัติ ความเชื่อและอัตลักษณ์ของชุมชนที่เป็นแหล่งกำเนิดของข้าวมธุปายาส ดังที่ ผู้ให้ข้อมูลชี้ให้เห็นว่า “กล่องสามารถสื่อเรื่องราวของพิธีกรรม พุทธประวัติและภูมิปัญญาท้องถิ่น ทำให้ผู้รับได้รับความรู้และความเข้าใจในบริบททางวัฒนธรรมของชุมชน” (P12, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) เป็นการขยายบทบาทของกล่องจากบรรจุภัณฑ์ธรรมดาไปสู่การเป็นสื่อการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ กล่องยังเป็นสื่อที่สะท้อนความศักดิ์สิทธิ์และคุณค่าทางจิตใจของผู้ศรัทธา เป็นตัวแทนของวัฒนธรรมและความเชื่อของชุมชน การออกแบบกล่องที่เหมาะสมจึงเสริมความเคารพ ความเลื่อมใสและทำให้สินค้ามีคุณค่าทั้งด้านจิตใจและวัฒนธรรม (P26, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) โดยเฉพาะเมื่อกล่องได้รับการออกแบบให้สอดคล้องกับบริบททางศาสนาและพิธีกรรมจะยิ่งตอกย้ำความศักดิ์สิทธิ์ของพระเครื่อง

อีกทั้งด้านสุนทรียภาพและการดึงดูดความสนใจ ผู้ให้ข้อมูลเสนอว่า “การออกแบบกล่องควรใช้แนวคิดที่เชื่อมโยงกับธรรมชาติ เพื่อสะท้อนความเรียบง่าย ความบริสุทธิ์และความสมดุล สอดคล้องกับคุณค่าทางพุทธศาสนาและวิถีชีวิตของชุมชน” (P26, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) การใช้วัสดุ สีและลวดลายที่สื่อถึงธรรมชาติสร้างความงดงามและเสริมประสบการณ์ทางจิตใจของผู้ครอบครองในบริบทสังคมร่วมสมัย กล่องและสินค้าทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธาทำหน้าที่เป็นสื่อกลางที่เชื่อมโยงความศักดิ์สิทธิ์และจิตวิญญาณเข้ากับวิถีชีวิตสมัยใหม่ การออกแบบที่สะท้อนอัตลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่นยกระดับคุณค่าทางจิตใจ และสร้างมูลค่าเพิ่มทางวัฒนธรรม ทำให้สามารถดำรงอยู่ในสังคมปัจจุบันได้ (P30, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 และ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) อีกทั้ง ผู้ให้ข้อมูลอีกส่วนหนึ่งมองว่า

“กล่องเป็นสื่อกลางที่เชื่อมโยงความเชื่อ ความรู้สึกและอัตลักษณ์ของชุมชนให้คงอยู่และสืบสานต่อไป” (P28, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 และ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) โดยเฉพาะในยุคที่พิธีกรรมและความเชื่อดั้งเดิมกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลง กล่องจึงทำหน้าที่เป็นตัวแทนเชิงรูปธรรมของความศรัทธาและความทรงจำทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ ในด้านการใช้งาน กล่องมีความสำคัญในฐานะวัตถุที่สามารถเก็บรักษาไว้เป็นที่พึ่งทางใจ คนในชุมชนสามารถเก็บข้าวมธุปายาสหรือกล่องพระเครื่องไว้ในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ของบ้าน เพื่อเป็นสัญลักษณ์แห่งศรัทธาและความอุ่นใจ (P11, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) ทำให้เห็นได้ว่ากล่องไม่ได้หมดคุณค่าเมื่อถูกใช้ไปแล้ว แต่กลับมีคุณค่าทางจิตใจ เพราะกล่องสื่อถึงความศักดิ์สิทธิ์และความเคารพต่อพระเครื่องที่บรรจุอยู่ภายใน สร้างคุณค่าทางใจ ทำให้คนในชุมชนรู้สึกอุ่นใจและเกิดศรัทธา อีกทั้งยังสะท้อนคุณค่าทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของชุมชน เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดความเชื่อและประเพณีจากรุ่นสู่รุ่น (P29, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 และ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) ในทำนองเดียวกัน กล่องทำหน้าที่เป็นสื่อแทนความเชื่อและความเคารพ ยึดเหนี่ยวจิตใจและสร้างความสบายใจแก่คนในชุมชน พร้อมทั้งสะท้อนเอกลักษณ์ ภูมิปัญญาและประเพณีของชุมชน (P25, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) ดังนั้น สรุปได้ว่า กล่องและสินค้าทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธาจากข้าวมธุปายาสมีความสำคัญในฐานะสื่อที่เชื่อมโยงความศักดิ์สิทธิ์ คุณค่าทางจิตใจและคุณค่าทางวัฒนธรรมเข้าด้วยกัน

2. การเลือกกล่องหรือบรรจุภัณฑ์สำหรับเก็บรักษา

การเลือกกล่องสำหรับเก็บรักษาสินค้าทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธาจากข้าวมธุปายาสต้องพิจารณาในมิติทางกายภาพ จิตใจและวัฒนธรรมควบคู่กัน เป็นสิ่งของที่มีความหมายเชิงสัญลักษณ์ ผูกโยงกับพิธีกรรม ความเชื่อและศรัทธาทางศาสนา การออกแบบและเลือกกล่องจึงต้องสะท้อนความเคารพ ความศักดิ์สิทธิ์และคุณค่าทางวัฒนธรรมของพระเครื่องที่บรรจุอยู่ภายใน โดยมิติพื้นฐานด้านการใช้งาน ผู้ให้ข้อมูลจำนวนมากให้ความสำคัญกับ “ขนาดของกล่อง” โดยมองว่าควรมีลักษณะขนาดเล็ก กะทัดรัด พกพาและจัดเก็บได้สะดวก (P16, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) ขนาดที่เหมาะสมทำให้การเก็บรักษาเป็นระเบียบ เห็นถึงความประณีตและความตั้งใจในการดูแลพระเครื่อง ไม่ให้ถูกปะปนหรือวางรวมกับสิ่งของทั่วไป นอกจากเรื่องขนาดแล้ว ความแข็งแรงและการปกป้องพระเครื่อง เป็นอีกสิ่งสำคัญที่ถูกกล่าวถึงอย่างชัดเจน คือ “กล่องควรมีความแข็งแรง สามารถป้องกันความชื้น ฝุ่นและการกระแทกได้ดี เพื่อรักษาสภาพและความสะอาด” (P17, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569)

หากพิจารณาด้านกายภาพและเชิงสัญลักษณ์ ในทำนองเดียวกัน ผู้ให้ข้อมูลยังเน้นว่า “กล่องควรมีความแข็งแรง สะอาด ปลอดภัยและเหมาะสมกับลักษณะของพระเครื่องหรือสิ่งของเชิงศรัทธาที่บรรจุอยู่ภายใน” (P25, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) รวมถึงสามารถเก็บรักษาในที่มิดชิดได้ เพื่อแสดงถึงความเคารพและการให้คุณค่าแก่สิ่งศักดิ์สิทธิ์ ไม่ให้ถูกวางหรือใช้อย่างไม่เหมาะสม ในขณะที่ ด้านรูปแบบและความหมายเชิงวัฒนธรรม กล่องควรมีลักษณะสุภาพเรียบง่ายและเหมาะสม เพื่อสะท้อนคุณค่าทางวัฒนธรรมและแสดงความเคารพต่อสิ่งของเชิงศรัทธา (P20, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) ความสุภาพ คือ ความเรียบง่าย รวมถึงการเลือกสี ลวดลาย และองค์ประกอบทางการออกแบบที่ไม่ฉูดฉาดจนลดทอนความศักดิ์สิทธิ์ ดังที่ ผู้ให้ข้อมูลหลายคนชี้ให้เห็นว่า “กล่องที่เหมาะสมควรคำนึงถึงการปกป้องพระเครื่องจากความเสียหาย ควบคู่กับความเรียบง่าย สุภาพและให้ความรู้สึกเคารพต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์” (P21, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) ทำให้เห็นถึงการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับพระเครื่องไม่สามารถใช้หลักการเชิงพาณิชย์ต้องคำนึงถึงมิติทางจิตใจและวัฒนธรรม เพราะกล่องที่เรียบ สุภาพ แข็งแรง และสามารถเก็บรักษาได้ดี จึงถูกมองว่าเป็นลักษณะที่เหมาะสมสำหรับสินค้าทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธา (P2, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 และ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) สร้างความรู้สึกมั่นคงและความไว้วางใจให้แก่คนในชุมชน ว่าสิ่งของภายในได้รับการดูแลอย่างเหมาะสม

อีกทั้ง ด้านสัญลักษณ์ กล่องควรมีรูปแบบสุภาพ สะท้อนความศักดิ์สิทธิ์ ปกป้องสินค้าได้ดีและสื่อถึงคุณค่าทางวัฒนธรรม ควบคู่กับความสะดวกในการใช้งาน (P26, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 และ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) การออกแบบที่ดีต้องสร้างสมดุลระหว่างการใช้งานจริงและการสื่อความหมายเชิงจิตวิญญาณ ดังที่ ผู้ให้ข้อมูลท่านหนึ่งกล่าวว่า “กล่องควรมีความเหมาะสมกับลักษณะขององค์พระหรือสินค้าจากข้าวมธุปายาส มีความแข็งแรง ปลอดภัยและสะอาด” (P27, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 และ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) การเลือกวัสดุและโครงสร้างกล่องต้องสอดคล้องกับลักษณะพระเครื่อง ไม่ใหญ่หรือเล็กจนเกินไปและไม่สร้างความเสี่ยงต่อการชำรุดเสียหาย ในขณะที่ ด้านสุนทรียภาพ ผู้ให้ข้อมูลเสนอ

ว่า “รูปแบบกล่องควรสุภาพ เรียบง่าย แต่แฝงความหมาย ไม่ควรฉูดฉาดจนลดทอนความศักดิ์สิทธิ์และต้องสามารถปกป้องพระเครื่องหรือสินค้าศรัทธาได้” (P30, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 และ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) เป็นความเข้าใจว่าความงามของกล่องอยู่ที่ความพอดีและความหมาย มากกว่าความโดดเด่นทางสายตา อีกประเด็นหนึ่งที่ได้รับความสนใจคือ การเลือกวัสดุที่ควรเน้นวัสดุที่มีความแข็งแรง สื่อถึงความประณีต เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และคุณค่าเชิงจริยธรรมและวัฒนธรรม (P29, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 และ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569; P18, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) เนื่องจากการใช้วัสดุรักษ์โลกสอดคล้องกับหลักพุทธธรรมเรื่องความพอประมาณและการไม่เบียดเบียนธรรมชาติ (P28, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) พร้อมทั้งมีความแข็งแรงเพียงพอในการปกป้องพระเครื่องได้ดี (P19, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูลเสนอว่า “กล่องควรมีลวดลายหรือข้อความที่สื่อถึงคุณค่าทางศาสนาและวัฒนธรรมเพื่อคงไว้ซึ่งคุณค่าเชิงจิตใจและอัตลักษณ์ของชุมชน” (P12, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) รวมถึงควรมีพื้นที่สำหรับเล่าเรื่องหรือใส่ข้อความอธิบายความหมาย ความเป็นมาและความศักดิ์สิทธิ์ของพระเครื่องเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจแก่คนในชุมชน (P16, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) ดังนั้น สรุปได้ว่า การเลือกกล่องสำหรับเก็บรักษาสินค้าทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธาจากข้าวมธุปายาส ต้องพิจารณาอย่างรอบด้าน เช่น ความแข็งแรงการปกป้องพระเครื่อง ความสุภาพ ความศักดิ์สิทธิ์และการสื่อคุณค่าทางวัฒนธรรม กล่องที่ออกแบบอย่างเหมาะสมทำหน้าที่ปกป้องพระเครื่อง เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดความศรัทธา อัตลักษณ์และภูมิปัญญาของชุมชนให้คงอยู่และสืบทอดต่อไป

3. คุณสมบัติของกล่อง

การออกแบบกล่องสำหรับต้นแบบสินค้าทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธาจากข้าวมธุปายาสเพื่อการบรรจุหรือปกป้องพระเครื่อง เป็นการสื่อสารคุณค่าทางวัฒนธรรม ความเชื่อและจิตวิญญาณที่แฝงอยู่ในตัวสินค้า กล่องจึงทำหน้าที่เป็นพื้นที่เชิงสัญลักษณ์ที่เชื่อมโยงระหว่างวัตถุทางศรัทธา ผู้สร้างและคนในชุมชน โดยคุณสมบัติของกล่องสอดคล้องในด้านของความแข็งแรง การใช้งาน ความเหมาะสมเชิงวัฒนธรรมและความหมายเชิงสัญลักษณ์ รายละเอียดต่อไปนี้

3.1 ความแข็งแรงและความสามารถในการปกป้องสิ่งของ โดยเฉพาะในรูปแบบพระเครื่องหรือวัตถุมงคลมีคุณค่าทั้งทางจิตใจและความศักดิ์สิทธิ์ กล่องจึงต้องทำหน้าที่เป็นเกราะคุ้มครองไม่ให้เกิดความเสียหายจากการกระแทก การกดทับหรือการเสื่อมสภาพ ดังที่ ผู้ให้ข้อมูลหลายคนสะท้อนมุมมองไปในทิศทางเดียวกันว่า “กล่องควรมีความแข็งแรงเพื่อปกป้องสิ่งของจากความเสียหาย” (P17, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) และ “กล่องควรมีคุณสมบัติที่แข็งแรง ทนทาน สามารถเก็บรักษาสินค้าได้ดี” (P19, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) ความเห็นสอดคล้องกับอีกหลายเสียงที่เน้นย้ำว่า “ควรแข็งแรงและไม่พังง่าย” (P21, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) และ “ความแข็งแรงปกป้องพระเครื่องไม่ให้เสียหาย” (P25, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 และ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569)

3.2 ความเรียบร้อย ประณีตและความเหมาะสมกับความศักดิ์สิทธิ์ เป็นคุณสมบัติที่สะท้อนจริยธรรมทางวัฒนธรรมในการออกแบบ กล่องต้องแสดงออกถึงความเคารพต่อสิ่งของเชิงศรัทธา ผู้ให้ข้อมูลระบุว่า กล่องควรสะท้อน “ความเรียบร้อยและประณีต แสดงถึงความเคารพ” (P30, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 และ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) และควรมี “ความสวยงามอย่างสุภาพ สอดคล้องกับความเชื่อ” (P26, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 และ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) ทำให้เห็นได้ว่าความงามของกล่องเป็นความงามที่ถูกกลั่นกรองผ่านกรอบความเชื่อและบริบททางศาสนา

3.3 อัตลักษณ์และแหล่งที่มา ดังที่ ผู้ให้ข้อมูลบางส่วนให้ความสำคัญกับการระบุที่มาอย่างชัดเจน โดยเสนอว่า “ควรจะมีเครื่องหมายสัญลักษณ์บอกว่าทำจากวัดไหน” (P16, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) ทำให้บทบาทของกล่องในฐานะสื่อรับรองความแท้ ความศักดิ์สิทธิ์ และความน่าเชื่อถือของพระเครื่องเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างคุณค่าทางจิตใจแก่คนในชุมชนอีกคุณสมบัติที่มีความโดดเด่น คือ ใช้สัญลักษณ์เชิงความหมายทางศาสนาและวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงกล่องเข้ากับเรื่องราวของข้าวมธุปายาส โดยผู้ให้ข้อมูลเสนอการใช้สัญลักษณ์ที่มีนัยสำคัญ เช่น “ความหมายเชิงสัญลักษณ์ เช่น รูปดอกบัว ต้นโพธิ์หรือหม้อกวนข้าวมธุปายาส” (P15, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) รวมถึง “ลวดลายหรือสีที่สื่อถึงศาสนา” (P27, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 และ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) สัญลักษณ์ทำหน้าที่เป็นตัวแทนทางวัฒนธรรมเพื่อเล่าเรื่องราว (storytelling) และเพิ่มมิติทางความหมายให้แก่กล่องและพระเครื่อง

3.4 การใช้สีและเทคนิคการออกแบบ ผู้ให้ข้อมูลระบุถึงการเลือกใช้สีที่มีนัยมงคลและเหมาะสมกับบริบททางศาสนา เช่น “ใช้สีมงคล คือ แดง ทอง ขาวหรือดำ” (P11, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) ในขณะเดียวกันมีการเสนอการใช้เทคนิคพิเศษเพื่อเพิ่มคุณค่าเชิงสุนทรียะและศรัทธา เช่น “เทคนิคพิเศษ เช่น ปั๊มนูนหรือปั๊มเคทอง” (P12, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) เป็นความตั้งใจในการออกแบบที่ประณีตและมีคุณค่าทางสัญลักษณ์ คุณสมบัติของกล่องต้องคำนึงถึง ความเรียบง่ายแต่เปี่ยมความหมาย ผู้ให้ข้อมูลสะท้อนว่า กล่องที่ดีควร “มีความแข็งแรง สวยงาม เรียบง่ายและมีความหมายเชิงมงคล” (P28, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) และ “มีความสวยงามอย่างเรียบง่าย และแฝงความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่สื่อถึงศรัทธา วัฒนธรรมและความเป็นสิริมงคล เพื่อเพิ่มคุณค่าทางจิตใจแก่ผู้ครอบครอง” (P20, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) ทำให้เห็นถึงหลักการออกแบบเชิงวัฒนธรรมที่เน้นการลดทอนความฟุ่มเฟือยและเพิ่มพูนความหมาย

3.5 คุณสมบัติด้าน วัสดุและความยั่งยืน ซึ่งเริ่มมีบทบาทมากขึ้น โดยผู้ให้ข้อมูลเสนอให้ใช้วัสดุที่เหมาะสมกับความศักดิ์สิทธิ์ แข็งแรงและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น “เหมาะสมกับความศักดิ์สิทธิ์ แข็งแรง ปลอดภัย ปกป้องพระเครื่องได้ดี ใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” (P13, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) รวมถึงข้อเสนอว่า “ไม่ฉีกขาดและมีความหลากหลาย” (P29, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) เป็นความคาดหวังต่อกล่องในฐานะผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ผสานศรัทธากับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

สรุปได้ว่า คุณสมบัติของกล่องสินค้าทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธาจากข้าวมธุปายาส มีความแข็งแรง สวยงาม และการบูรณาการระหว่างการปกป้องทางกายภาพ การสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ ความเหมาะสมทางวัฒนธรรมและคุณค่าทางจิตใจ กล่องจึงทำหน้าที่เป็นกระบวนการสืบสานศรัทธาและวัฒนธรรม ผ่านการออกแบบที่เคารพอดีต เข้าใจปัจจุบันและมองไปสู่ความยั่งยืนในอนาคต

4. วัสดุที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการทำกล่อง

กล่องทำหน้าที่เป็นโครงสร้างทางกายภาพเพื่อบรรจุและปกป้องพระเครื่องหรือวัตถุมงคล ทำหน้าที่เป็น “ตัวแทนเชิงความหมาย” ที่สะท้อนระดับความเคารพ ศรัทธาและคุณค่าทางวัฒนธรรมที่สังคมมอบให้กับสิ่งของนั้น วัสดุที่เหมาะสมจึงต้องตอบโจทย์ทั้งด้านความแข็งแรง ความประณีต ความเหมาะสมทางศาสนาและบริบทสังคมร่วมสมัย รายละเอียดต่อไปนี้

4.1 มีความแข็งแรงและปกป้องพระเครื่องได้ เนื่องจากสินค้าทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธาจากข้าวมธุปายาสโดยเฉพาะพระเครื่องหรือวัตถุศักดิ์สิทธิ์ เป็นสิ่งของที่คนในชุมชนให้คุณค่าทั้งทางจิตใจและความเชื่อ การชำรุดหรือเสียหายจึงอาจส่งผลต่อความรู้สึกศรัทธาโดยตรง ผู้ให้ข้อมูลสะท้อนความสำคัญในประเด็นนี้อย่างชัดเจนว่า วัสดุของกล่องต้อง “แข็งแรง ปกป้องพระเครื่องได้ดี” (P21, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) และควรเป็นวัสดุที่มีลักษณะ “เป็นกรอบหรือของแข็ง” เพื่อรักษาสภาพของสิ่งของภายใน (P19, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569)

4.2 คุณสมบัติในการป้องกันปัจจัยแวดล้อมที่อาจก่อให้เกิดความเสียหาย เช่น ความชื้น ฝุ่นหรือการเสียดสีภายในกล่อง ผู้ให้ข้อมูลระบุว่า ควรเลือกวัสดุที่ “แข็งแรง ทนทานและป้องกันความชื้นหรือฝุ่นหรือมีผ้าที่บุภายในเพื่อถนอมสิ่งของ” (P17, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) เมื่อพิจารณาถึงแนวคิดการออกแบบที่มองกล่องเป็นระบบการดูแลรักษาวัตถุศักดิ์สิทธิ์ และเป็นพื้นที่ปกป้องคุณค่าทางจิตใจ ในขณะเดียวกัน การเลือกใช้วัสดุยังต้องคำนึงถึงภาพลักษณ์และความรู้สึกที่วัสดุนั้นสื่อสารออกมา วัสดุที่ดูเปราะบางหรือราคาถูกเกินไปอาจลดทอนคุณค่าทางศรัทธาและความศักดิ์สิทธิ์ของสินค้า ดังที่ ผู้ให้ข้อมูลบางรายจึงเน้นย้ำว่า “วัสดุไม่ควรดูราคาถูกหรือเปราะบางจนลดคุณค่าทางศรัทธา” (P22, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุ วัสดุและการรับรู้ทางวัฒนธรรม ชี้ให้เห็นว่าวัสดุคือ องค์ประกอบในการสร้างความเชื่อถือและความศรัทธา

4.3 การเลือกใช้วัสดุธรรมชาติหรือวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ดังที่ ผู้ให้ข้อมูลหลายคนแสดงความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า “ควรใช้วัสดุธรรมชาติหรือเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” (P20, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) และ “ใช้วัสดุธรรมชาติหรือเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือวัสดุจากธรรมชาติ” (P29, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) เป็นการผสานระหว่างศรัทธาทางศาสนากับจริยธรรมร่วมสมัยด้านสิ่งแวดล้อมที่สอดคล้องกับ

หลักพุทธศาสนาเพราะวัสดุธรรมชาติมีบทบาทในการเชื่อมโยงกล่องเข้ากับอัตลักษณ์ท้องถิ่นและภูมิปัญญาชุมชน ตัวอย่างเช่น “การใช้วัสดุธรรมชาติ เช่น ผ้าทอพื้นบ้าน” (P28, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) สำหรับการบุภายในหรือห่อหุ้มบางส่วนของกล่อง เพิ่มความอ่อนโยนในการปกป้องพระเครื่อง เพิ่มคุณค่าทางวัฒนธรรมและเรื่องราวของชุมชน กล่องจึงกลายเป็นพื้นที่ถ่ายทอดอัตลักษณ์มากกว่าจะเป็นเพียงวัตถุประกอบ อย่างไรก็ตาม ผู้ให้ข้อมูลบางส่วนยังสะท้อนมุมมองเชิงปฏิบัติ โดยเสนอใช้ “การบรรจุกล่องพลาสติก” (P16, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการพิจารณาความเหมาะสมตามบริบทการใช้งานจริง วัสดุอย่างพลาสติกอาจมีข้อดีด้านการป้องกันความชื้นและความทนทาน แต่จำเป็นต้องออกแบบและเลือกใช้ในลักษณะที่ไม่ลดทอนภาพลักษณ์ทางศรัทธา เช่น การใช้เป็นชั้นด้านในควบคู่กับวัสดุธรรมชาติหรือวัสดุที่ให้ความรู้สึกสุภาพภายนอก นอกจากนี้ วัสดุที่เหมาะสมต้องสะท้อนความประณีตและความตั้งใจในการสร้างสรรค์ ดังที่ ผู้ให้ข้อมูลระบุว่า “เน้นความประณีตและแข็งแรง” (P23, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) เป็นงานที่ต้องแสดงถึงความใส่ใจในรายละเอียด เพื่อสื่อถึงความเคารพต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์

4.4 สื่อคุณค่าทางจิตใจและความทรงจำ โดยผู้ให้ข้อมูลบางรายมองว่า “แบบเก่า ๆ เป็นคุณค่าทางจิตใจ” (P30, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) ข้อคิดเห็นทำให้การเลือกวัสดุที่ให้ความรู้สึกคลาสสิก ดั้งเดิมหรือใกล้ชิดกับอดีต เสริมพลังทางศรัทธาและความผูกพันระหว่างคนในชุมชนกับพระเครื่องได้

โดยสรุป วัสดุที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการทำกล่องสินค้าทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธาจากข้าวมธุปายาส ควรเป็นวัสดุที่มีความแข็งแรง ทนทาน สามารถปกป้องสิ่งของจากความเสียหายและปัจจัยแวดล้อมได้ดี ในขณะเดียวกัน ต้องไม่ลดทอนคุณค่าทางศรัทธา มีความประณีต สุภาพและสอดคล้องกับบริบททางศาสนา การเลือกใช้วัสดุธรรมชาติหรือวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น ผ้าทอพื้นบ้านเพื่อเพิ่มมิติทางวัฒนธรรมและคุณค่าทางจิตใจให้กับกล่องใส่พระเครื่อง

5. อัตลักษณ์ของข้าวมธุปายาสเพื่อการออกแบบกล่อง

การออกแบบกล่องใส่ต้นแบบสินค้าทางวัฒนธรรมตั้งอยู่บนความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับ “อัตลักษณ์ของข้าวมธุปายาส” เป็นรากฐานสำคัญที่นักออกแบบต้องนำมาถอดรหัสและแปลงเป็นภาษาทางการออกแบบ เพื่อให้กล่องทำหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างศรัทธา วัฒนธรรมและคนในชุมชนในบริบทสังคมร่วมสมัย รายละเอียดต่อไปนี้

5.1 ความเชื่อมโยงกับพุทธศาสนาและพุทธประวัติ เพราะข้าวมธุปายาสมีสถานะเป็นอาหารแห่งการบำเพ็ญบารมีและเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญในพุทธประวัติจากเรื่องราวของนางสุชาดาที่ถวายข้าวมธุปายาสแด่พระพุทธเจ้าก่อนการตรัสรู้ ดังที่ ผู้ให้ข้อมูลสะท้อนว่า การออกแบบกล่อง “ควรใช้สัญลักษณ์เกี่ยวกับพุทธศาสนา ข้าว เครื่องบูชาหรือเรื่องราวในพุทธประวัติ” (P18, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) การเล่าเรื่องพุทธประวัติผ่านงานออกแบบ ดังที่ผู้ให้ข้อมูลเสนอว่า “ควรนำเรื่องราวของข้าวมธุปายาส พุทธประวัติ เช่น ข้าว ความอุดมสมบูรณ์หรือการเล่าเรื่องนางสุชาดาเพื่อให้ผู้รับเข้าใจที่มาและคุณค่า” (P30, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) และสอดคล้องกับอีกความเห็นที่ระบุถึง “เรื่องราวนางสุชาดาถวายข้าว” (P27, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) เรื่องราวสามารถถ่ายทอดผ่านภาพสัญลักษณ์ ข้อความหรือโครงสร้างการเล่าเรื่องบนกล่อง เพื่อสร้างความเข้าใจและความศรัทธาแก่คนในชุมชน

5.2 คุณค่าทางจิตใจและความเป็นสิริมงคล ผู้ให้ข้อมูลอธิบายว่า ข้าวมธุปายาสมีลักษณะ “บริสุทธิ์ ประณีตและเป็นสิริมงคล” (P29, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) คุณลักษณะเชิงนามธรรมมีผลต่อการออกแบบกล่องในแง่ของโทนสี รูปทรงและองค์ประกอบภาพ โดยควรหลีกเลี่ยงความฉูดฉาดหรือความรุนแรงทางสายตา และเลือกใช้ความเรียบ สุภาพ สงบ เพื่อสะท้อนความบริสุทธิ์และศักดิ์สิทธิ์ รวมถึงอัตลักษณ์ด้านสัญลักษณ์ทางศาสนายังปรากฏผ่านการเลือกใช้รูปเคารพหรือสัญลักษณ์เฉพาะ เช่น ความเห็นที่เสนอให้ใช้ “รูปพระปิดตา” (P16, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) เป็นสัญลักษณ์แห่งการปิดกั้นสิ่งไม่ดี ความสงบและการคุ้มครองทางจิตใจ การนำสัญลักษณ์มาใช้ในการออกแบบกล่อง ต้องกระทำอย่างระมัดระวังและสุภาพเพื่อไม่ให้ลดทอนความศักดิ์สิทธิ์ แต่ในขณะเดียวกันก็ยกระดับคุณค่าทางศรัทธาของพระเครื่อง

5.3 ความเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยผู้ให้ข้อมูลระบุว่า “ลายบ้านเรา (ภาษาถิ่น หมายถึง ลวดลายพื้นถิ่น) เพื่อสื่อถึงรากเหง้าและความศักดิ์สิทธิ์ของพิธีกรรม” (P19, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) ลวดลายทำหน้าที่ตกแต่ง เป็นภาษาทางวัฒนธรรมที่บอกเล่าความเป็นชุมชน ความต่อเนื่องของประเพณีและความสัมพันธ์ของศาสนากับชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ อัตลักษณ์ของข้าวมธุปายาสยังสัมพันธ์กับภูมิปัญญาและกระบวนการพิธีกรรม เช่น การกวนข้าวในหม้อแบบดั้งเดิม ผู้ให้ข้อมูลเสนอให้ใช้ “หม้อกวนข้าวแบบดั้งเดิม” เป็นองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ (P26, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) รวมถึงขั้นตอนการประกอบพิธี ความร่วมแรงร่วมใจและความสามัคคีของชุมชน ทั้งนี้ ในภาพรวม ผู้ให้ข้อมูลหลายคนเน้นย้ำว่า อัตลักษณ์ที่ถ่ายทอดผ่านกล่องพระเครื่องว่า “ควรสะท้อนพุทธศาสนา ภูมิปัญญาและประเพณีชุมชน” (P20, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) และต้องนำเสนอ “อัตลักษณ์ของข้าวมธุปายาสและวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างสุภาพ” (P23, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) รวมถึง “เอกลักษณ์ของข้าวมธุปายาสและวัฒนธรรมท้องถิ่น” (P17, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) และท่าที แห่งความเคารพต่อศาสนาและชุมชนเจ้าของวัฒนธรรม

กล่าวโดยสรุปได้ว่า อัตลักษณ์ของข้าวมธุปายาสเพื่อการออกแบบกล่องสินค้าทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธา ประกอบด้วย ความเชื่อมโยงกับพุทธศาสนาและพุทธประวัติ ความเป็นสิริมงคลและความบริสุทธิ์เชิงสัญลักษณ์ เรื่องราวของนางสุชาดาและการถวายข้าว ลวดลายและเครื่องมือพิธีกรรมแบบดั้งเดิม ตลอดจนภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ของชุมชน การออกแบบกล่องที่ถอดรหัสอัตลักษณ์ออกมาได้อย่างเหมาะสมและการสืบสานคุณค่าทางจิตใจ

6. ลวดลาย สีหรือรูปทรงที่เหมาะสมกับกล่องที่สื่อถึงความศักดิ์สิทธิ์

กระบวนการเชิงสุนทรียะหรือการถ่ายทอด “ความศักดิ์สิทธิ์” และ “คุณค่าทางวัฒนธรรม” ผ่านรูปแบบทางกายภาพที่ผู้ศรัทธาสามารถรับรู้ สัมผัสและเชื่อมโยงทางจิตใจได้โดยตรง ลวดลาย สีและรูปทรงของกล่องในฐานะสื่อเชิงสัญลักษณ์ที่เชื่อมโยงระหว่างศาสนา วัฒนธรรมและคนในชุมชน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

6.1 สี เป็นองค์ประกอบแรกที่มีผลต่อความรู้สึกและการรับรู้ถึงความศักดิ์สิทธิ์ ผู้ให้ข้อมูลจำนวนมากเสนอให้ใช้สีที่มีความหมายเชิงมงคลและให้ความรู้สึกสงบ น่าเคารพ โดยระบุว่า “ควรใช้สีโทนเข้มขรึมหรือศักดิ์สิทธิ์ เช่น ทอง ขาว ดำ แดงหรือสีน้ำเงินเข้มร่วมกับลวดลายไทย” (P18, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) สีทองและสีขาวมักเชื่อมโยงกับความบริสุทธิ์ ความสูงส่งและพุทธศาสนา ในขณะที่ สีดำหรือสีน้ำเงินเข้มเสริมบรรยากาศของความสงบ สำรวม และความศักดิ์สิทธิ์ นอกจากนี้ ยังมีข้อเสนอให้เลือกใช้ “สีสุภาพและเป็นมงคล เช่น สีทอง สีขาว สีครีมหรือสีน้ำตาลธรรมชาติ” (P20, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) และ “สีโทนอ่อน สุภาพ เช่น ขาว ครีม ทอง น้ำตาล” (P30, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) เพื่อการออกแบบที่ลดความฉูดฉาด เพื่อคงไว้ซึ่งความนอบน้อม และความเคารพต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ สีสื่อถึงความเรียบง่าย ความพอเพียงและความเป็นธรรมชาติกับคุณค่าทางพุทธศาสนา

6.2 ลวดลาย โดยผู้ให้ข้อมูลเห็นตรงกันว่า ควรใช้ลวดลายที่สะท้อนรากเหง้าทางวัฒนธรรมไทยและชุมชนท้องถิ่น โดยเสนอว่า “เป็นลายไทยหรือลายพื้นถิ่นที่มีความอ่อนช้อย” (P21, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) และ “ลวดลายไทยสุภาพ โทนสีมงคลที่สงบ” (P28, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) ลวดลายไทยไม่จำเป็นต้องมีความซับซ้อนหรือวิจิตรเกินไป ควรเลือกใช้รูปแบบที่มีจังหวะอ่อนโยน แสดงถึงความประณีตและความเคารพ เพราะลวดลายทำหน้าที่เป็นตัวแทนของความเชื่อและพื้นที่ทางวัฒนธรรม เช่น “ใช้ลวดลาย สีหรือสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับวัดศรีสมบูรณ์และชุมชน” (P11, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) หรือ “ลายไทยหรือลายที่สื่อถึงความเป็นสิริมงคล” (P24, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) เช่น ลวดลายดอกบัว ลายกระหนกหรือลายธรรมชาติ เพราะเป็นสัญลักษณ์ที่สื่อสารความหมายเชิงศาสนาและความศรัทธาอย่างแฝงนัย อีกทั้ง การผสมผสานลวดลายไทยกับลวดลายธรรมชาติ โดยมีข้อเสนอว่า “อาจใช้ลายไทยหรือลายธรรมชาติ” (P29, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) เนื่องจากเป็นความสัมพันธ์ระหว่างศาสนา ธรรมชาติและวิถีชีวิตชุมชน

6.3 รูปทรงของกล่อง ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นพ้องว่า ควรใช้รูปทรงที่เรียบง่าย สมดุลและเป็นทางการ เพื่อสื่อถึงความมั่นคงและความศักดิ์สิทธิ์ โดยมีข้อเสนอว่า “รูปทรงควรเรียบง่าย มีความสมดุล เพื่อสื่อถึงความสงบ ศรัทธาและความงดงาม” (P19, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) และ “รูปทรงควรเรียบง่าย สมดุลและดูเป็นทางการ

เพื่อถ่ายทอดความรู้สึกถึงความศักดิ์สิทธิ์” (P22, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) ทั้งนี้ รูปทรงที่ได้รับการกล่าวถึงอย่างชัดเจนคือ “รูปทรงสี่เหลี่ยม” เพราะถูกมองว่าเป็นรูปทรงที่มั่นคง เป็นระเบียบและเหมาะสมกับวัตถุเชิงศรัทธา มีผู้ให้ข้อมูลท่านหนึ่งระบุว่า “เป็นกรอบสี่เหลี่ยม” (P26, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) และ “รูปลักษณ์สี่เหลี่ยม เล็กกะทัดรัด” (P25, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569) รูปทรงสี่เหลี่ยมยังเอื้อต่อการจัดวาง การเก็บรักษาและการแสดงความเคารพต่อพระเครื่องที่บรรจุอยู่ภายใน เพราะความเรียบง่ายของรูปทรงสัมพันธ์กับแนวคิดทางพุทธศาสนาในเรื่องความพอดีและความไม่ฟุ่มเฟือย ลดความซับซ้อนของรูปทรง เพิ่มความหมายผ่านลวดลายและสีที่เหมาะสม เพื่อสร้างสมดุลระหว่างความงามและความศักดิ์สิทธิ์ได้

กล่าวโดยสรุป ลวดลาย สีและรูปทรงของกล่องใส่ต้นแบบสินค้าทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธาจากข้าวมธุปายาสควรได้รับการออกแบบอย่างมีความหมายและความเคารพต่อบริบททางศาสนาและวัฒนธรรม สีควรเป็นโทนสุภาพ มงคลและสงบ ลวดลายควรสะท้อนลายไทย ลายพื้นถิ่นหรือสัญลักษณ์ทางศาสนาอย่างอ่อนช้อย ส่วนรูปทรงควรเรียบง่าย สมดุลและมั่นคง โดยองค์ประกอบเมื่อผสานกันอย่างเหมาะสมกลายเป็น “สื่อวัฒนธรรมเชิงศรัทธา” ที่ถ่ายทอดคุณค่าทางจิตใจความศักดิ์สิทธิ์และอัตลักษณ์ของข้าวมธุปายาส ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การวิจัยและออกแบบเพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับสินค้าทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธาจากข้าวมธุปายาส

ประเด็นการศึกษา	สาระสำคัญจากผลการศึกษา
1. ความสำคัญของกล่องเก็บรักษา	กล่องบรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่มากกว่าการเก็บรักษาพระเครื่อง แต่เป็นสื่อกลางที่เชื่อมโยงความศักดิ์สิทธิ์ ความเชื่อและคุณค่าทางวัฒนธรรมเข้ากับผู้ศรัทธา ช่วยสร้างความรู้สึกเคารพอุ่นใจและยกระดับคุณค่าทางจิตใจของข้าวมธุปายาส เป็นพื้นที่เล่าเรื่อง (storytelling space) ถ่ายทอดพุทธประวัติ พิธีกรรมและภูมิปัญญาชุมชน
2. การเลือกกล่องหรือบรรจุภัณฑ์สำหรับเก็บรักษา	การเลือกกล่องต้องคำนึงถึงทั้งมิติทางกายภาพและจิตวิญญาณ ได้แก่ ขนาดกะทัดรัด แข็งแรง ป้องกันความชื้นและฝุ่น มีความสุภาพ เรียบง่ายและเหมาะสมกับบริบททางศาสนา รวมถึงสามารถสื่อคุณค่าทางวัฒนธรรมและความศักดิ์สิทธิ์ของพระเครื่องได้
3. คุณสมบัติของกล่อง	กล่องควรมีคุณสมบัติด้านความแข็งแรง ทนทาน สวยงามและสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ เช่น การใช้ลายไทย ดอกบัว ต้นโพธิ์หรือหม้อกวนข้าวมธุปายาส รวมถึงใช้สีมงคล เช่น ทอง ขาว แดง และเทคนิคปั๊มนูนหรือปั๊มเคทอง เพื่อเพิ่มคุณค่าทางสุนทรียะและจิตใจ
4. วัสดุที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการทำกล่อง	วัสดุควรมีความแข็งแรง ป้องกันความเสียหาย ความชื้นและฝุ่นได้ดี พร้อมทั้งสะท้อนความประณีตและความเคารพต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ นิยมใช้วัสดุธรรมชาติหรือวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ผ้าทอพื้นบ้าน กระดาษรักษ์โลกหรือวัสดุผสมที่คงความศักดิ์สิทธิ์และเพิ่มคุณค่าทางวัฒนธรรม
5. อัตลักษณ์ของข้าวมธุปายาสเพื่อการออกแบบกล่อง	อัตลักษณ์สำคัญประกอบด้วย ความเชื่อมโยงกับพุทธประวัติ เรื่องนางสุชาดาถวายข้าว ความอุดมสมบูรณ์ ความบริสุทธิ์และเป็นสิริมงคล รวมถึงภูมิปัญญาและพิธีกรรมชุมชน เช่น หม้อกวนข้าวแบบดั้งเดิม ลวดลายพื้นถิ่นและสัญลักษณ์ทางศาสนา
6. ลวดลาย สี หรือรูปทรงที่เหมาะสมกับกล่อง	สีที่เหมาะสม ได้แก่ สีทอง สีขาว สีครีม สีน้ำตาล และสีเข้มที่สื่อถึงความศักดิ์สิทธิ์และความสงบ ลวดลายควรเป็นลายไทย ลายพื้นถิ่น หรือลายธรรมชาติ เช่น ดอกบัว กระหนก และสัญลักษณ์เกี่ยวกับวัด ส่วนรูปทรงควรเรียบง่าย สมดุล เป็นทางการ โดยเฉพาะรูปทรงสี่เหลี่ยมที่สื่อถึงความมั่นคงและความพอดี

จากตารางที่ 1 ทำให้เห็นได้ว่า กล่องบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธาจากข้าวมธุปายาส เป็นสื่อกลางที่เชื่อมโยงความศักดิ์สิทธิ์ คุณค่าทางจิตใจและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนวัดศรีสมบูรณ์เข้ากับผู้ศรัทธา กล่องบรรจุภัณฑ์สร้างความรู้สึกเคารพ อุ่นใจและสะท้อนความหมายเชิงจิตวิญญาณผ่านการออกแบบที่เหมาะสมในด้านสี ลวดลาย รูปทรงและวัสดุ โดยการเลือกกล่องต้องคำนึงถึงความแข็งแรง การปกป้องพระเครื่องและความสอดคล้องกับบริบททางศาสนาและวัฒนธรรม กล่องบรรจุภัณฑ์ควรมีความแข็งแรง ทนทาน สวยงาม เรียบง่ายและสื่อความหมายเชิงมงคล เช่น การใช้ลายไทย ลายดอกบัว ต้นโพธิ์ หรือสัญลักษณ์เกี่ยวกับข้าวมธุปายาส พร้อมใช้สีมงคล เช่น สีทอง สีขาว สีครีม และสีน้ำตาลธรรมชาติ เพื่อสื่อถึงความบริสุทธิ์และศักดิ์สิทธิ์ นอกจากนี้ วัสดุที่เหมาะสมควรเป็นวัสดุธรรมชาติหรือเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อสะท้อนคุณค่าทางพุทธศาสนาและวิถีชุมชน รูปทรงควรเรียบง่าย สมดุลและมั่นคง โดยเฉพาะรูปทรงสี่เหลี่ยมที่สื่อถึงความเป็นระเบียบและความศักดิ์สิทธิ์ อันนำไปสู่การสืบสานศรัทธาและวัฒนธรรมของชุมชน ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 การออกแบบเพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับสินค้าทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธาจากข้าวมธุปายาส

เมื่อพิจารณาในประเด็นการวิจัยและออกแบบเพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับสินค้าทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธาจากข้าวมธุปายาส พบว่า กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีมติเลือก “แบบที่ 2” เนื่องจากสามารถสะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและความเชื่อของชุมชนวัดศรีสมบูรณ์ได้ชัดเจนที่สุดในด้านสี รูปทรง ลวดลายและการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ที่ให้ความสำคัญกับความรู้สึกศักดิ์สิทธิ์ ความเรียบง่ายและความร่วมสมัยควบคู่กันคือ 1) ด้านสีใช้โทนสีทอง สีขาวและสีน้ำตาลอ่อน เป็นสีที่เชื่อมโยงกับความศักดิ์สิทธิ์ ความบริสุทธิ์และความเป็นธรรมชาติของข้าวมธุปายาส สีทองสะท้อนถึงคุณค่าทางพุทธศาสนาและความเป็นสิริมงคล ในขณะที่ สีขาวสื่อถึงความบริสุทธิ์แห่งจิตใจและพิธีกรรมทางศาสนา ส่วนสีน้ำตาลอ่อนเชื่อมโยงกับวิถีชุมชนและวัสดุธรรมชาติ ทำให้เกิดความรู้สึกอบอุ่นและเข้าถึงง่าย 2) ด้านรูปทรงมีโครงสร้างกล่องที่เรียบง่าย แต่มีสัดส่วนที่เหมาะสมกับการจัดวางพระเครื่อง ทำให้เกิดความสมดุลระหว่างความร่วมสมัยและความเคารพต่อวัตถุมงคลรูปทรงของกล่องถูกออกแบบให้เปิดใช้งานสะดวก เก็บรักษาพระเครื่องได้อย่างปลอดภัย เหมาะสมต่อการมอบเป็นของที่ระลึกหรือของมงคล สอดคล้องกับแนวคิดด้านบรรจุภัณฑ์ที่มองว่าบรรจุภัณฑ์ต้องทำหน้าที่ทั้งด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์และการสร้างประสบการณ์ทางอารมณ์แก่ผู้ศรัทธา 3) ด้านลวดลายและองค์ประกอบทางศิลป์ สามารถสื่อสารเรื่องราวของข้าวมธุปายาสและบริบทวัดศรีสมบูรณ์ได้ มีการประยุกต์ใช้ลวดลายไทยร่วมกับเส้นสายที่ได้รับแรงบันดาลใจจากรวงข้าวและคลื่นน้ำของพื้นที่ปากพนัง ทำให้เห็นถึงความอุดมสมบูรณ์และความเชื่อเรื่องการเกื้อกูลในพระพุทธศาสนา ดังภาพที่ 3



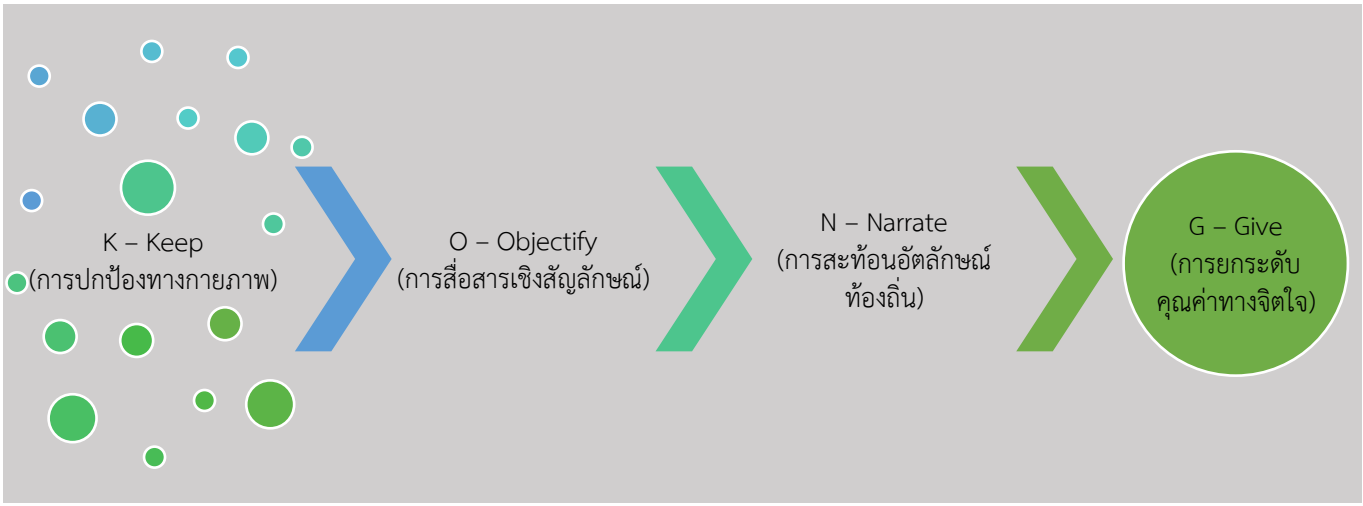
ภาพที่ 3 การออกแบบกล่องใส่ต้นแบบพระเครื่องจากข้าวมธุปายาส

อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่อง การวิจัยและออกแบบเพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับสินค้าทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธาจากข้าวมธุปายาส ทำให้เห็นว่า กล่องบรรจุภัณฑ์เป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงศรัทธา ความทรงจำและอัตลักษณ์ของชุมชน คณะผู้วิจัยอภิปรายผลได้แก่ ความสำคัญของกล่องบรรจุภัณฑ์ พบว่า กล่องบรรจุภัณฑ์มีบทบาทเป็นสื่อกลางเชิงสัญลักษณ์ที่สร้างความศักดิ์สิทธิ์และคุณค่าทางจิตใจ สอดคล้องกับแนวคิดของ Barthes (1977) อธิบายว่า วัตถุทางวัฒนธรรมทำหน้าที่เป็นระบบสัญญะในการสื่อความหมายเชิงสังคมและจิตวิญญาณ นอกจากนี้ สอดคล้องกับการศึกษาของ ภัทรกร ออแก้ว (2563) และ Packnode (2025) ที่ระบุว่า บรรจุภัณฑ์ของสินค้าศรัทธาเป็นพื้นที่แห่งความหมายที่เสริมสร้างประสบการณ์ทางอารมณ์และความผูกพัน อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาแตกต่างจากงานออกแบบเชิงพาณิชย์ทั่วไปที่มุ่งเน้นความโดดเด่นทางการตลาด เพราะชุมชนให้ความสำคัญกับความเคารพและความเหมาะสมทางศาสนามากกว่าความหรูหราหรือความทันสมัย ในขณะที่ การเลือกกล่องบรรจุภัณฑ์ พบว่า ชุมชนให้ความสำคัญกับความแข็งแรง ความเรียบง่ายและความสุภาพของกล่อง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารผ่านบรรจุภัณฑ์ที่มองว่ากล่องบรรจุภัณฑ์ต้องทำหน้าที่ปกป้องสินค้าและการสื่อสารคุณค่าของผลิตภัณฑ์ (Packnode, 2025) ในขณะเดียวกัน ผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบเชิงวัฒนธรรมของ Qin (2022) ที่เสนอว่า การออกแบบสินค้าทางวัฒนธรรมต้องสะท้อนบริบททางสังคมและจิตวิญญาณของชุมชน อย่างไรก็ตาม ข้อค้นพบมีลักษณะเฉพาะในบริบทชุมชนวัดศรีสมบูรณ์ บ่งชี้ว่า เป็นความเรียบง่ายและเป็นตัวแทนของความศักดิ์สิทธิ์

อีกทั้ง คุณสมบัติของกล่องบรรจุภัณฑ์ พบว่า มีความแข็งแรง ความประณีตและความหมายเชิงสัญลักษณ์ สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมที่มองว่า ต้องผสมผสานคุณค่าทางกายภาพและคุณค่าทางวัฒนธรรมเข้าด้วยกัน (Qin, 2022) และสอดคล้องกับการศึกษาของ นิวัฒน์ ศิริคช และภานุ สรวยสุวรรณ (2567) ที่เสนอว่า การออกแบบร่วมสมัยควรตั้งอยู่บนความเข้าใจบริบทและการใช้สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมระหว่างกล่องบรรจุภัณฑ์กับชุมชน โดยอาศัยวัสดุที่เหมาะสมที่สุดสำหรับกล่องบรรจุภัณฑ์ พบว่า วัสดุที่แข็งแรงและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน เช่น การศึกษาของ Sun (2023) ที่ระบุว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมในสังคมร่วมสมัยต้องเชื่อมโยงคุณค่าทางวัฒนธรรมเข้ากับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงสอดรับกับแนวทางพุทธศาสนาเรื่อง “ความพอประมาณ” และ “การไม่เบียดเบียนธรรมชาติ” ภายใต้อัตลักษณ์ของข้าวมธุปายาสเพื่อการออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์ พบว่า อัตลักษณ์และเรื่องราวนางสุชาดาถวายข้าว สิริมงคลและภูมิปัญญาชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดสัญลักษณ์และเรื่องเล่าทางวัฒนธรรมเป็นกลไกสำคัญในการสร้างการรับรู้และความหมาย (Barthes, 1977) รวมถึงสอดคล้องกับ Qin (2022) ที่เสนอว่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมสามารถถ่ายทอดเรื่องเล่าและความทรงจำร่วมของชุมชนได้ นอกจากนี้ ลวดลาย สี หรือรูปทรงที่เหมาะสมกับกล่องบรรจุภัณฑ์ พบว่า ชุมชนให้ความสำคัญกับสีสุภาพและสีมงคล เช่น สีทอง สีขาว สีครีม และสีน้ำตาลธรรมชาติ รวมถึงลวดลายไทย ลายดอกบัวและรูปทรงสี่เหลี่ยมที่เรียบง่าย สอดคล้องกับแนวคิดด้านสัญวิทยาและการสื่อสารผ่านการออกแบบพบว่า สีและรูปทรงสร้างการรับรู้เชิงอารมณ์และจิตวิญญาณได้ (Barthes, 1977; Packnode, 2025) ทั้งนี้ ผลการวิจัยแตกต่างจากแนวโน้มการออกแบบร่วมสมัยบางประเภทที่เน้นความโดดเด่นทางสายตา เพราะชุมชนมองว่า “ความสงบและความพอดี” บ่งชี้ถึงแก่นสำคัญของความศักดิ์สิทธิ์ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้มีข้อจำกัดหลายประการ ได้แก่ การเก็บข้อมูลเฉพาะในพื้นที่วัดศรีสมบูรณ์ อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ทำให้ผลการศึกษาสะท้อนบริบทเฉพาะของชุมชนวัดศรีสมบูรณ์และไม่สามารถสรุปอ้างอิงไปยังชุมชนอื่นได้โดยตรง นอกจากนี้ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลมีจำนวนจำกัดและส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางศาสนาและวัฒนธรรมของพื้นที่ จึงทำให้มุมมองที่ได้รับมีลักษณะเฉพาะกลุ่ม ดังนั้น งานวิจัยในอนาคตควรขยายพื้นที่ศึกษาไปยังชุมชนวัฒนธรรมอื่น รวมถึงพัฒนาการศึกษาด้านการรับรู้เพื่อเกิดองค์ความรู้ที่ครอบคลุมและสามารถประยุกต์ใช้ได้ในระดับที่กว้างขึ้น

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 4 องค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับ “KONG”

จากภาพที่ 4 องค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับ “KONG” พัฒนาขึ้นจากการสังเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม การสัมภาษณ์เชิงลึก การมีส่วนร่วมของชุมชนและการวิเคราะห์แนวคิดด้านการออกแบบวัฒนธรรมในการวิจัยเรื่อง การวิจัยและออกแบบเพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับสินค้าทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธาจากข้าวมธุปายาส โดยคำว่า “KONG” ถูกสร้างขึ้นเพื่อเป็นกรอบแนวคิดเชิงบูรณาการที่อธิบายองค์ประกอบสำคัญของการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธา เพื่อเชื่อมโยงทั้งมิติทางกายภาพ จิตวิญญาณ วัฒนธรรมและการสื่อสารความหมายเข้าด้วยกัน จากการตีความข้อค้นพบที่พบว่า ชุมชนวัดศรีสมบูรณ์มองกล่องบรรจุภัณฑ์เป็นพื้นที่แห่งความหมายที่ทำหน้าที่ปกป้อง สื่อสารและยกระดับคุณค่าทางจิตใจของพระเครื่องจากข้าวมธุปายาส คณะผู้วิจัยจึงสังเคราะห์องค์ประกอบสำคัญจนเกิดเป็น “KONG” เป็นแนวคิดการออกแบบเชิงวัฒนธรรมร่วมสมัยที่ให้ความสำคัญกับบริบทท้องถิ่นและความหมายเชิงสัญลักษณ์ รายละเอียดดังนี้

1. การปกป้องทางกายภาพ (K – Keep) คือ กล่องบรรจุภัณฑ์ต้องสามารถรักษาคุณภาพและปกป้องวัตถุภายในจากแรงกระแทก ความชื้นหรือความเสียหาย และหมายถึงการรักษาคุณค่าทางจิตใจและความศักดิ์สิทธิ์ของพระเครื่อง

2. การสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ (O – Objectify) คือ สัญลักษณ์ สีและลวดลายสามารถสร้างความหมายทางวัฒนธรรมและการรับรู้ทางสังคมได้ การใช้สีทอง สีขาว ลายดอกบัวหรือลวดลายพุทธศิลป์ ทำให้ผู้รับรู้เกิดความรู้สึกศรัทธา ความบริสุทธิ์และความศักดิ์สิทธิ์

3. การสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น (N – Narrate) คือ การถ่ายทอดเรื่องเล่า ความทรงจำและภูมิปัญญาของชุมชนได้ เช่น การนำเรื่องราวนางสุชาดา พิธีกรรมข้าวมธุปายาส วิถีชุมชนหรือสัญลักษณ์ท้องถิ่นมาใช้ เป็นการทำให้กล่องบรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่เล่าเรื่องและสร้างความเชื่อมโยงระหว่างผู้ศรัทธากับชุมชน

4. การยกระดับคุณค่าทางจิตใจ (G – Give) คือ กล่องบรรจุภัณฑ์สร้างประสบการณ์ทางอารมณ์ ความศรัทธาและความผูกพันทางจิตวิญญาณได้ เช่น ความรู้สึกเคารพ อบอุ่นใจและรู้สึกถึงความคู่ควรแก่การบูชา

นอกจากนี้ จุดเด่นของ “KONG” คือ การบูรณาการมิติทางกายภาพกับมิติทางความหมายเข้าไว้ด้วยกัน ทำให้องค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับ “KONG” สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในบริบทอื่นได้ โดยเฉพาะการออกแบบผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม สินค้าชุมชนหรือสินค้าศรัทธาที่ต้องการรักษาอัตลักษณ์และคุณค่าทางจิตวิญญาณ เช่น การออกแบบบรรจุภัณฑ์พระเครื่อง เครื่องราง งานหัตถกรรมพื้นบ้าน ของที่ระลึกทางศาสนาหรือผลิตภัณฑ์ในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับมรดกทางวัฒนธรรมในบริบทสังคมร่วมสมัย

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การวิจัยและออกแบบเพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับสินค้าทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธาจากข้าวมธุปายาส” มุ่งศึกษาความหมาย คุณค่าและอัตลักษณ์ของข้าวมธุปายาสในบริบทชุมชนวัดศรีสมบูรณ์ อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อนำไปสู่การออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบที่สะท้อนความศักดิ์สิทธิ์ คุณค่าทางจิตใจและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน พบว่า ชุมชนให้ความสำคัญกับความพอดี ความเคารพและความหมายในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบจากข้าวมธุปายาสที่มีลักษณะเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยม ขนาดกะทัดรัด สื่อถึงความมั่นคง เป็นระเบียบและเหมาะสมกับวัตถุเชิงศรัทธา ใช้โทนสีทอง สีครีม สีขาวและสีน้ำตาลธรรมชาติ สื่อถึงความศักดิ์สิทธิ์ ความบริสุทธิ์และความเรียบสงบตามแนวคิดทางพุทธศาสนา ในขณะเดียวกัน ลวดลายที่ใช้เป็นลายไทยสุภาพ ลายดอกบัว ลายกระหนกและสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับข้าวมธุปายาส เช่น หม้อกวนข้าว ต้นโพธิ์หรือเรื่องราวนางสุชาดา เพื่อสื่อถึงพุทธประวัติและอัตลักษณ์ของชุมชนวัดศรีสมบูรณ์ นอกจากนี้ ใช้วัสดุที่เหมาะสมควรเป็นวัสดุแข็งแรง ทนทาน ป้องกันความชื้นและแรงกระแทกได้ดี เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อสะท้อนแนวคิดเรื่องความพอประมาณและความสัมพันธ์ระหว่างศาสนากับธรรมชาติ

จากการสังเคราะห์ข้อมูลภาคสนามและกระบวนการออกแบบ คณะผู้วิจัยได้พัฒนาองค์ความรู้ใหม่เรียกว่า “KONG” เป็นกรอบแนวคิดเชิงวิชาการสำหรับการออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธา ประกอบด้วย 4 มิติสำคัญ ได้แก่ (1) การปกป้องทางกายภาพ (K – Keep) (2) การสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ (O – Objectify) (3) การสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น (N – Narrate) และ (4) การยกระดับคุณค่าทางจิตใจ (G – Give) องค์ความรู้ใหม่ “KONG” มีความสำคัญในเชิงวิชาการเพื่อการบูรณาการแนวคิดด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สัญวิทยา การออกแบบเชิงวัฒนธรรมและการออกแบบเชิงอารมณ์เข้าไว้ด้วยกัน ทำให้เกิดแนวทางการออกแบบที่เป็นพื้นที่แห่งความหมายที่สามารถสื่อสารคุณค่าทางวัฒนธรรม จิตวิญญาณและอัตลักษณ์ชุมชน

ดังนั้น งานวิจัยนี้ทำให้เห็นว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธาต้องดำเนินควบคู่กับความเข้าใจบริบทชุมชน ความศักดิ์สิทธิ์และคุณค่าทางจิตใจ เพื่อให้บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่เป็นเครื่องปกป้องวัตถุ สื่อทางวัฒนธรรม และกลไกในการสืบสานมรดกทางศรัทธาของชุมชนสู่สังคมร่วมสมัย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ควรพัฒนากลไกการมีส่วนร่วมของชุมชนวัดศรีสมบูรณ์ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยหน่วยงานท้องถิ่น วัดศรีสมบูรณ์และเครือข่ายวัฒนธรรมชุมชนควรร่วมกันจัดตั้งคณะทำงานออกแบบวัฒนธรรมชุมชนที่ประกอบด้วยพระสงฆ์ ผู้นำชุมชน นักออกแบบท้องถิ่น กลุ่มช่างฝีมือและผู้มีศรัทธา เพื่อร่วมกำหนดแนวทางการออกแบบกล่องพระเครื่องจากข้าวมธุปายาสให้สอดคล้องกับบริบทศาสนาและอัตลักษณ์ชุมชน โดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมตั้งแต่การวิเคราะห์สัญลักษณ์ การเลือกสี ลวดลาย วัสดุและการประเมินต้นแบบ เพื่อลดปัญหาการใช้สัญลักษณ์ทางศาสนาอย่างผิดบริบทวัฒนธรรม

1.2 ควรกำหนดแนวทางคุ้มครองคุณค่าทางศรัทธาควบคู่กับการพัฒนาเศรษฐกิจวัฒนธรรม โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานด้านวัฒนธรรมควรกำหนดแนวปฏิบัติ เพื่อป้องกันการทำให้วัตถุศักดิ์สิทธิ์กลายเป็นสินค้าเชิงพาณิชย์เกินขอบเขต เช่น การกำหนดมาตรฐานด้านรูปแบบ สีและสัญลักษณ์ที่เหมาะสมกับบริบทพุทธศาสนา รวมถึงควบคุมการใช้ภาพหรือข้อความที่อาจลดทอนความศักดิ์สิทธิ์ ทั้งนี้ ควรสนับสนุนให้ผลิตภัณฑ์เป็นส่วนหนึ่งของการอนุรักษ์วัฒนธรรมของวัดศรีสมบูรณ์

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรพัฒนาการศึกษาเชิงปริมาณหรือการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) เพื่อวัดผลของการออกแบบบรรจุภัณฑ์เชิงศรัทธา ทั้งนี้ อาจใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scale) ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อเปรียบเทียบผลการรับรู้ระหว่างกลุ่มผู้ศรัทธา คนในชุมชน นักท่องเที่ยวและผู้บริโภคทั่วไป

2.2 ควรขยายพื้นที่ศึกษาเพื่อเปรียบเทียบรูปแบบการออกแบบสินค้าศรัทธาและการสื่อความหมายทางวัฒนธรรมในบริบทที่แตกต่างกัน เช่น ชุมชนวัดเจดีย์ (ไอ้ไข่) จังหวัดนครศรีธรรมราช และชุมชนวัดพระมหาธาตุ

วรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านสัญลักษณ์ สี รูปทรง วัสดุและการเล่าเรื่องทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อการรับรู้ความศักดิ์สิทธิ์และยกระดับคุณค่าทางวัฒนธรรมของผลิตภัณฑ์ อันจะนำไปสู่การพัฒนาองค์ความรู้ด้านการออกแบบสินค้าศรัทธาและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง ศรัทธามธุปายาส: การปลูกจิตสำนึกชุมชนเพื่อยกระดับทางวัฒนธรรม ขอขอบคุณ งบประมาณจากกองทุน ส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สป.อว.) และมหาวิทยาลัยนเรศวร สำหรับทุนอุดหนุนการวิจัย ประจำปีงบประมาณ 2568 เลขที่สัญญา R2568A105 และผ่านพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน REC114/68 ทั้งนี้ ผู้เขียนได้ใช้เครื่องมือ AI แบบสร้างสรรค์ เช่น ใช้ ChatGPT เพื่อสรุปใจความสำคัญ แปลภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษและตรวจสอบไวยากรณ์ภาษาอังกฤษเท่านั้น

เอกสารอ้างอิง

นิวัฒน์ ศิริคช และ ภานุ สรวยสุวรรณ. (2567). การศึกษาลวดลายไทยจากลายรดน้ำ สู่การสร้างสรรค์ศิลปะลวดลายใหม่ในจังหวัดระยอง. *วารสารศิลปกรรมบูรพา, 27*(2), 157–176.

พระครูปทุมปริยัติการ รวิวณฺโณ. (2558). การศึกษาวิเคราะห์ประเพณีการถวายข้าวมธุปายาส : กรณีศึกษาอำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์. *วารสารวนัมฎองแหรกพุทธศาสตรปริทรรศน์, 2*(1), 127-134.

พระใบฏีกาณภัทร เพื๊อกหิ่ว (พานิช), ภูริวัจน์ ปุณยวุฒิปรีดา และ อุบล วุฒิพรโสภณ. (2564). การพัฒนารูปแบบบรรจุผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าชุมชนยายชา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม. *วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์, 6*(2), 156-166.

ภัทรกร ออแก้ว. (2563). การออกแบบบรรจุภัณฑ์พระสกุลลำพูน นครหริภุญไชย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมหาวัน. *แนวหน้าวิจัยนวัตกรรมทางวิศวกรรม, 18*(2), 111–121.

วัลยา สุวรรณบัณฑิตย์ และ เรวดี อิ้งโพธิ์. (2560). ภาพสะท้อนทางวัฒนธรรมของประเพณีกวนข้าวมธุปายาส วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่, 9*(1), 216-237.

Barthes, R. (1977). *Image, Music, Text.* London: Fontana Press.

Bourdieu, P. (1986). *The forms of capital.* In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). New York: Greenwood Press.

Geertz, C. (1973). *The interpretation of cultures.* New York: Basic Books.

Packnode. (2025). *When Packaging Delivers Cultural Philosophy*. Retrieved from https://www.packnode.org/en/innovation/when-packaging-delivers-cultural-philosophy?utm_source=chatgpt.com.

Qin, Z. (2022). Innovative Path of Tourism Product Packaging Design Based on Cultural Sense. *Frontiers in Art Research, 4*(2), 56-62.

Sun, M. (2023). Research on Packaging Design of Cultural and Creative Products Derived from the Intangible Cultural Heritage of Gold Foil. *Frontiers in Art Research, 5*(7), 92-100.

Swearer, D.K. (2010). *The Buddhist world of Southeast Asia*. Albany: State University of New York Press.

Tambiah, S. J. (1970). *Buddhism and the spirit cults in North-East Thailand.* Cambridge: Cambridge University Press.

Triratanasirichai, K., Kimura, A., & Tanaka, T. (2025). Visual Cues and Cultural Symbolism in Packaging Design Enhancing Perceived Authenticity and Purchase Decision of Thai Ready-to-Eat Green Curry in the Japanese Market. In *Proceedings of the International Conference on Asia Digital Art and Design Asia Digital Art and Design Association* (pp. CT2401-CT2408). Tokyo: Asia Digital Art and Design Association.

JSSP: Journal of Social Science Panyapat, 2026. 8(2): 189-124.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSSP
Journal of Social Science Panyapat
https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSSP/index

Research Article

Work Motivation and Quality of Work Life Influencing Organizational Commitment of Generation Z Employees at the Government Savings Bank Head Office

Tharudee Luermun[1*] and Pornpimon Kachamas[2]

[1] *Graduate Student, Master of Business Administration Program, Department of Management, Faculty of Business Administration, University of the Thai Chamber of Commerce, Thailand*

[2] *Department of Management, Faculty of Business Administration, University of the Thai Chamber of Commerce, Thailand*

[*] *Corresponding author. E-mail: n.tharudeel@gmail.com*

ABSTRACT

This article aimed to examine the effects of work motivation and quality of work life on organizational commitment among Generation Z employees in the context of a Thai state-owned enterprise. Drawing on Herzberg's Two-Factor Theory, Walton's Quality of Work Life framework, and Allen and Meyer's organizational commitment model, data were collected from 205 Generation Z employees at the Government Savings Bank Headquarters using a structured questionnaire. Descriptive statistics, t-tests, one-way ANOVA, and multiple regression analysis were employed. The findings reveal that work motivation and quality of work life have a positive and statistically significant effect on organizational commitment, particularly in terms of job characteristics, workplace relationships, and work–life balance. The findings also indicate that supervision and career advancement have a negative and statistically significant effect on organizational commitment. This study contributes to the organizational behavior literature by extending empirical evidence on Generation Z employees within public-sector financial institutions.

Keywords: Organizational Commitment, Government Savings Bank Headquarters, Quality of Work Life, Generation Z Employees, Work Motivation

Received: 16 April 2026;
Revised: 2 June 2026;
Accepted: 24 June 2026

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat
ISSN: 3027-6748 (Online)

แรงจูงใจในการทำงานและคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน Generation Z ในธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่

ธฤดี เหลือมั่น[1*] และ พรพิมล กะชามาศ[2]

[1] นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ประเทศไทย

[2] ภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ประเทศไทย

* Corresponding author. E-mail: n.tharudeel@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของแรงจูงใจในการทำงานและคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน Generation Z ในบริบทองค์กรรัฐวิสาหกิจไทย โดยอาศัยกรอบแนวคิดของทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg แนวคิดคุณภาพชีวิตในการทำงานของ Walton และแนวคิดความผูกพันต่อองค์กรของ Allen and Meyer เก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงาน Generation Z จำนวน 205 คน ณ ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการทำงานและคุณภาพชีวิตในการทำงานส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความผูกพันต่อองค์กร โดยเฉพาะในด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน และด้านความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและครอบครัว อีกทั้งยังพบว่า ด้านการกำกับดูแลและด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งการงานมีอิทธิพลเชิงลบต่อความผูกพันต่อองค์กร ผลการศึกษาช่วยเติมเต็มองค์ความรู้ด้านพฤติกรรมองค์การในบริบทพนักงาน Generation Z ขององค์กรภาครัฐ

คำสำคัญ: ความผูกพันต่อองค์กร, ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่, คุณภาพชีวิตในการทำงาน, พนักงาน Generation Z, แรงจูงใจในการทำงาน

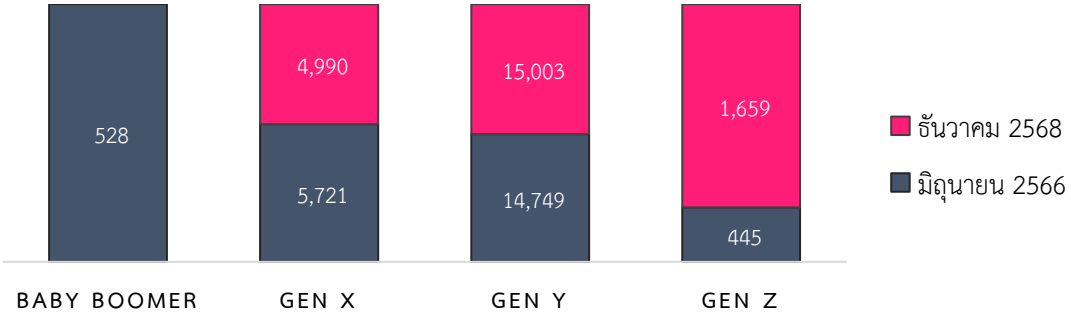
© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างทางประชากรและการก้าวเข้าสู่โลกการทำงานยุคใหม่ ทำให้กลุ่มแรงงานที่อยู่ในวัยเริ่มต้นทำงานมีลักษณะแตกต่างจากแรงงานรุ่นก่อนอย่างชัดเจน โดยเฉพาะกลุ่ม Generation Z ซึ่งหมายถึงบุคคลที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2540–2555 (Dimock, 2019) เป็นกลุ่มที่เติบโตท่ามกลางเทคโนโลยี มีความสามารถในการใช้งานเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตอย่างคล่องแคล่ว และสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงได้รวดเร็ว มีค่านิยมที่ให้ความสำคัญกับความหมายของงาน ความยืดหยุ่น ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน รวมถึงประเด็นด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม (Francis & Hoefel, 2018), (Parker & Igielnik, 2020) ส่งผลให้กลุ่มนี้มีบทบาทสำคัญต่อโครงสร้างแรงงานทั้งในระดับโลกและประเทศไทย (Gomez et al., 2019)

สำหรับประเทศไทยในปี 2567 กำลังแรงงานยังคงประกอบด้วย Generation Y และ Generation X เป็นสัดส่วนหลัก คิดเป็นร้อยละ 35.1 และ 33.6 ตามลำดับ ขณะที่ Generation Z มีจำนวนประมาณ 7.4 ล้านคน หรือร้อยละ 18.3 ของกำลังแรงงานทั้งหมด อย่างไรก็ตาม แนวโน้มในอนาคตชี้ให้เห็นว่า Generation Z จะมีบทบาทเพิ่มขึ้นและกลายเป็นกำลังแรงงานสำคัญทดแทนกลุ่มวัยแรงงานที่ทยอยเกษียณ โดยคาดว่าภายในปี 2571 Generation Z จะมีสัดส่วนประมาณหนึ่งในสี่ของตลาดแรงงานไทยหรือเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 25 (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2568) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของคนกลุ่มนี้ในตลาดแรงงานปัจจุบัน สถานการณ์นี้สอดคล้องกับข้อมูลอัตรากำลังของพนักงานและลูกจ้างธนาคารออมสินที่ปฏิบัติงานในสำนักงานใหญ่และสาขา ที่พบว่า จำนวนพนักงาน Generation Z

เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดดจาก 445 คน ในเดือนมิถุนายนปี 2566 เป็น 1,659 คน ในเดือนธันวาคมปี 2568 ภายในระยะเวลาเพียง 2.5 ปี ในทางกลับกัน พนักงานรุ่นก่อนหน้ากลับมีจำนวนลดลงอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะกลุ่ม Baby Boomer ที่ลดลงจาก 528 คน จนสิ้นสุดอัตรากำลังลงเหลือ 0 คนในปี 2568 เนื่องจากทยอยครบกำหนดเกษียณอายุการทำงาน เช่นเดียวกับกลุ่ม Generation X ที่มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนผ่านเชิงโครงสร้างภายในองค์กรอย่างชัดเจน



ภาพที่ 1 อัตรากำลังของพนักงานและลูกจ้างธนาคารออมสินที่ปฏิบัติงานในสำนักงานใหญ่และสาขา เดือนมิถุนายน 2566 เปรียบเทียบกับเดือนธันวาคม 2568

ที่มา: ธนาคารออมสิน (2567, 2569)

อย่างไรก็ดี ธนาคารออมสินเป็นองค์กรรัฐวิสาหกิจที่มีระบบบริหารจัดการแบบทางการ มีโครงสร้างลำดับชั้นที่ชัดเจนและยึดถือกฎระเบียบภาครัฐเป็นสำคัญ ซึ่งอาจไม่สอดคล้องกับลักษณะงานที่คนรุ่นใหม่คาดหวัง ความแตกต่างด้านค่านิยม รูปแบบการทำงาน และความคาดหวังต่อสภาพแวดล้อมในการทำงาน อาจก่อให้เกิดช่องว่างระหว่างพนักงาน Generation Z กับผู้บังคับบัญชาและระบบการบริหารงานขององค์กร

แม้ปัจจุบันจะยังไม่มีการเปิดเผยข้อมูลอย่างเป็นทางการเกี่ยวกับอัตราการลาออกหรือระดับความผูกพันของพนักงานภายในองค์กร แต่ความสำคัญของประเด็นดังกล่าวสะท้อนได้จากการที่จำนวนพนักงาน Generation Z ของธนาคารออมสินเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วถึงร้อยละ 272.80 หรือประมาณ 3.73 เท่า ภายในระยะเวลา 2.5 ปี การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวแตกต่างจากแนวโน้มของสถาบันการเงินเอกชนหลายแห่งที่มุ่งลดกำลังคนและเพิ่มการใช้ระบบดิจิทัลแบงกิ้ง ขณะที่ธนาคารออมสินภายใต้บทบาท “ธนาคารเพื่อสังคม” ยังคงมีความจำเป็นต้องสรรหาและพัฒนาบุคลากรรุ่นใหม่เพื่อรองรับภารกิจการให้บริการประชาชนอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ช่องว่างระหว่างระบบการบริหารงานแบบดั้งเดิมกับความคาดหวังของพนักงาน Generation Z ที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จึงอาจส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรและการคงอยู่ของบุคลากรในระยะยาว (ธนาคารออมสิน, 2567, 2569)

จากมุมมองทางทฤษฎี Herzberg (1959) อธิบายปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการทำงาน ขณะที่ Walton (1973) เสนอองค์ประกอบของคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ครอบคลุมประเด็นค่าตอบแทน ความมั่นคง ความปลอดภัย และความสมดุลของชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของ Generation Z นอกจากนี้แนวคิดความผูกพันต่อองค์กรของ Allen and Meyer (1990) ยังช่วยอธิบายพฤติกรรมการคงอยู่ของพนักงานในองค์กรได้อย่างเป็นระบบ

แม้ว่าจะมีงานวิจัยจำนวนมากที่ศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน Generation Z แต่ส่วนใหญ่ยังมุ่งเน้นบริบทองค์กรเอกชนหรือองค์กรในต่างประเทศเป็นหลัก ขณะที่งานวิจัยเชิงประจักษ์ในบริบทองค์กรรัฐวิสาหกิจไทยซึ่งมีโครงสร้างการบริหารจัดการแบบทางการและลำดับชั้นที่ชัดเจนยังมีอยู่อย่างจำกัด การศึกษานี้จึงมุ่งเติมเต็มช่องว่างดังกล่าวโดยวิเคราะห์อิทธิพลของแรงจูงใจในการทำงานและคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน Generation Z ในธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ เพื่อขยายองค์ความรู้ด้านพฤติกรรมองค์การในบริบทภาครัฐและสนับสนุนการกำหนดแนวทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่สอดคล้องกับลักษณะของแรงงานรุ่นใหม่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

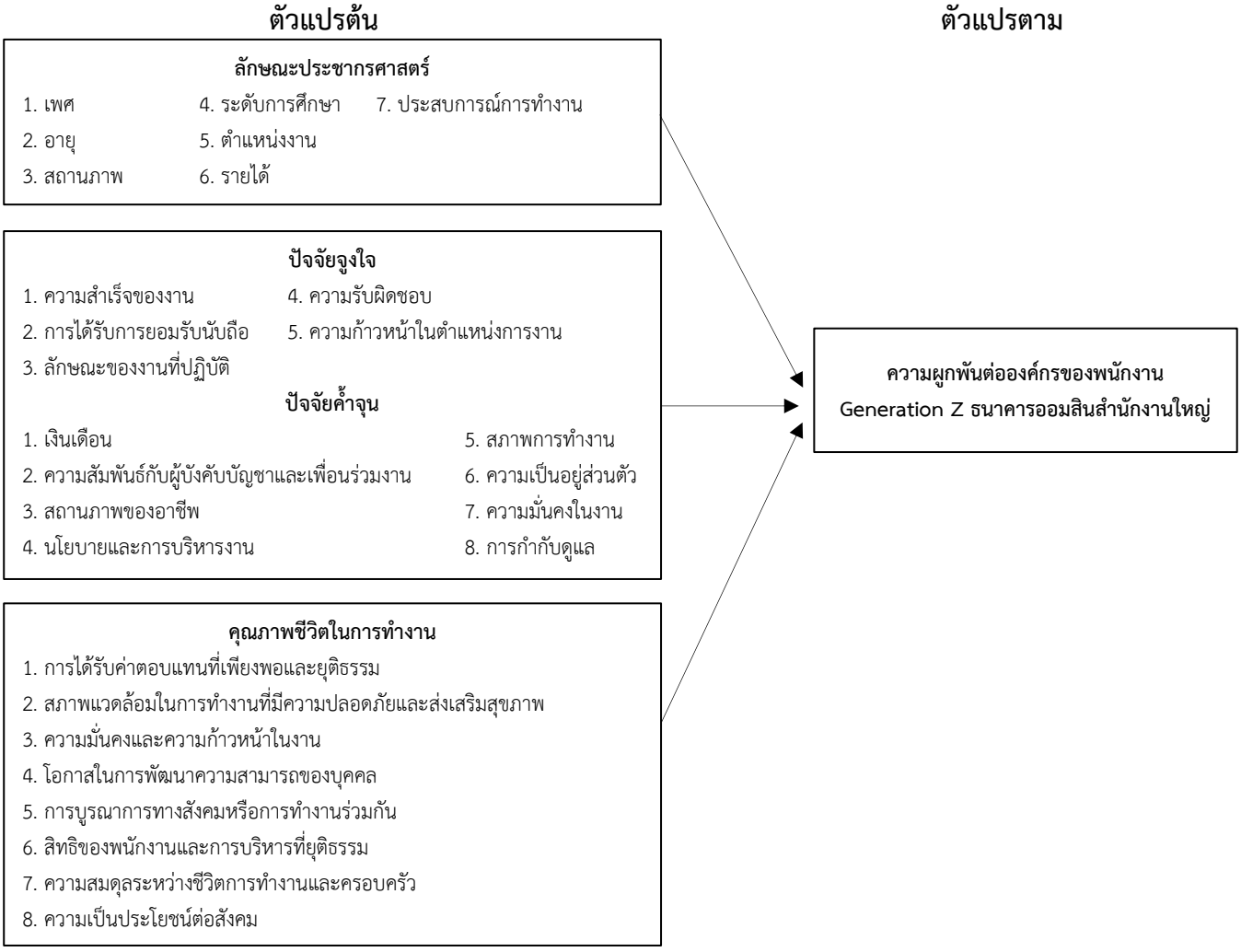
1. เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน Generation Z ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

2. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของแรงจูงใจในการทำงานที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน Generation Z ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่

3. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน Generation Z ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยนี้พัฒนากรอบแนวคิดจากการบูรณาการทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง 4 ด้านสำคัญ ได้แก่ 1) แนวคิดลักษณะประชากรศาสตร์ของ ธันยพร วิศรียา (2566) ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยด้านอายุ เพศ รายได้ อาชีพ และการศึกษาเป็นตัวแปรพื้นฐานที่สามารถอธิบายความแตกต่างของพฤติกรรมและทัศนคติของบุคคลในองค์กร 2) แนวคิดแรงจูงใจในการทำงานของ Herzberg (1959) ที่อธิบายผ่านทฤษฎีสองปัจจัย โดยแยกเป็นปัจจัยจูงใจซึ่งเกี่ยวข้องกับเนื้อหาของงาน ซึ่งส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ และปัจจัยค้ำจุนซึ่งเกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมในการทำงาน ซึ่งมีบทบาทในการลดความไม่พึงพอใจ 3) แนวคิดคุณภาพชีวิตในการทำงานของ Walton (1973) ที่เสนอองค์ประกอบ 8 มิติ ครอบคลุมทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และจิตวิทยา ได้แก่ ค่าตอบแทนที่เป็นธรรม ความปลอดภัยในการทำงาน ความมั่นคงและความก้าวหน้า โอกาสในการพัฒนา การบูรณาการทางสังคม สิทธิของพนักงาน ความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและครอบครัว และความเป็นประโยชน์ต่อสังคม และ 4) แนวคิดความผูกพันต่อองค์กรของ Allen and Meyer (1990) ซึ่งอธิบายความผูกพันใน 3 มิติ ได้แก่ ความผูกพันด้านความรู้สึก การคงอยู่กับองค์กร และความผูกพันด้านบรรทัดฐาน ทั้งนี้การบูรณาการแนวคิดดังกล่าวช่วยให้สามารถอธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านแรงจูงใจและคุณภาพชีวิตในการทำงาน ที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรได้อย่างเป็นระบบและครอบคลุม จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น สามารถสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงาน Generation Z ที่ปฏิบัติงาน ณ ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ โดยเป็นพนักงานระดับปฏิบัติการหรือลูกจ้างปฏิบัติการที่มีอายุงานตั้งแต่ 4 เดือนขึ้นไป มีอายุระหว่าง 22–28 ปี อ้างอิงข้อมูลอัตรากำลัง ณ วันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2568 จำนวนทั้งสิ้น 437 คน ทั้งนี้ ข้อมูลดังกล่าวครอบคลุมเฉพาะพนักงานที่ปฏิบัติงานในสำนักงานใหญ่ และแตกต่างจากข้อมูลในภาพที่ 1 ซึ่งแสดงอัตรากำลังพนักงานและลูกจ้างของธนาคารออมสินในภาพรวมทั้งองค์กร ขนาดกลุ่มตัวอย่างคำนวณโดยใช้สูตรของ Krejcie & Morgan (1970) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 205 คน สำหรับการเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งประชากรตามตำแหน่งงานได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของประชากรแต่ละกลุ่ม ดังนี้ พนักงานระดับ 6 จำนวน 13 คน ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 6 คน พนักงานระดับ 5 จำนวน 36 คน ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 17 คน พนักงานระดับ 4 จำนวน 151 คน ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 71 คน ลูกจ้าง จำนวน 237 คน ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 111 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีรูปแบบการวิจัยโดยอาศัยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามแบบปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) ในแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ตามรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน รายได้ และประสบการณ์การทำงานมีลักษณะคำถามเป็นมาตรวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal scale) และแบบเรียงลำดับ (Ordinal scale)

ส่วนที่ 2 คำถามที่เกี่ยวกับปัจจัยจูงใจ ปัจจัยค้ำจุน และปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตในการทำงาน

ส่วนที่ 3 คำถามที่เกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่ ความผูกพันด้านความรู้สึก ด้านการคงอยู่กับองค์กร และด้านบรรทัดฐาน

ลักษณะการกำหนดค่าคะแนนของแบบสอบถามส่วนที่ 2 และ 3 เป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามรูปคะแนนของ Likert Scale ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) โดยกำหนดเกณฑ์น้ำหนักคะแนนแต่ละตัวเลือก ทั้งนี้ ข้อคำถามที่มีลักษณะเป็นเชิงลบได้มีการกลับสเกลคะแนนก่อนการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ทิศทางของคะแนนสอดคล้องกันทุกข้อคำถาม

แบบสอบถามได้รับการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิอย่างน้อย 3 คน ตรวจสอบความถูกต้องในสำนวนการใช้ภาษาที่เกี่ยวข้องกับข้อคำถามว่าสามารถตอบตามมาตรวัด และพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และนำแบบสอบถามฉบับที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาแล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับพนักงาน Generation Z ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ จำนวน 30 ชุด ทดสอบความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 ทุกตัวแปร แสดงถึงความน่าเชื่อถือของเครื่องมือวิจัย

3. สมมติฐานการวิจัย

3.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันของพนักงาน Generation Z ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ ความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

3.2 แรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน Generation Z ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

3.3 ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงาน Generation Z ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

4.1 ผู้วิจัยดำเนินการเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งประชากรตามตำแหน่งงาน ได้แก่ พนักงานระดับ 6 พนักงานระดับ 5 พนักงานระดับ 4 และลูกจ้างปฏิบัติการ จากนั้นทำการคำนวณกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของประชากรแต่ละกลุ่ม

4.2 ผู้วิจัยได้ทำการชี้แจงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย รวมทั้งหลักเกณฑ์ในการตอบแบบสอบถามเพื่อให้พนักงาน Generation Z ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ มีความเข้าใจในข้อคำถามและวัตถุประสงค์การศึกษาวิจัย

4.3 ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ โดยใช้ Google Form และนำส่งลิงก์แบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างพนักงาน Generation Z ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ ผ่านช่องทางออนไลน์ที่สะดวก เช่น อีเมลภายในธนาคาร อีเมลภายนอก กลุ่มไลน์หน่วยงาน หรือไลน์ส่วนตัว เพื่อให้ผู้ตอบสามารถกรอกแบบสอบถามออนไลน์ได้อย่างสะดวก โดยทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามในช่วงเดือนกันยายน - ตุลาคม 2568 ผู้วิจัยได้ติดตามผลการตอบกลับเป็นระยะ จนกว่าจะได้จำนวนครบตามกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด

4.4 นำแบบสอบถามที่ได้มาทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม หลังจากนั้นนำไปวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้สถิติเชิงพรรณนา เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และสถิติเชิงอนุมาน เพื่ออธิบายการทดสอบสมมติฐาน โดยสมมติฐานที่ 1 ใช้การทดสอบการทดสอบค่าที สำหรับตัวแปรที่มี 2 กลุ่ม และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว สำหรับตัวแปรที่มีหลายกลุ่ม สมมติฐานที่ 2 และ 3 ใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ และเลือกตัวแปรโดยวิธีนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (Enter Regression)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 61.95 อายุระหว่าง 23 – 27 ปี โดยมีอายุ 27 ปีมากที่สุด ร้อยละ 21.46 รองลงมา คือ อายุ 23 ปี ร้อยละ 20.98 ทั้งหมดมีสถานภาพโสด ร้อยละ 100.00 ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 95.61 ดำรงตำแหน่งลูกจ้างปฏิบัติการ ร้อยละ 54.15 มีรายได้เฉลี่ย 18,001 – 19,000 บาท ร้อยละ 49.76 และมีประสบการณ์ทำงานตั้งแต่ 4 เดือน – 1 ปี ร้อยละ 47.80 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านปัจจัยจูงใจ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = *4.45, S.D. = 0.34*) โดยด้านความรับผิดชอบ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X}$ = *4.71, S.D. = 0.33*) แต่ด้านการได้รับการยอมรับนับถือมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X}$ = *4.33, S.D. = 0.52*) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยค้ำจุน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = *4.50, S.D. = 0.39*) โดยด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X}$ = 4.64, S.D. = 0.47) แต่ด้านสภาพการทำงาน มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X}$ = *4.22, S.D. = 0.48*) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตในการทำงาน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = *4.51, S.D. = 0.38*) โดยด้านความเป็นประโยชน์ต่อสังคม มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X}$ = *4.66, S.D. = 0.45*) แต่ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพและด้านโอกาสในการพัฒนาความสามารถของบุคคล มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X}$ = *4.38, S.D. = 0.42, S.D. = 0.45* ตามลำดับ) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความผูกพันต่อองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = *3.51, S.D. = 0.53*) โดยด้านบรรทัดฐาน มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X}$ = *4.55, S.D. = 0.57*) รองลงมา คือ ด้านความรู้สึก ($\bar{X}$ = *4.34, S.D. = 0.69*) ด้านการคงอยู่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X}$ = *1.63, S.D. = 0.69*) ทั้งนี้ เนื่องจากข้อคำถามในมิติดังกล่าวมีลักษณะเป็นเชิงลบและได้มีการกลับสเกลคะแนนก่อนการวิเคราะห์ จึงสะท้อนว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ได้คงอยู่กับองค์กรด้วยเหตุผลด้านความจำเป็นหรือข้อจำกัดในการเปลี่ยนงาน

1. ความแตกต่างของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน Generation Z ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ตารางที่ 1 ด้านเพศ

เพศ	N	Mean	Std. Deviation	t	Sig.
ชาย	78	3.50	0.17	-0.063	0.950
หญิง	127	3.51	0.29		

จากตารางที่ 1 ด้านเพศผลการทดสอบค่าที (t-test) พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.950 ซึ่งมากกว่า 0.05 และค่า t เท่ากับ -0.063 ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน Generation Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 2 ด้านอายุ

อายุ	N	Mean	Std. Deviation	df	F	Sig.
22 - 24 ปี	79	3.47	0.20	2	11.146	0.000*
25 - 26 ปี	68	3.46	0.24			
27 - 28 ปี	58	3.63	0.28			
รวม	**205**	**3.51**	**0.25**			

หมายเหตุ: *ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 2 ด้านอายุ ค่า F-Test มีค่าเท่ากับ 11.146 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน Generation Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านสถานภาพ ไม่มีการทดสอบสมมติฐาน เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดมีสถานภาพโสด จึงไม่สามารถเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มได้

ตารางที่ 3 ด้านระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	N	Mean	Std. Deviation	t	Sig.
ระดับปริญญาตรี	196	3.49	0.25	-2.906	0.004*
ระดับปริญญาโท	9	3.74	0.15		

หมายเหตุ: *ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 3 ด้านระดับการศึกษา ผลการทดสอบค่าที (t-test) พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 และค่า t เท่ากับ -2.906 ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน Generation Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4 ด้านตำแหน่งงาน

ตำแหน่งงาน	N	Mean	Std. Deviation	df	F	Sig.
พนักงานระดับ 6	6	3.66	0.25	3	5.614	0.001*
พนักงานระดับ 5	17	3.65	0.28			
พนักงานระดับ 4	71	3.55	0.21			
ลูกจ้างปฏิบัติการ	111	3.45	0.26			
รวม	**205**	**3.57**	**0.25**			

หมายเหตุ: *ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4 ด้านตำแหน่งงาน ค่า F-Test มีค่าเท่ากับ 5.614 และค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านตำแหน่งงานที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน Generation Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 5 ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	N	Mean	Std. Deviation	df	F	Sig.
18,001 – 19,000 บาท	102	3.42	0.24	2	12.692	0.000*
19,001 – 20,000 บาท	65	3.56	0.23			
มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป	38	3.63	0.24			
รวม	**205**	**3.51**	**0.25**			

หมายเหตุ: *ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 5 ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ค่า F-Test มีค่าเท่ากับ 12.692 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน Generation Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 6 ด้านประสบการณ์การทำงาน

ความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Squares	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	0.454	3	0.151	2.422	0.067
ภายในกลุ่ม	12.567	201	0.063		
รวม	**13.021**	**204**			

จากตารางที่ 6 ด้านประสบการณ์การทำงาน ค่า F-Test มีค่าเท่ากับ 2.422 และค่า Sig. เท่ากับ 0.067 ซึ่งมากกว่า 0.05 ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านประสบการณ์การทำงาน ที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน Generation Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2. วิเคราะห์อิทธิพลของแรงจูงใจในการทำงานที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน Generation Z ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่

ตารางที่ 7 ปัจจัยจูงใจต่อความผูกพันต่อองค์กร

ตัวแปรอิสระ	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	1.588	0.200		7.928	0.000		
ด้านความสำเร็จของงาน	0.107	0.041	0.171	2.605	0.010*	0.537	1.861
ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ	0.065	0.034	0.133	1.897	0.059	0.468	2.138
ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ	0.430	0.037	0.847	11.680	0.000*	0.440	2.271
ด้านความรับผิดชอบ	0.094	0.045	0.123	2.084	0.038*	0.660	1.515
ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งการงาน	-0.270	0.040	-0.526	-6.770	0.000*	0.383	2.610
$R = 0.734$ $R^2 = 0.539$ Adjusted $R^2 = 0.528$ $SE_{Est} = 0.17364$ $F = 46.573$ $p = 0.000$							

หมายเหตุ: *ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างแรงจูงใจในการทำงานด้านปัจจัยจูงใจของพนักงาน Generation Z ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ ต่อความผูกพันต่อองค์กร พบว่า ตัวแปรปัจจัยจูงใจสามารถทำนายความผูกพันต่อองค์กรได้ร้อยละ 53.9 ($R^2 = 0.539$) ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรมากที่สุด คือ ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ($\beta = 0.847$, Sig. = 0.000) รองลงมา คือ ด้านความสำเร็จของงาน ($\beta = 0.171$, Sig. = 0.010) และด้านความรับผิดชอบ ($\beta = 0.123$, Sig. = 0.038) แต่ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งการงานมีอิทธิพลเชิงลบ ($\beta = -0.526$, Sig. = 0.000) ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน Generation Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่า ปฏิเสธสมมติฐาน H0 และยอมรับสมมติฐาน H1 บางส่วน

ตารางที่ 8 ด้านปัจจัยค้ำจุนต่อความผูกพันต่อองค์กร

ตัวแปรอิสระ	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	1.911	0.182		10.475	0.000		
ด้านเงินเดือน	0.084	0.055	0.168	1.541	0.125	0.262	3.816
ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน	0.176	0.054	0.329	3.245	0.001*	0.303	3.305
ด้านสถานภาพของอาชีพ	0.134	0.056	0.242	2.374	0.019*	0.300	3.336
ด้านนโยบายและการบริหารงาน	0.034	0.061	0.072	0.556	0.579	0.187	5.349
ด้านสภาพการทำงาน	-0.058	0.034	-0.111	-1.726	0.086	0.757	1.322
ด้านความเป็นอยู่ส่วนตัว	0.022	0.055	0.044	0.409	0.683	0.269	3.723
ด้านความมั่นคงในงาน	0.183	0.072	0.307	2.562	0.011*	0.216	4.623
ด้านการกำกับดูแล	-0.228	0.058	-0.438	-3.919	0.000*	0.250	4.008
$R = 0.624$ $R^2 = 0.389$ Adjusted $R^2 = 0.364$ SEEst = 0.20142 F = 15.618 p = 0.000							

หมายเหตุ: *ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างแรงจูงใจในการทำงานด้านปัจจัยค้ำจุนของพนักงาน Generation Z ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ ต่อความผูกพันต่อองค์กร พบว่า ตัวแปรปัจจัยค้ำจุนสามารถทำนายความผูกพันต่อองค์กรได้ร้อยละ 38.9 ($R^2 = 0.389$) ตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน ($\beta = 0.329$, Sig. = 0.001) รองลงมา คือ ด้านความมั่นคงในงาน ($\beta = 0.307$, Sig. = 0.011) และด้านสถานภาพของอาชีพ ($\beta = 0.242$, Sig. = 0.019) แต่ด้านการกำกับดูแลมีอิทธิพลเชิงลบ ($\beta = -0.438$, Sig. = 0.000) ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน Generation Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่า ปฏิเสธสมมติฐาน H0 และยอมรับสมมติฐาน H1 บางส่วน

3. วิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน Generation Z ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่

ตารางที่ 9 ด้านคุณภาพชีวิตในการทำงานต่อความผูกพันต่อองค์กร

ตัวแปรอิสระ	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	2.026	0.198		10.223	0.000		
ด้านการได้รับค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม	0.006	0.049	0.013	0.133	0.894	0.364	2.746
ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ	0.058	0.056	0.097	1.040	0.300	0.411	2.432
ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน	0.105	0.062	0.193	1.688	0.093	0.273	3.662
ด้านโอกาสในการพัฒนาความสามารถของบุคคล	-0.067	0.051	-0.118	-1.305	0.194	0.435	2.301
ด้านการบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกัน	0.104	0.051	0.194	2.063	0.040*	0.404	2.478
ด้านสิทธิของพนักงานและการบริหารที่ยุติธรรม	-0.052	0.064	-0.105	-0.814	0.417	0.217	4.608
ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและครอบครัว	0.238	0.063	0.433	3.771	0.000*	0.272	3.675
ด้านความเป็นประโยชน์ต่อสังคม	-0.069	0.066	-0.124	-1.049	0.296	0.255	3.915
$R = 0.546$ $R^2 = 0.298$ Adjusted $R^2 = 0.269$ SEEst = 0.21600 F = 10.387 p = 0.000							

หมายเหตุ: *ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงาน Generation Z ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ ต่อความผูกพันต่อองค์กร พบว่า ตัวแปรคุณภาพชีวิตในการทำงานสามารถทำนายความผูกพันต่อองค์กรได้ร้อยละ 29.8 (R^2 = 0.298) ตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและครอบครัว (β = 0.433, Sig. = 0.000) รองลงมา คือ ด้านการบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกัน (β = 0.194, Sig. = 0.040) ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน Generation Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่า ปฏิเสธสมมติฐาน H0 และยอมรับสมมติฐาน H1 บางส่วน

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

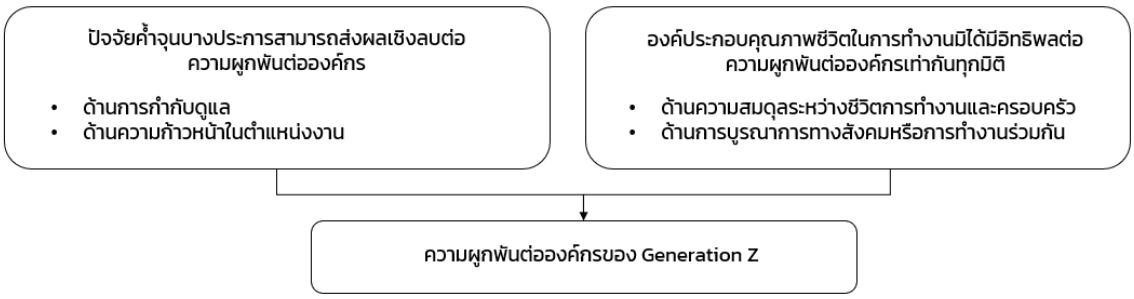
1. ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน Generation Z ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน Generation Z ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่เพศและประสบการณ์การทำงานไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ พนักงานที่มีอายุมากกว่าและมีระดับการศึกษาสูงกว่ามักมีความผูกพันต่อองค์กรในระดับสูงกว่า เนื่องจากมีประสบการณ์ ความเข้าใจในวัฒนธรรมองค์กรและได้รับมอบหมายงานที่มีความรับผิดชอบมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดความผูกพันทางอารมณ์ของ Allen and Meyer (1990) นอกจากนี้ พนักงานในตำแหน่งระดับปฏิบัติการและผู้ที่มีรายได้สูงกว่ามีความผูกพันต่อองค์กรสูงกว่า สะท้อนถึงบทบาทหน้าที่ ความมั่นคง และความพึงพอใจในผลตอบแทน ในขณะที่ไม่พบความแตกต่างด้านเพศและประสบการณ์การทำงาน อธิบายได้ว่า ธนาคารออมสินมีนโยบายด้านความเท่าเทียมทางเพศที่ชัดเจนและพนักงาน Generation Z ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงเริ่มต้นของชีวิตการทำงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ พลอยชมพู เหมหงษา (2563) ศึกษาแรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ ไม่มีผลต่อแรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงาน แต่ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และงานวิจัยของ ฤทธิชัย จันทร์ศรีนวล (2567) ศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของข้าราชการกรมชลประทาน พบว่า ระยะเวลาการปฏิบัติงาน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แต่อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

2. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของแรงจูงใจในการทำงานที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน Generation Z ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ พบว่า แรงจูงใจในการทำงาน สอดคล้องตามแนวคิดของ Herzberg (1959) ด้านปัจจัยจูงใจ ผลการศึกษาพบว่า มีปัจจัยจูงใจ 4 ด้านที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่ ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ด้านความสำเร็จของงาน ด้านความรับผิดชอบ และด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน โดยด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกสูงที่สุด สะท้อนว่าพนักงาน Generation Z ให้ความสำคัญกับงานที่มีความหมาย สอดคล้องกับศักยภาพ และเปิดโอกาสให้แสดงความสามารถ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรพงษ์ อนันต์วรปัญญา (2564) ศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานและคุณลักษณะของงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารของรัฐแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณลักษณะของงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กร ขณะที่ความสำเร็จของงานและความรับผิดชอบมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรในระดับรองลงมา เนื่องจากช่วยเสริมสร้างความภาคภูมิใจและความรู้สึกเป็นเจ้าของงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุธิมา เกิดสุข (2563) ศึกษาปัจจัยจูงใจ ปัจจัยค้ำจุน และคุณภาพชีวิตในการทำงาน พบว่า ปัจจัยจูงใจด้านความสำเร็จในการทำงาน มีผลทางบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรมีผลทางบวกต่อความผูกพันต่อองค์กร อย่างไรก็ตามความก้าวหน้าในตำแหน่งงานมีอิทธิพลเชิงลบต่อความผูกพันต่อองค์กร สะท้อนถึงความคาดหวังด้านการเติบโตที่สูงของพนักงาน Generation Z และขัดแย้งกับงานวิจัยของ กังวาน ยอดวิศิษฎ์ศักดิ์ และรัตน์ติญา อยู่เย็น (2566) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มเจเนอเรชันซีที่ปฏิบัติงานในภูมิภาคของประเทศไทย พบว่า ปัจจัยจูงใจด้านความก้าวหน้าในการทำงาน ไม่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

ของพนักงานกลุ่มเจเนอเรชันซีที่ปฏิบัติงานในภูมิภาค โดยอาจเกิดจากข้อจำกัดของโครงสร้างความก้าวหน้าในองค์กรขนาดใหญ่ที่มีระบบบริหารแบบราชการ ในด้านปัจจัยค้ำจุน ผลการศึกษาพบว่า มีปัจจัยค้ำจุน 4 ด้านที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่ ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน ด้านความมั่นคงในงาน ด้านสถานภาพของอาชีพ และด้านการกำกับดูแล โดยความสัมพันธ์ที่ดีภายในองค์กรช่วยสร้างบรรยากาศการทำงานเชิงบวก สอดคล้องกับงานวิจัยของวรฤทัย แถลงกัณฑ์ (2567) ศึกษาปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Generation Z พบว่า ปัจจัยค้ำจุนด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานส่งผลต่อความผูกพันในองค์กร ขณะที่ความมั่นคงในงานและสวัสดิการที่เหมาะสมช่วยเสริมความมั่นใจในอนาคตและความตั้งใจในการคงอยู่กับองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของปริศรา ธานีใหญ่ (2565) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z พบว่า ด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร นอกจากนี้ การรับรู้ว่าสถานภาพของอาชีพมีเกียรติยังช่วยเสริมสร้างความภาคภูมิใจ อย่างไรก็ตาม การกำกับดูแลที่มีลักษณะควบคุมและเป็นลำดับชั้นมากเกินไปส่งผลเชิงลบต่อความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งอาจไม่สอดคล้องกับค่านิยมของพนักงาน Generation Z ที่ให้ความสำคัญกับอิสระและความยืดหยุ่น ขัดแย้งกับงานวิจัยของเพชรวิภา ช่างเก็บ (2566) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชน Generation Z ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยค้ำจุนด้านการบังคับบัญชาและการควบคุมดูแล มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันองค์กร โดยความแตกต่างดังกล่าวอาจเกิดจากวัฒนธรรมองค์กรและรูปแบบการบริหารที่แตกต่างกันระหว่างองค์กรภาครัฐและเอกชน

3. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน Generation Z ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตในการทำงาน สอดคล้องตามแนวคิดของ Walton (1973) ผลการศึกษาพบว่า มีปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตในการทำงาน 2 ด้านที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่ ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและครอบครัว และด้านการบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกัน โดยด้านความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและครอบครัว เป็นปัจจัยที่พนักงาน Generation Z ให้ความสำคัญสูง เนื่องจากช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจในชีวิตโดยรวมและความรู้สึกว่าองค์กรเห็นคุณค่าในตัวพนักงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของพรรณอร รัชตมุทธา (2566) ศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของผู้ปฏิบัติงานฝ่ายบำรุงรักษาเครื่องกล การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย พบว่า ด้านชีวิตและการทำงานที่มีความสมดุลกันโดยส่วนรวม ส่งผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กร ด้านการบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกัน พบว่า มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรเช่นกัน สะท้อนว่าพนักงาน Generation Z ให้ความสำคัญกับบรรยากาศการทำงานที่เปิดกว้าง การสื่อสารอย่างเท่าเทียม และการทำงานเป็นทีม สอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรพงษ์ อนันต์วรปัญญา (2564) ศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานและคุณลักษณะของงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารของรัฐแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านการทำงานร่วมกันและความสัมพันธ์ต่อบุคคลอื่น มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กร

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 3 องค์ความรู้ใหม่

จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้พัฒนาแบบจำลองเชิงแนวคิดเพื่ออธิบายกลไกความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน Generation Z ในบริบทรัฐวิสาหกิจไทย ซึ่งช่วยขยายการอธิบายของกรอบแนวคิดให้สอดคล้องกับบริบทแรงงานรุ่นใหม่และลักษณะการบริหารจัดการขององค์กรภาครัฐ ดังนี้

1. ปัจจัยค้ำจุนบางประการมิได้ทำหน้าที่เพียงลดความไม่พึงพอใจในการทำงานตามแนวคิดของ Herzberg (1959) เท่านั้น แต่สามารถส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรในเชิงลบได้โดยตรงในบริบทของรัฐวิสาหกิจไทย โดยเฉพาะด้านการกำกับดูแลและความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงช่องว่างระหว่างความคาดหวังของพนักงาน Generation Z กับระบบการบริหารงานแบบลำดับชั้นและความก้าวหน้าตามอาวุโสที่ยังคงปรากฏอยู่ในองค์กรภาครัฐ

2. องค์ประกอบคุณภาพชีวิตในการทำงานทั้ง 8 มิติของ Walton (1973) มิได้มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน Generation Z ในระดับเดียวกัน โดยมีเพียงด้านความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและครอบครัว และด้านการบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกัน ที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ ข้อค้นพบดังกล่าวสะท้อนว่า พนักงาน Generation Z ในบริบทรัฐวิสาหกิจไทยให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับความยืดหยุ่น คุณภาพความสัมพันธ์ และการมีส่วนร่วมในการทำงาน มากกว่าปัจจัยเชิงโครงสร้างหรือความมั่นคงในรูปแบบดั้งเดิม

สรุปผลการวิจัย

พนักงาน Generation Z ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่มีระดับแรงจูงใจในการทำงานและคุณภาพชีวิตในการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ขณะที่ความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับมาก สะท้อนถึงแนวทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรรัฐวิสาหกิจที่ให้ความสำคัญกับการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้อต่อการปฏิบัติงานและความเป็นอยู่ของพนักงาน โดยเฉพาะด้านลักษณะของงาน ความสัมพันธ์ในที่ทำงาน และความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมแรงจูงใจและความผูกพันต่อองค์กร นอกจากนี้ ความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลให้ความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สะท้อนถึงความหลากหลายของบทบาท หน้าที่ และประสบการณ์ในการทำงานที่มีผลต่อการรับรู้และระดับความผูกพันของพนักงาน ขณะที่เพศและประสบการณ์การทำงานไม่พบความแตกต่าง ทั้งนี้ ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงาน โดยเฉพาะลักษณะของงาน ความสำเร็จของงาน และความรับผิดชอบ รวมถึงปัจจัยค้ำจุนด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน ความมั่นคงในงาน และสถานภาพของอาชีพ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กร ในขณะที่ความก้าวหน้าในตำแหน่งงานและการกำกับดูแลมีอิทธิพลเชิงลบ สะท้อนถึงความคาดหวังของพนักงาน Generation Z ต่อความยืดหยุ่นและโอกาสเติบโตในองค์กร ขณะเดียวกัน ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตในการทำงาน โดยเฉพาะความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและครอบครัว และการทำงานร่วมกันในองค์กร มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการบริหารจัดการ ที่คำนึงถึงคุณภาพชีวิตของพนักงานควบคู่กับประสิทธิภาพการทำงาน อันนำไปสู่การกำหนดแนวทางเชิงนโยบายที่มุ่งเน้นการออกแบบงานที่มีความหมาย การส่งเสริมความสัมพันธ์ในองค์กร การสนับสนุนความยืดหยุ่นในการทำงาน และการพัฒนาเส้นทางความก้าวหน้าอย่างเหมาะสม เพื่อเสริมสร้างความผูกพันและการคงอยู่ของพนักงาน Generation Z ในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการศึกษาครั้งนี้สามารถสรุปคุณูปการของงานวิจัยได้ทั้งในเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติ โดยในเชิงทฤษฎีการศึกษานี้ช่วยขยายองค์ความรู้ด้านความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน Generation Z ในบริบทองค์กรรัฐวิสาหกิจ ซึ่งยังมีงานวิจัยเชิงประจักษ์ค่อนข้างจำกัด ขณะที่ในเชิงปฏิบัติ ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่สอดคล้องกับความคาดหวังของพนักงานรุ่นใหม่ เพื่อเสริมสร้างการคงอยู่ของพนักงานและเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กรในระยะยาว ทั้งนี้ จากผลการวิเคราะห์พบว่า แรงจูงใจในการทำงานและปัจจัย

ด้านคุณภาพชีวิตในการทำงานมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน Generation Z ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ ผู้วิจัยจึงได้จัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายโดยเรียงลำดับตามค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) จากมากไปน้อย ได้ดังนี้

1.1 ปัจจัยจูงใจ ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ (β = 0.847) ธนาคารควรออกแบบงานให้มีความท้าทาย มีความหมาย สอดคล้องกับศักยภาพ และเปิดโอกาสให้พนักงานได้เรียนรู้ผ่านการหมุนเวียนงานหรือการทำงานข้ามหน่วยงาน เพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจและความผูกพันต่อองค์กร

1.2 ปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงาน ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและครอบครัว (β = 0.433) ธนาคารควรสนับสนุนนโยบายการทำงานที่ยืดหยุ่นและสวัสดิการที่เอื้อต่อคุณภาพชีวิต เพื่อส่งเสริมความสุขในการทำงานและการคงอยู่ของพนักงาน

1.3 ปัจจัยค้ำจุน ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน (β = 0.329) ธนาคารควรส่งเสริมวัฒนธรรมการทำงานร่วมกัน การสื่อสารแบบเปิดกว้าง และบทบาทผู้นำเชิงสนับสนุน เพื่อสร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร

1.4 ปัจจัยค้ำจุน ด้านความมั่นคงในงาน (β = 0.307) ธนาคารควรสื่อสารนโยบายด้านความมั่นคง ค่าตอบแทน และโอกาสความก้าวหน้าอย่างชัดเจนและโปร่งใส เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นและทัศนคติเชิงบวกต่อองค์กร

1.5 ปัจจัยค้ำจุน ด้านสถานภาพของอาชีพ (β = 0.242) ธนาคารควรเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของอาชีพและความภาคภูมิใจในการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร โดยเชื่อมโยงบทบาทงานกับพันธกิจของธนาคารเพื่อสังคม

1.6 ปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงาน ด้านการบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกัน (β = 0.194) ธนาคารควรสนับสนุนการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานและกิจกรรมที่เสริมสร้างความสัมพันธ์ เพื่อเพิ่มความร่วมมือและความผูกพันภายในองค์กร

1.7 ปัจจัยจูงใจ ด้านความสำเร็จของงาน (β = 0.171) ธนาคารควรกำหนดเป้าหมายการทำงานที่ชัดเจน มีระบบประเมินผลและการยกย่องผลงานอย่างเหมาะสม เพื่อเสริมแรงจูงใจภายใน

1.8 ปัจจัยจูงใจ ด้านความรับผิดชอบ (β = 0.123) ธนาคารควรเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและรับผิดชอบงานที่ท้าทาย เพื่อเสริมสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของงาน

1.9 ปัจจัยค้ำจุน ด้านการกำกับดูแล (β = -0.438) ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การกำกับดูแลที่เข้มงวดเกินไปมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อความผูกพันต่อองค์กร ดังนั้น ธนาคารควรลดรูปแบบการควบคุมเชิงสั่งการ ปรับบทบาทผู้บังคับบัญชาไปสู่การให้คำปรึกษา สนับสนุน และการสื่อสารเชิงบวก เพื่อสร้างความไว้วางใจและความผูกพันของพนักงาน

1.10 ปัจจัยจูงใจ ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งการงาน (β = -0.526) ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การรับรู้ถึงระบบความก้าวหน้าที่ไม่ชัดเจนหรือไม่สอดคล้องกับความคาดหวัง อาจส่งผลเชิงลบต่อความผูกพันต่อองค์กร ดังนั้น ธนาคารควรพัฒนาเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพให้มีความชัดเจน โปร่งใส และสื่อสารอย่างทั่วถึง เพื่อสร้างความเข้าใจและลดความไม่พึงพอใจของพนักงาน

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังสายงานกิจการสาขา รวมถึงเปรียบเทียบกับพนักงานของธนาคารอื่นในกลุ่มสถาบันการเงินภาครัฐและเอกชน เพื่อเพิ่มความครอบคลุมของผลการวิจัย

2.2 ควรพิจารณาเพิ่มตัวแปรอื่นที่อาจมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร เช่น ภาวะผู้นำ การสื่อสารภายในองค์กร และการรับรู้ความยุติธรรมในองค์กร เพื่อให้เข้าใจปัจจัยที่เกี่ยวข้องได้รอบด้าน

2.3 ควรใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม โดยเพิ่มการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์หรือการสนทนากลุ่ม เพื่อเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงคุณภาพในเชิงลึกและความสมบูรณ์ของผลการวิจัย

2.4 ควรพิจารณาปรับการจัดกลุ่มตัวแปรให้มีจำนวนตัวอย่างในแต่ละกลุ่มสมดุลมากขึ้น หรือเพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย

เอกสารอ้างอิง

กังวาน ยอดวิศิษฎ์ศักดิ์ และ รัตน์ติญา อยู่เย็น. (2566). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มเจเนอเรชันซีที่ปฏิบัติงานในภูมิภาคของประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ, 33*(2), 108–125.

ธนาคารออมสิน. (2567). *แผนวิสาหกิจธนาคารออมสิน ปี 2567 – 2571*. สืบค้นจาก https://www.gsb.or.th/media/2024/02/เล่มแผนวิสาหกิจธนาคารออมสิน-ปี-67-71-ITA.pdf.

_____. (2568). *แผนวิสาหกิจธนาคารออมสิน ปี 2569 – 2573*. สืบค้นจาก https://www.gsb.or.th/media/2026/03/ITA-เล่มแผนวิสาหกิจ-2569-2573-ฉ.ปรับปรุง.pdf.

ธันยพร วิศรียา. (2566). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานในองค์กรของประชากรวัยทำงาน Generation Y หลังสถานการณ์ COVID-19.* (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).

ปริศรา ธานีใหญ่. (2565). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร).

พรรณอร รัชตมุทธา. (2566). *คุณภาพชีวิตในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของผู้ปฏิบัติงานฝ่ายบำรุงรักษาเครื่องกลการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย*. (รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

พลอยชมพู เหมหงษา. (2563). *แรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์).

เพชรวิภา ช่างเก็บ. (2566). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูดกพันองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชน Generation Z ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

ฤทธิชัย จันทร์ศรีนวล. (2567). *ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของข้าราชการกรมชลประทาน.* (รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

วรฤทัย แถลงกัณฑ์ (2567). *ปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของกลุ่มคน Generation Y และ Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).

วัชรพงษ์ อนันต์วรปัญญา. (2564). คุณภาพชีวิตในการทำงานและคุณลักษณะของงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารของรัฐแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น, 17*(2), 244–253.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2568). *โอกาสและความท้าทายของเด็กจบใหม่ในโลกการทำงาน.* สืบค้นจาก https://www.nesdc.go.th/wordpress/wp-content/uploads/2025/08/1.1-publisher_q2-68-1-โอกาสและความท้าทายของเด็กจบใหม่ในโลกการทำงาน-1.pdf.

สุธิมา เกิดสุข. (2563). *ปัจจัยจูงใจ ปัจจัยค้ำจุนและคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.* (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).

Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of occupational psychology, 63*(1), 1-18.

Dimock, M. (2019). *Where Millennials end and Generation Z begins*. Retrieved from https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/.

Francis, T., & Hoefel, F. (2018). True Gen': Generation Z and its implications for companies. *McKinsey & Company, 12*(2), 1-10.

Gomez, K., Mawhinney, T., & Betts, K. (2019). *Welcome to Generation Z*. Retrieved from https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/consumer-business/welcome-to-gen-z.pdf.

Herzberg, F. (1959). *The motivation to work*. New York: McGraw-Hill.

Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and psychological measurement, 30*(3), 607-610.

Parker, K., & Igielnik, R. (2020). *On the Cusp of Adulthood and Facing an Uncertain Future: What We Know about Gen Z So Far*. Retrieved from https://www.pewresearch.org/social-trends/2020/05/14/on-the-cusp-of-adulthood-and-facing-an-uncertain-future-what-we-know-about-gen-z-so-far/.

Walton, R. E. (1973). Quality of Working Life: What Is It?. *Sloan Management Review, 15*(1), 11-21.

JSSP: Journal of Social Science Panyapat, 2026. 8(2): 205-214.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSSP
Journal of Social Science Panyapat
https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSSP/index

Research Article

Factors Affecting the Effectiveness PAO Maintenance Fee Payment of Hotel Establishments in Nakhon Phanom Province

Patiphat Champathip[1] Apikanittha Nalao[1*] and Kotchakorn Dechakhumphu[1]

[1] *Nakhonphanom University, Thailand*

[*] *Corresponding author. E-mail: apikanittha@npu.ac.th*

ABSTRACT

This article aims to examine (1) the level of effectiveness in the payment of Provincial Administrative Organization maintenance fees among hotel establishments in Nakhon Phanom Province, (2) the level of factors affecting the effectiveness of such payments, and (3) the factors influencing the effectiveness of Provincial Administrative Organization maintenance fee payments among hotel establishments in Nakhon Phanom Province. This research employs a quantitative approach. The sample consists of 190 hotel operators in Nakhon Phanom Province. The statistics used were descriptive statistics, percentage, population mean, and population standard deviation, while hypotheses were tested using Pearson's correlation coefficient and multiple regression analysis. The results of the study found that (1) the effectiveness of fee payment was at a high level across all dimensions. The hypothesis testing indicated that the effectiveness of the payment of Provincial Administrative Organization (PAO) maintenance fees among hotel establishments in Nakhon Phanom Province was at a high level, consistent with the hypothesis. (2) Furthermore, the overall level of factors influencing effectiveness was found to be high. (3) Four factors significantly influenced the effectiveness of payment at the .05 level of statistical significance, namely tax structure, efficiency of service provided by officers in fee collection, technological readiness for fee payment processing, and the impact of hotel business operations resulting from fee payment.

Keywords: Effectiveness, Payment of Maintenance Fees, Provincial Administrative Organization, Hotel Establishments

Received: 21 April 2026;
Revised: 3 June 2026;
Accepted: 24 June 2026

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat
ISSN: 3027-6748 (Online)

ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลการชำระค่าธรรมเนียมบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดของสถานประกอบการโรงแรมในจังหวัดนครพนม

ปฏิพัทธ์ จำปาทิพย์[1] อภิกนิษฐา นาเลาห์[1*] และ กชกร เดชะคำภู[1]

[1] *มหาวิทยาลัยนครพนม ประเทศไทย*

* *Corresponding author. E-mail: apikanittha@npu.ac.th*

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ (1) ระดับประสิทธิผลในการชำระค่าธรรมเนียมบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดในสถานประกอบการโรงแรมจังหวัดนครพนม (2) ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการชำระค่าธรรมเนียมบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดในสถานประกอบการโรงแรมจังหวัดนครพนม และ (3) ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลในการชำระค่าธรรมเนียมบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดในสถานประกอบการโรงแรมจังหวัดนครพนม เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ ผู้ประกอบการโรงแรมในเขตพื้นที่จังหวัดนครพนม จำนวน 190 ราย สถิติที่ใช้ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และ การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า (1) ระดับประสิทธิผลในการชำระค่าธรรมเนียม พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน และ การทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประสิทธิผลในการชำระค่าธรรมเนียมบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดในสถานประกอบการโรงแรมจังหวัดนครพนมอยู่ในระดับมาก เป็นไปตามสมมติฐาน (2) ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผล พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก (3) ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลในการชำระค่าธรรมเนียม พบว่า มี 4 ปัจจัย ได้แก่ ด้านโครงสร้างภาษี ด้านประสิทธิภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่ในการรับชำระค่าธรรมเนียม ด้านความพร้อมด้านเทคโนโลยีในการรับชำระค่าธรรมเนียม ด้านผลกระทบของธุรกิจโรงแรมจากการชำระค่าธรรมเนียม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ประสิทธิผล, การชำระค่าธรรมเนียมบำรุง, องค์การบริหารส่วนจังหวัด, สถานประกอบการโรงแรม

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat

บทนำ

พระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัด พ.ศ. 2540 มาตรา 45 ได้กำหนดอำนาจหน้าที่ดำเนินกิจการภายในเขตองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครพนม ดังต่อไปนี้ (1) ตราข้อบัญญัติโดยไม่ขัดหรือแย้งต่อกฎหมาย และพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม มาตรา 17 กำหนดให้องค์การบริหารส่วนจังหวัดมีอำนาจและหน้าที่ในการจัดระบบบริการสาธารณะเพื่อประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่นของตนเอง จำนวน 29 ข้อ และกฎกระทรวง (พ.ศ. 2541) ออกตามความในพระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัด พ.ศ. 2540 กำหนดให้กิจการบริการสาธารณะเป็นกิจการที่ราชการส่วนท้องถิ่นอื่นสมควรให้องค์การบริหารส่วนจังหวัดร่วมดำเนินการหรือให้องค์การบริหารส่วนจังหวัดจัดทำ จำนวน 18 รายการ ซึ่งเหตุจากกฎหมายทั้งสามฉบับ เป็นเหตุให้องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครพนมมีอำนาจและหน้าที่ในการจัดทำระบบบริการสาธารณะให้แก่ประชาชนในเขตพื้นที่จังหวัดนครพนม (องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครพนม, 2565)

องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครพนมได้ตราข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครพนม เรื่อง การเรียกเก็บค่าธรรมเนียมบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดจากผู้เข้าพักในโรงแรม พ.ศ. 2565 และได้ประกาศใช้ เมื่อวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2565 โดยมีเหตุผลเพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมายว่าด้วยการโรงแรมฉบับปัจจุบันและเหมาะสมกับสภาวการณ์ในปัจจุบัน ก่อให้เกิดการเพิ่มประสิทธิภาพ ในการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมเพื่อนำรายได้มาใช้ในการบริหารจัดการตามอำนาจหน้าที่และอำนวยประโยชน์สาธารณะแก่ประชาชนในเขตจังหวัดนครพนมให้ได้มากยิ่งขึ้น โดยในหมวด 2 การเรียกเก็บ

ค่าธรรมเนียม กำหนดว่า ข้อ 6 ให้ผู้ประกอบธุรกิจโรงแรมและหรือผู้จัดการ มีหน้าที่ ดังนี้ (1) ออกหนังสือรับรองการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมให้แก่ผู้พัก เพื่อเป็นหลักฐานการชำระ ค่าธรรมเนียมให้แก่องค์การบริหารส่วนจังหวัด (2) ให้มีการปิดประกาศข้อบัญญัตินี้ ไว้โดยเปิดเผย ณ สถานประกอบการเพื่อให้ผู้พักทราบ (3) จัดทำบัญชีผู้พัก และรายละเอียดค่าธรรมเนียมที่เรียกเก็บตามแบบที่นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดประกาศกำหนด ข้อ 7 ให้องค์การบริหารส่วนจังหวัดมีอำนาจเรียกเก็บค่าธรรมเนียม และค่าธรรมเนียมที่เรียกเก็บได้นั้น ให้เป็นรายได้ขององค์การบริหารส่วนจังหวัด ข้อ 8 ให้ผู้พักชำระค่าธรรมเนียมให้องค์การบริหารส่วนจังหวัดในอัตราร้อยละสอง ของค่าเช่าห้องพัก ข้อ 9 ให้ผู้ประกอบธุรกิจโรงแรมและหรือผู้จัดการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมตามข้อ 8 จากผู้พักไว้แทน องค์การบริหารส่วนจังหวัดทุกครั้งที่มีการเรียกเก็บค่าเช่าห้องพัก ซึ่งผู้ประกอบการมีหน้าที่ในการจัดเก็บค่าธรรมเนียมดังกล่าวจากผู้เข้าพักแรมในสถานประกอบการของตนและนำส่งให้แก่องค์การบริหารส่วนจังหวัด (องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครพนม, 2565)

จากสถานการณ์ที่กล่าวมาข้างต้น ในปัจจุบัน จังหวัดนครพนม มีสถานประกอบการโรงแรมทั้งหมด 190 แห่ง องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครพนมสามารถจัดเก็บค่าธรรมเนียมบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดจากผู้เข้าพักโรงแรม 5 ปีย้อนหลังได้ ดังนี้ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 สามารถจัดเก็บค่าธรรมเนียมบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดจากผู้เข้าพักโรงแรมได้ทั้งสิ้น 899,111.50 บาท ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 สามารถจัดเก็บค่าธรรมเนียมบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดจากผู้เข้าพักโรงแรมได้ทั้งสิ้น 902,475.20 บาท ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 สามารถจัดเก็บค่าธรรมเนียมบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดจากผู้เข้าพักโรงแรมได้ทั้งสิ้น 642,389.50 บาทปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 สามารถจัดเก็บค่าธรรมเนียมบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดจากผู้เข้าพักโรงแรมได้ทั้งสิ้น 660,293.70 บาท และปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 สามารถจัดเก็บค่าธรรมเนียมบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดจากผู้เข้าพักโรงแรมได้ทั้งสิ้น 1,374,704.82 บาท (องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครพนม, 2567ก)

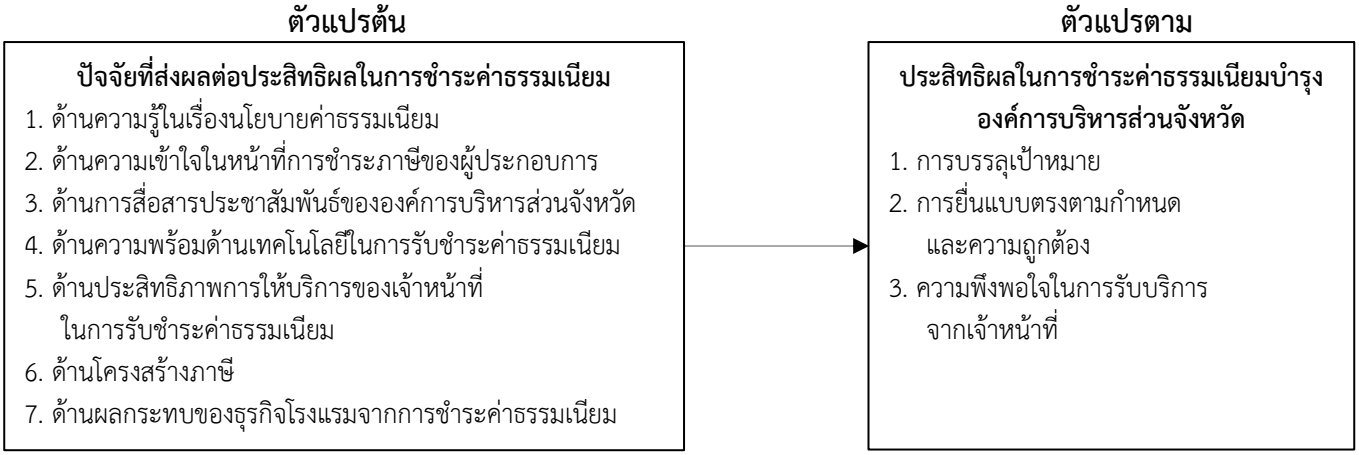
จากข้อมูลดังกล่าว การจัดเก็บในแต่ละปีงบประมาณมียอดเงินที่สามารถจัดเก็บได้ ไม่เพียงพอต่อการนำมาพัฒนาท้องถิ่นในแต่ละปีงบประมาณ หรือไม่สามารถจัดเก็บได้เต็มเม็ดเต็มหน่วย ตามที่คาดหวังหรือตั้งประมาณการรับไว้ เหตุผลในการประกาศบัญญัติ คือ นำรายได้จากการจัดเก็บมาใช้ในการบริหารจัดการตามอำนาจหน้าที่และ อำนวยประโยชน์สาธารณะแก่ประชาชน ซึ่งผลการจัดเก็บค่าธรรมเนียมยังไม่ประสบความสำเร็จตามที่ประมาณการเอาไว้ จึงทำให้ผู้วิจัยซึ่งมีหน้าที่วางแผนการพัฒนาท้องถิ่นและพิจารณาจัดทำงบประมาณรายจ่ายขององค์กร มีความสนใจที่จะวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลการชำระค่าธรรมเนียมบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดในสถานประกอบการโรงแรมจังหวัดนครพนม ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการวิจัยสามารถนำมาใช้เป็นข้อเสนอแนะในการพัฒนาประสิทธิผลการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดจากผู้พักในโรงแรมเขตพื้นที่จังหวัดนครพนม ซึ่งในส่วนค่าธรรมเนียมบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดนี้ ผู้ประกอบการมีหน้าที่ในการจัดเก็บค่าธรรมเนียมดังกล่าวจากผู้เข้าพักแรมในสถานประกอบการของตนและนำค่าธรรมเนียมยื่นส่งให้แก่องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครพนม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับประสิทธิผลในการชำระค่าธรรมเนียมบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดในสถานประกอบการโรงแรมจังหวัดนครพนม
2. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการชำระค่าธรรมเนียมบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดในสถานประกอบการโรงแรมจังหวัดนครพนม
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลในการชำระค่าธรรมเนียมบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดในสถานประกอบการโรงแรมจังหวัดนครพนม

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษานี้ ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของ มณีวรรณ ตันไทย (2553) ณัฐดนัย นันตา และสุริยจรัส เตชะตันมีนสกุล (2564) วิริยะศิตา พิมพ์สุวรรณ (2563) อังคณา ทัพใหญ่ (2562) อรรถพล แสนเรือง (2558) และ ข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครพนม (2565) เกี่ยวข้องในการศึกษามา เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการโรงแรมในเขตพื้นที่จังหวัดนครพนม ซึ่งมี 12 อำเภอ ประชากรผู้ประกอบการจะมีเพียง 11 อำเภอ เนื่องจากอำเภอวังยางไม่มีผู้ประกอบการ ซึ่งในปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 มีจำนวน ผู้ประกอบการตามทะเบียนลูกหนี้ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดนครพนม จำนวน 190 ราย (ข้อมูล ณ วันที่ 10 มิถุนายน 2567) (องค์การบริหารจังหวัดนครพนม, 2567ข)

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม จำนวน 190 คน สามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังนี้ 1) อำเภอเมืองนครพนม (91 ราย) 2) อำเภอธาตุพนม (31 ราย) 3) อำเภอท่าอุเทน (5 ราย) 4) อำเภอนาแก (18 ราย) 5) อำเภอบ้านแพง (13 ราย) 6) อำเภอนาทม (2 ราย) 7) อำเภอศรีสงคราม (9 ราย) 8) อำเภอปลาปาก (4 ราย) 9) อำเภอเรณูนคร (10 ราย) 10) อำเภอนาหว้า (6 ราย) และ 11) อำเภอโพนสวรรค์ (1 ราย) ผู้ประกอบการโรงแรมที่จดทะเบียนในจังหวัดนครพนมมีจำนวนทั้งสิ้น 190 ราย ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการศึกษาจากประชากรทั้งหมด เพื่อให้ข้อมูลมีความครอบคลุมทั้งกลุ่ม

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 4 ข้อ ลักษณะแบบสอบถาม เป็นแบบตัวเลือก โดยครอบคลุมข้อมูลของผู้ประกอบการโรงแรมเกี่ยวกับ จำนวนห้องพัก รายได้ต่อเดือน สถานที่ตั้งของโรงแรม และระยะเวลาการดำเนินกิจการของผู้ประกอบกิจการโรงแรม เป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check list)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการชำระค่าธรรมเนียม ประกอบด้วย (1) ด้านความรู้ในเรื่องนโยบายค่าธรรมเนียม (2) ด้านความเข้าใจในหน้าที่การชำระภาษีของผู้ประกอบการ (3) ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัด (4) ด้านความพร้อมด้านเทคโนโลยีในการรับชำระค่าธรรมเนียม (5) ด้านประสิทธิภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่ในการรับชำระค่าธรรมเนียม (6) ด้านโครงสร้างภาษี และ (7) ด้านผลกระทบของธุรกิจโรงแรมจากการชำระค่าธรรมเนียม เป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check list)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิผลในการชำระค่าธรรมเนียม ประกอบด้วย (1) การบรรลุเป้าหมาย (2) การยื่นแบบตรงตามกำหนดและความถูกต้อง และ (3) ความพึงพอใจในการรับบริการจากเจ้าหน้าที่ เป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check list)

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ ลักษณะคำถามเป็นปลายเปิด (Open Ended Question)

นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามที่คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ หมายเลขรับรองโครงการ HE69-012 จากสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยนครพนม ไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา จำนวน 30 ชุด และทำการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยการใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธ์อัลฟาของครอนบัค (∞ - Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ของแบบสอบถามทั้งฉบับอยู่ที่ .975

3. สมมติฐานการวิจัย

3.1 ประสิทธิผลในการชำระค่าธรรมเนียมบำรุงอบจ. ในสถานประกอบการโรงแรมจังหวัดนครพนมอยู่ในระดับมาก

3.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการชำระค่าธรรมเนียม ได้แก่ ด้านความรู้ในเรื่องนโยบายค่าธรรมเนียม ด้านความเข้าใจในหน้าที่การชำระภาษีของผู้ประกอบการ ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัด ด้านความพร้อมด้านเทคโนโลยีในการรับชำระค่าธรรมเนียม ด้านประสิทธิภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่ในการรับชำระค่าธรรมเนียม ด้านโครงสร้างภาษี และ ด้านผลกระทบของธุรกิจโรงแรมจากการชำระค่าธรรมเนียม มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการชำระค่าธรรมเนียมบำรุงอบจ. ในสถานประกอบการโรงแรมจังหวัดนครพนม

4. การเก็บรวมรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลที่นำมาใช้ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการเก็บข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องชำระค่าธรรมเนียมบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดจากผู้พักในโรงแรมเขตพื้นที่จังหวัดนครพนมทั้ง 11 อำเภอ ซึ่งได้ดำเนินการ ดังนี้

4.1 แจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการโรงแรมในเขตพื้นที่จังหวัดนครพนม ทั้ง 11 อำเภอ จำนวน 190 ราย โดยทำการแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง

4.2 ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของคำตอบที่ได้รับจากการตอบกลับทั้งหมด 190 ฉบับ เพราะผู้ศึกษาได้ทำการนั่งรอจนกระทั่งผู้ตอบแบบสอบถามตอบเสร็จ ทำให้ได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้ง 190 ฉบับ คิดเป็นจำนวนแบบสอบถามที่ได้รับกลับทั้งสิ้น 100 เปอร์เซ็นต์ ของแบบสอบถามที่แจกทั้งหมด

4.3 นำแบบสอบถามทั้งหมดไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ทางสถิติ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Population Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Population Standard Deviation) (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) สำหรับการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ถึง ข้อที่ 3

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้สำหรับการทดสอบสมมติฐาน วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's correlation Coefficient) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (สมนึก ภัททิยธนี, 2565) ทดสอบการเกิด Multicollinearity และ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณเชิงเส้นตรง (Multiple Linear Regressions Analysis : MRA) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560)

ผลการวิจัย

จากผลการวิจัย พบว่า

1. ระดับประสิทธิผลในการชำระค่าธรรมเนียมบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดในสถานประกอบการโรงแรมจังหวัดนครพนม

ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 190 คน ส่วนใหญ่มีจำนวนห้องพัก น้อยกว่า 10 ห้อง คิดเป็นร้อยละ 32.1 มีรายได้ต่อเดือน 10,001 บาท แต่ไม่ถึง 30,000 บาท ร้อยละ 35.8 มีสถานที่ตั้งโรงแรมในเขตอำเภอเมืองนครพนม ร้อยละ 47.9 และมีระยะเวลาการดำเนินกิจการอยู่ที่ มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี ร้อยละ 43.2

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับประสิทธิผลในการชำระค่าธรรมเนียม

ที่	ระดับประสิทธิผลในการชำระค่าธรรมเนียม	ระดับความคิดเห็น		
		μ	σ	แปลผล
1	การบรรลุเป้าหมาย	4.13	0.73	มาก
2	การยื่นแบบตรงตามกำหนดและความถูกต้อง	4.10	0.72	มาก
3	ความพึงพอใจในการรับบริการจากเจ้าหน้าที่	4.20	0.75	มาก
โดยรวม		**4.14**	**0.66**	**มาก**

จากตารางที่ 1 ประสิทธิผลในการชำระค่าธรรมเนียม โดยรวมอยู่ในระดับมาก (μ= 4.14) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความพึงพอใจในการรับบริการจากเจ้าหน้าที่ (μ = 4.20) รองลงมาคือ การบรรลุเป้าหมาย (μ = 4.13) และ การยื่นแบบตรงตามกำหนดและความถูกต้อง (μ = 4.10) ตามลำดับ

2. ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการชำระค่าธรรมเนียมบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดในสถานประกอบการโรงแรมจังหวัดนครพนม

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการชำระค่าธรรมเนียม

ที่	ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการชำระค่าธรรมเนียม	ระดับความคิดเห็น		
		μ	σ	แปลผล
1	ด้านความรู้ในเรื่องนโยบายค่าธรรมเนียม	3.93	0.90	มาก
2	ด้านความเข้าใจในหน้าที่การชำระภาษีของผู้ประกอบการ	4.05	0.81	มาก
3	ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัด	3.96	0.83	มาก
4	ด้านความพร้อมด้านเทคโนโลยีในการรับชำระภาษี	4.03	0.80	มาก
5	ด้านประสิทธิภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่ในการรับชำระค่าธรรมเนียม	4.15	0.67	มาก
6	ด้านโครงสร้างภาษี	4.02	0.81	มาก
7	ด้านผลกระทบของธุรกิจโรงแรมจากการชำระค่าธรรมเนียม	3.97	0.80	มาก
โดยรวม		**4.02**	**0.70**	**มาก**

จากตารางที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการชำระค่าธรรมเนียม โดยรวมอยู่ในระดับมาก (μ = 4.02) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านประสิทธิภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่ในการรับชำระค่าธรรมเนียม (μ = 4.15) รองลงมาคือ ด้านความเข้าใจในหน้าที่การชำระภาษีของผู้ประกอบการ (μ = 4.05) ด้านความพร้อมด้านเทคโนโลยีในการรับชำระภาษี (μ = 4.03) ด้านโครงสร้างภาษี (μ= 4.02) ด้านผลกระทบของธุรกิจโรงแรมจากการชำระค่าธรรมเนียม (μ= 3.97) ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัด (μ = 3.96) และ ด้านความรู้ในเรื่องนโยบายค่าธรรมเนียม (μ= 3.93) ตามลำดับ

3. ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลในการชำระค่าธรรมเนียมบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดในสถานประกอบการโรงแรมจังหวัดนครพนม

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการชำระค่าธรรมเนียม

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการชำระค่าธรรมเนียม	B	S.E.	Beta	t	Sig.
a ค่าคงที่	.795	.166	-	4.792	.00
ด้านความรู้ในเรื่องนโยบายค่าธรรมเนียม (X1)	.009	.050	.012	.180	.85
ด้านความเข้าใจในหน้าที่การชำระภาษีของผู้ประกอบการ (X2)	.068	.062	.084	1.096	.27
ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัด (X3)	-.047	.066	-.060	-.712	.47
ด้านความพร้อมด้านเทคโนโลยีในการรับชำระค่าธรรมเนียม (X4)	.170	.063	.206	2.712	.00*
ด้านประสิทธิภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่ในการรับชำระค่าธรรมเนียม (X5)	.202	.067	.207	3.009	.00*
ด้านโครงสร้างภาษี (X6)	.314	.068	.387	4.636	.00*
ด้านผลกระทบของธุรกิจโรงแรมจากการชำระค่าธรรมเนียม (X7)	.110	.048	.134	2.270	.02*

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลในการชำระค่าธรรมเนียมบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดในสถานประกอบการโรงแรมจังหวัดนครพนม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง ได้แก่ ด้านโครงสร้างภาษี ด้านประสิทธิภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่ในการรับชำระค่าธรรมเนียม ด้านความพร้อมด้านเทคโนโลยีในการรับชำระค่าธรรมเนียม ด้านผลกระทบของธุรกิจโรงแรมจากการชำระค่าธรรมเนียม ดังนี้

1) ด้านโครงสร้างภาษี (X_6 Beta = .387)
2) ด้านประสิทธิภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่ในการรับชำระค่าธรรมเนียม (X_5 Beta = .207)
3) ด้านความพร้อมด้านเทคโนโลยีในการรับชำระค่าธรรมเนียม (X_4 Beta = .206)
4) ด้านผลกระทบของธุรกิจโรงแรมจากการชำระค่าธรรมเนียม (X_7 Beta = .134)

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัย สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

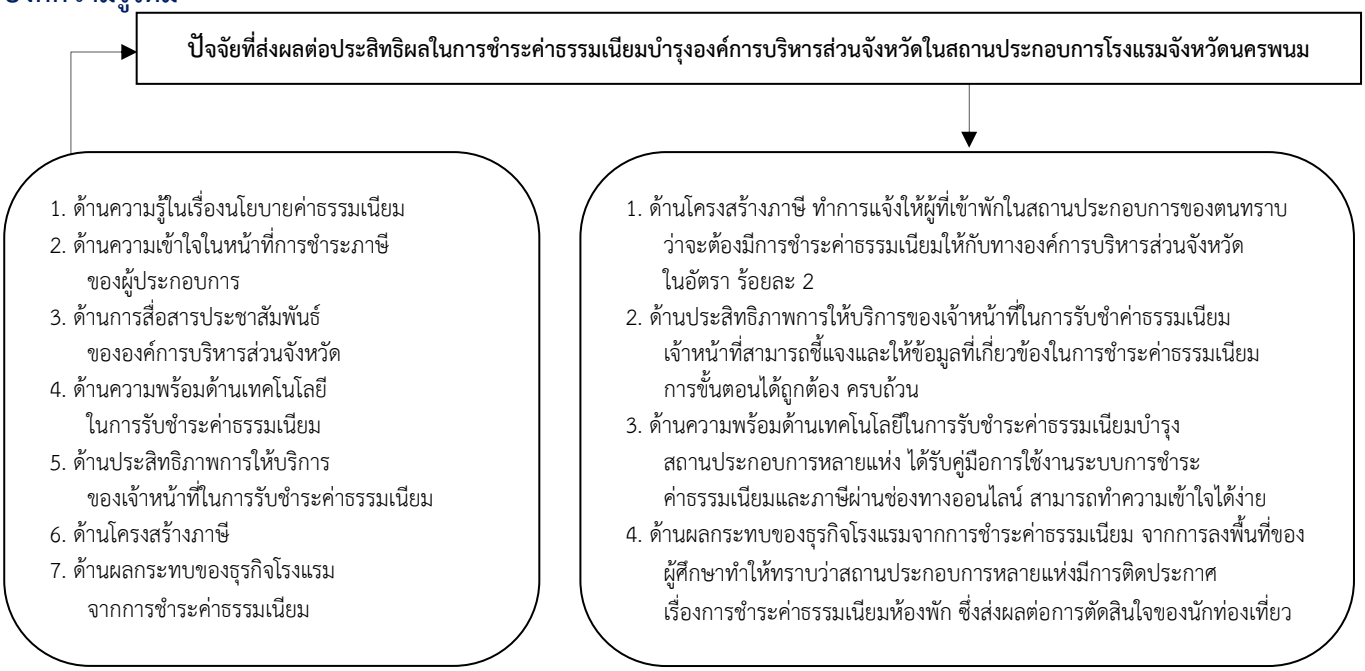
1. ระดับประสิทธิผลในการชำระค่าธรรมเนียมบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดในสถานประกอบการโรงแรมจังหวัดนครพนม พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน และการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประสิทธิผลในการชำระค่าธรรมเนียมบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดในสถานประกอบการโรงแรมจังหวัดนครพนมอยู่ในระดับมาก เป็นไปตามสมมติฐาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐดนัย นันตา และสุริยจรัส เตชะตันมีนสกุล (2564) พบว่า ประสิทธิผลในการจัดเก็บภาษีโดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และ สอดคล้องกับ มานิสา วิมลสถิตย์ (2563) พบว่า ประสิทธิผลของการให้บริการรับชำระเงินด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของสำนักงานที่ดินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อยู่ในระดับมาก

2. ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการชำระค่าธรรมเนียมบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดในสถานประกอบการโรงแรมจังหวัดนครพนม พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการชำระค่าธรรมเนียม โดยรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ มยุรี ยังแก้ว (2566) พบว่า ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของข้าราชการธุรการ สำนักงานอัยการจังหวัด ในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 4 โดยภาพรวมอยู่ในดับมาก และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ้งไพลิน บุญหล้า (2563) พบว่า ปัจจัยการจัดเก็บภาษีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดลพบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

3. ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลในการชำระค่าธรรมเนียมบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดในสถานประกอบการโรงแรมจังหวัดนครพนม ได้แก่ ด้านโครงสร้างภาษี ด้านประสิทธิภาพการให้บริการ

ของเจ้าหน้าที่ในการรับชำระค่าธรรมเนียม ด้านความพร้อมด้านเทคโนโลยีในการรับชำระค่าธรรมเนียม ด้านผลกระทบของธุรกิจโรงแรมจากการชำระค่าธรรมเนียม มีความสัมพันธ์ทางบวก เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐดนัย นันตา และสุริยจรัส เตชะตันมีนสกุล (2564) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการจัดเก็บภาษีของเทศบาลตำบลในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ เรียงลำดับ ปัจจัยอิทธิพลเชิงสาเหตุจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการยึดหลักการภาษี และด้านนโยบายภาษี ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ มานิสา วิมลสถิตย์ (2563) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของการให้บริการรับชำระเงินด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ของสำนักงานที่ดินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์สาขาหัวหินกับประสิทธิผลของการให้บริการรับชำระเงินเป็นไปในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนผลการทดสอบสมมติฐานของตัวแปร อีก 3 ตัว คือ ด้านความรู้ในเรื่องนโยบายค่าธรรมเนียม ด้านความเข้าใจในหน้าที่การชำระภาษีของผู้ประกอบการ และ ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัด ไม่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิริยะศิตา พิมพ์สุวรรณ (2563) พบว่า ปัจจัยในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดามีผลต่อความสมัครใจในการเสียภาษีเงินได้ ทั้งการยื่นแบบตรงตามกำหนดเวลาและความถูกต้อง โดยปัจจัยด้านทัศนคติ ส่งผลเชิงบวกต่อความสมัครใจในการเสียภาษีเงินได้ด้านการยื่นแบบตรงตามกำหนดเวลา และปัจจัยด้านการได้รับข้อมูลข่าวสาร กับด้านทัศนคติ ส่งผลเชิงบวกต่อความสมัครใจในการเสียภาษีเงินได้ด้านความถูกต้อง แต่สอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลวรรณ แดงน้อย (2562) พบว่า ระดับประสิทธิภาพในการจัดเก็บรายได้โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านอัตรา/ประเภทภาษี และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรณี แสงตะคุ และ สุรศักดิ์ ชะมารัมย์ (2559) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้คือ ปัจจัยด้านความรู้ ทักษะ ความสามารถอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรถพล แสนเรือง (2558) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาการบริหารการจัดเก็บภาษีท้องถิ่น คือ ปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ ปัจจัยด้านสถานที่ วัสดุ อุปกรณ์ ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม ปัจจัยด้านแผนที่ภาษี และปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่

จากการศึกษานี้ สามารถสรุปเป็นองค์ความรู้ได้ดังนี้ ซึ่งผลการศึกษาพบว่าประสิทธิผลการชำระธรรมเนียมค่าบำรุง อบจ.ของสถานประกอบการโรงแรมในจังหวัดนครพนม ไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านใดด้านหนึ่ง แต่เกิดจากปัจจัยร่วมหลาย

ปัจจัย ซึ่งปัจจัยที่ผู้วิจัยได้นำมาทดสอบทางสถิติ พบว่ามี 4 ปัจจัย ได้แก่ ด้านโครงสร้างภาษี ด้านประสิทธิภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่ในการรับชำค่าธรรมเนียม ด้านความพร้อมด้านเทคโนโลยีในการรับชำระค่าธรรมเนียม และ ด้านผลกระทบของธุรกิจโรงแรมจากการชำระค่าธรรมเนียม โดยพบว่า เมื่อผู้ประกอบการมีความเข้าใจในอัตราและหลักเกณฑ์ในการจัดเก็บค่าธรรมเนียม ได้รับการสนับสนุนข้อมูลที่ถูกต้องจากเจ้าหน้าที่และสามารถเข้าถึงระบบการชำระค่าธรรมเนียมที่สามารถใช้งานได้สะดวก จะส่งผลให้เกิดความร่วมมือในการชำระค่าธรรมเนียมมากขึ้น นอกจากนี้การสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลค่าธรรมเนียมต่อผู้เข้าพักอย่างโปร่งใส จะช่วยลดข้อโต้แย้งและสามารถสร้างความเข้าใจระหว่างผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และหน่วยงานของภาครัฐ ซึ่งนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิผลในการจัดเก็บค่าธรรมเนียมของอบจ. ได้อย่างยั่งยืน

สรุปผลการวิจัย

ประสิทธิผลในการชำระค่าธรรมเนียมบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดในสถานประกอบการโรงแรมจังหวัดนครพนม อยู่ในระดับมาก (μ = 4.14) ด้านความพึงพอใจในการรับบริการจากเจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (μ = 4.20) ส่วนด้านการยื่นแบบตรงตามกำหนดและความถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (μ = 4.10)

ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการชำระค่าธรรมเนียมบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดในสถานประกอบการโรงแรมจังหวัดนครพนมอยู่ในระดับมาก (μ = 4.02) ด้านประสิทธิภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่ในการรับชำระค่าธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (μ = 4.15) ส่วนด้านความรู้ในเรื่องนโยบายค่าธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (μ = 3.93)

ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลในการชำระค่าธรรมเนียมบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดในสถานประกอบการโรงแรมจังหวัดนครพนม ประกอบด้วย 4 ปัจจัย ได้แก่ ด้านโครงสร้างภาษี (Beta = .387) ด้านประสิทธิภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่ในการรับชำระค่าธรรมเนียม (Beta = .207) ด้านความพร้อมด้านเทคโนโลยีในการรับชำระค่าธรรมเนียม (Beta = .206) และ ด้านผลกระทบของธุรกิจโรงแรมจากการชำระค่าธรรมเนียม (Beta = .134)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครพนมควรวางแผนประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับอัตราการชำระและหลักเกณฑ์ในการจัดเก็บ ให้ผู้ประกอบการและผู้เข้าพักทราบอย่างทั่วถึง เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการจัดเก็บค่าธรรมเนียม

1.2 องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครพนมควรอบรม ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เจ้าหน้าที่สามารถแนะนำข้อมูลหรือสามารถช่วยผู้ประกอบการแก้ปัญหาที่เกิดจากการดำเนินการเพื่อยื่นชำระค่าธรรมเนียมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครพนมควรพัฒนาระบบการชำระค่าธรรมเนียมผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งจัดทำคู่มือสำหรับแนะนำการใช้งานที่สามารถเข้าใจได้ง่าย เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการในการชำระค่าธรรมเนียม

1.4 องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครพนมควรพัฒนาระบบฐานข้อมูลและติดตามสถานการณ์การดำเนินธุรกิจของโรงแรมในแต่ละพื้นที่ เพื่อให้การประมาณการรายได้จากการจัดเก็บค่าธรรมเนียมสอดคล้องกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและจำนวนของผู้เข้าพักที่เกิดขึ้นจริง อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการบริหารจัดการการจัดเก็บค่าธรรมเนียมได้อย่างเหมาะสมอีกด้วย

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลการชำระค่าธรรมเนียมบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดในพื้นที่จังหวัดใกล้เคียง เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของบริบทด้านเศรษฐกิจ สังคม และการบริหารงานเพื่อจัดเก็บรายได้ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดในแต่ละพื้นที่

2.2 ควรศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติม โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และแนวทางในการเพิ่มประสิทธิผลการชำระค่าธรรมเนียมบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัด

2.3 ควรมีการพัฒนาและศึกษารูปแบบการส่งเสริมประสิทธิผลการชำระค่าธรรมเนียมบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่เหมาะสมกับบริบทของสถานประกอบการโรงแรม รวมทั้งมีการทดสอบประสิทธิภาพของรูปแบบดังกล่าว เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการเพิ่มประสิทธิผลการจัดเก็บรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่นต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กมลวรรณ แดงน้อย. (2562). *ประสิทธิภาพในการจัดเก็บรายได้ขององค์การบริหารส่วนตำบลกระจิว อำเภอภาชี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา).

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2560). *การใช้ SPSS FOR WINDOWS ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. (พิมพ์ครั้งที่ 29). กรุงเทพฯ: สามลดา.

ณัฐดนัย นันตา และสุริยจรัส เตชะตันมีนสกุล. (2564). ประสิทธิผลในการจัดเก็บภาษีของเทศบาลตาบลในอาเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิชาการวิทยาลัยบริหารศาสตร์, 4*(4), 62–76.

บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

มณีวรรณ ตันไทย. (2553). *พฤติกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่กองควบคุมยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาที่มีต่อประชาชนที่มาติดต่อ*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

มยุรี ยังแก้ว. (2566). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของข้าราชการธุรการสำนักงานอัยการจังหวัด ในสังกัดสำนักงานอัยการภาค 4*. (รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนครพนม).

มานิสา วิมลสถิตย์. (2563). ประสิทธิผลการให้บริการรับชำระเงินด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ของสำนักงานที่ดินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สาขาหัวหิน. *วารสารวิชาการ การจัดการภาครัฐและเอกชน, 2*(2), 103–114.

รุ้งไพลิน บุญหล้า. (2563). *ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดลพบุรี*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา).

วิริยะศิตา พิมพ์สุวรรณ. (2563). *ปัจจัยผลต่อความสมัครใจในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้มีเงินได้ในเขตภาคตะวันออก*. (บัญชีมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม).

สมนึก ภัททิยธนี. (2565). *การวัดผลการศึกษา (educational measurement)*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครพนม. (2565). *ประกาศใช้ข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครพนม การเรียกเก็บค่าธรรมเนียมบำรุง องค์การบริหารส่วนจังหวัดจากผู้พักในโรงแรม พ.ศ. 2565*. สืบค้นจาก https://www.nkpao.go.th/wp-content/uploads/2025/04/%E0%B8%82%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%9A%E0%B8%B1%E0%B8%8D%E0%B8%8D%E0%B8%B1%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B9%82%E0%B8%A3%E0%B8%87%E0%B9%81%E0%B8%A3%E0%B8%A1.pdf.

_____. (2567ก). *ข้อมูลงบประมาณประจำปี 2567*. สืบค้นจาก http://www2.nakhonphanom.go.th/files/com_budget/2025-04_3f83358afe5fdfe.pdf?v=1.

_____. (2567ข). *ข้อมูลผู้ประกอบการกิจการโรงแรมจังหวัดนครพนม*. นครพนม: กองคลัง องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครพนม.

อรณี แสงตะคุ และ สุรศักดิ์ ชะมารัมย์. (2559). *ปัจจัยด้านการบริหารจัดการที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารจัดการของสำนักงานแรงงานจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ* (รายงานการวิจัย). ร้อยเอ็ด: มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด.

อรรถพล แสนเรือง. (2558). *การพัฒนาการบริหารการจัดเก็บภาษีท้องถิ่นของสำนักงานเขตราษฎร์บูรณะกรุงเทพมหานคร*. (รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช).

อังคณา ทัพใหญ่. (2562). *ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่จังหวัดราชบุรี*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช).

JSSP: Journal of Social Science Panyapat, 2026. 8(2): 215-230.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSSP
Journal of Social Science Panyapat
https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSSP/index

Research Article

An Analysis of Research Grant Allocation Trends and Disbursement Status of the Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Nattakan Jandachote[1*]

[1] *Mahasarakham Business School, Mahasarakham University, Thailand*

[*] *Corresponding author. E-mail: Nattakan.j@acc.msu.ac.th*

ABSTRACT

This research aimed to (1) analyze trends in research grant allocation, (2) examine the disbursement status of research grants, and (3) propose guidelines for improving research grant management within the Mahasarakham Business School, Mahasarakham University, during fiscal years 2018–2024. A descriptive research design was employed, utilizing secondary data obtained from institutional research grant summary documents. The research instrument was a structured data recording form, and data were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, and trend comparison. The findings revealed that research grant allocation exhibited considerable fluctuations in both the number of grants and total funding. The highest allocation was recorded in fiscal year 2020, while the lowest occurred in fiscal year 2023. In recent years, the allocation pattern shifted toward distributing grants more broadly while decreasing the average funding per project. Regarding disbursement status, overall efficiency was relatively high, with actual disbursement rates exceeding 80% in all years. Fiscal year 2021 demonstrated the highest disbursement performance, with an actual disbursement rate of 100% and no delayed payments in any installment. Nevertheless, issues such as remaining funds, returned grants, and delayed disbursements were identified in certain years, reflecting limitations in administrative processes and project management capacity. When categorized by grant type, funding allocated to academic staff development and academic promotion received the largest share in both number and budget, while graduate student research grants accounted for a high number of projects but relatively low funding per project, reflecting a policy emphasis on enhancing academic staff capacity. Furthermore, findings related to grants for generating new knowledge among faculty members indicated that effective research grant management depends not solely on the amount of funding but on the balance among allocation strategies, administrative processes, and the capacity of grant recipients. Therefore, it is recommended that institutions improve grant management systems by ensuring balanced allocation, streamlining disbursement procedures, and strengthening project monitoring mechanisms to enhance long-term budgetary efficiency and sustainability.

Keywords: Research Grants, Grant Allocation, Fund Disbursement, Research Management

Received: 23 April 2026;
Revised: 1 June 2026;
Accepted: 12 June 2026

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat
ISSN: 3027-6748 (Online)

การวิเคราะห์แนวโน้มการจัดสรรทุนวิจัยและสถานภาพการเบิกจ่ายทุนวิจัย ของคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ณัฐธกานต์ จันดาโชติ[1*]

[1] *คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประเทศไทย*

* *Corresponding author. E-mail: Nattakan.j@acc.msu.ac.th*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) วิเคราะห์แนวโน้มการจัดสรรทุนวิจัย (2) ศึกษาสถานภาพการเบิกจ่ายทุนวิจัย และ (3) เสนอแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการทุนวิจัยของคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ในช่วงปีงบประมาณ 2561–2567 การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงพรรณนา โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารสรุปการให้ทุนวิจัยของคณะฯ เครื่องมือที่ใช้คือแบบบันทึกข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และการเปรียบเทียบแนวโน้ม ผลการวิจัยพบว่า การจัดสรรทุนวิจัยมีความผันผวนทั้งในด้านจำนวนทุนวิจัยและงบประมาณในการสนับสนุน โดยในปีงบประมาณ 2563 มีจำนวนทุนวิจัยและจำนวนเงินสูงสุด ขณะที่ปีงบประมาณ 2566 ต่ำสุด นอกจากนี้ แนวโน้มในช่วงหลังสะท้อนการกระจายทุนเพิ่มขึ้น แต่ลดจำนวนเงินเฉลี่ยต่อโครงการลง ด้านสถานภาพการเบิกจ่าย พบว่าโดยรวมมีประสิทธิภาพในระดับค่อนข้างสูง โดยมีอัตราการเบิกจ่ายจริงมากกว่าร้อยละ 80 ในทุกปี และปีงบประมาณ 2564 มีอัตราการเบิกจ่ายจริงสูงสุดที่ร้อยละ 100 และไม่ปรากฏปัญหาการติดค้างในทุกงวดการเบิกจ่าย แต่ก็ยังพบปัญหาเงินทุนคงเหลือ การคืนทุน และการติดค้างทุนวิจัยในบางปี ซึ่งสะท้อนข้อจำกัดของกระบวนการบริหารและการดำเนินโครงการ เมื่อพิจารณาจำแนกตามประเภททุน พบว่า ทุนวิจัยเพื่อพัฒนาบุคลากรสายวิชาการได้รับการจัดสรรมากที่สุดทั้งด้านจำนวนทุนวิจัยและจำนวนเงินต่อโครงการ ขณะที่ทุนสำหรับนิสิตบัณฑิตศึกษามีจำนวนโครงการสูง แต่มีวงเงินต่อโครงการต่ำ สะท้อนลักษณะการจัดสรรที่เน้นการพัฒนาศักยภาพบุคลากรเป็นหลัก ส่วนประเภททุนการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ของอาจารย์ ชี้ให้เห็นว่า ประสิทธิภาพการบริหารทุนวิจัยขึ้นอยู่กับความสมดุลระหว่างการจัดสรรทุน กระบวนการบริหาร และศักยภาพของผู้รับทุน มากกว่าปริมาณทุนเพียงอย่างเดียว ดังนั้น ควรปรับปรุงระบบบริหารทุนให้มีความสมดุล เพิ่มความคล่องตัวของกระบวนการเบิกจ่าย และพัฒนาระบบติดตามโครงการอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการใช้จ่ายงบประมาณวิจัยอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: ทุนวิจัย, การจัดสรรทุน, การเบิกจ่ายทุน, การบริหารทุนวิจัย

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat

บทนำ

การวิจัยเป็นพันธกิจสำคัญประการหนึ่งของสถาบันอุดมศึกษาเนื่องจากเป็นกลไกหลักในการสร้างองค์ความรู้ใหม่ พัฒนาคุณภาพการเรียนการสอน ส่งเสริมความก้าวหน้าทางวิชาการ และสนับสนุนการบริการวิชาการแก่สังคมอย่างเป็นรูปธรรม (คณะอนุกรรมการด้านนโยบายและยุทธศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม สภานโยบายวิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ, 2560) ในบริบทของมหาวิทยาลัยการส่งเสริมให้คณาจารย์และบุคลากรดำเนินงานวิจัยอย่างต่อเนื่องจำเป็นต้องอาศัยระบบสนับสนุนที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะทุนวิจัยซึ่งถือเป็นทรัพยากรสำคัญที่ช่วยผลักดันให้เกิดการผลิตงานวิจัย การพัฒนาศักยภาพนักวิจัย และการต่อยอดองค์ความรู้ไปสู่การใช้ประโยชน์ในเชิงวิชาการและเชิงสังคม ทั้งนี้ กาญจนา พรหมโคตร และคณะ (2564) พบว่า ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการขอทุนวิจัยของนักวิจัยสายวิชาการมีความหลากหลาย ทั้งในด้านแรงจูงใจ ความพร้อม และโอกาสในการเข้าถึงแหล่งทุน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการสนับสนุนทุนวิจัยภายในสถาบันมีบทบาทสำคัญต่อ การสร้างผลผลิตทางวิชาการในระยะยาว

การจัดสรรทุนวิจัยภายในคณะหรือมหาวิทยาลัยจึงไม่ได้เป็นเพียงกระบวนการกระจายงบประมาณเท่านั้น แต่สะท้อนถึงนโยบาย ทิศทาง และระดับความสำคัญที่องค์กรให้ต่อการพัฒนางานวิจัยในแต่ละช่วงเวลา กระบวนการเบิกจ่ายทุนวิจัยยังเป็นองค์ประกอบสำคัญของการบริหารทุน เนื่องจากเกี่ยวข้องกับความสามารถของผู้รับทุนในการดำเนินโครงการให้เป็นไปตามเงื่อนไขสัญญาการรับทุน ตลอดจนสะท้อนประสิทธิภาพของระบบกำกับติดตาม การอำนวยความสะดวกด้านเอกสารและการเงิน และการบริหารงบประมาณวิจัยของหน่วยงานโดยรวม (กมลทิพย์ คงสวัสดิ์พร, 2561) หากระบบการจัดสรรและเบิกจ่ายทุนมีความคล่องตัว โปร่งใส และเป็นระบบ ย่อมส่งผลดีต่อการขับเคลื่อนผลงานวิจัยขององค์กร ในทางกลับกัน หากเกิดปัญหาทุนคงค้าง การคืนทุน การปิดทุนโดยไม่ได้เบิก หรือการเบิกจ่ายไม่ครบถ้วน ก็อาจสะท้อนข้อจำกัดบางประการในการบริหารจัดการทุนวิจัยที่ควรได้รับการทบทวนและปรับปรุง

สำหรับคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งเป็นหน่วยงานทางวิชาการที่มีบทบาทในการผลิตบัณฑิต พัฒนางานวิจัย และให้บริการวิชาการแก่สังคม การสนับสนุนทุนวิจัยแก่บุคลากรถือเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญในการยกระดับศักยภาพทางวิชาการของคณะ จากข้อมูลเบื้องต้นพบความผันผวนและข้อจำกัดเชิงโครงสร้างในการบริหารทุนวิจัย ในช่วงปีงบประมาณ 2561–2567 จำนวนทุนวิจัยมีความผันผวนสูง โดยลดลงจาก 84 ทุน ในปีงบประมาณ 2563 เหลือเพียง 17 ทุน ในปีงบประมาณ 2566 คิดเป็นการลดลงกว่าร้อยละ 79 ภายในระยะเวลาเพียง 3 ปี ในขณะเดียวกัน ยังพบปัญหาทุนคงเหลือและการติดค้างการเบิกจ่ายในทุกรอบปีงบประมาณ ซึ่งสะท้อนให้เห็นข้อจำกัดเชิงโครงสร้างของระบบบริหารทุนที่อาจส่งผลกระทบต่อศักยภาพการผลิตผลงานวิชาการของบุคลากร โดยเฉพาะในบริบทที่คณะอยู่ภายใต้เกณฑ์การประกันคุณภาพและมาตรฐานตำแหน่งทางวิชาการที่กำหนดให้บุคลากรต้องมีผลงานตีพิมพ์ในระดับ TCI1 และ Scopus อย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ว่าจะมีการดำเนินการจัดสรรทุนวิจัยอย่างต่อเนื่อง แต่ข้อมูลดังกล่าวยังไม่ได้ถูกนำมาวิเคราะห์อย่างเป็นระบบเพื่อสะท้อนภาพรวมของแนวโน้มการให้ทุนและสถานภาพการใช้จ่ายงบประมาณวิจัยของคณะอย่างชัดเจน ในทางปฏิบัติ ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ทุนวิจัยสามารถใช้เป็นฐานสำคัญในการประเมินสถานการณ์ด้านการบริหารทุนของหน่วยงานได้หลายมิติ สอดคล้องกับ เฉิดฉันทร์ ราชบุรณะ และครรชิต บุญเรือง (2567) ได้ศึกษาแนวโน้มการตีพิมพ์ผลงานวิจัยระดับนานาชาติของประเทศไทย และพบว่าคุณค่าของการวิเคราะห์ข้อมูลย้อนหลังในเชิงพรรณนา ในฐานะเครื่องมือสำคัญสำหรับการทำความเข้าใจพัฒนาการและแนวโน้มของการดำเนินงานด้านการวิจัยในระยะยาว ไม่ว่าจะเป็นแนวโน้มการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของจำนวนทุนและวงเงินสนับสนุนในแต่ละปี ความแตกต่างของรูปแบบการสนับสนุนตามประเภททุน สัดส่วนการเบิกจ่ายครบถ้วนของโครงการ ปัญหาการติดค้างการเบิกจ่าย ตลอดจนกรณีการคืนทุนหรือการปิดทุนโดยไม่ได้เบิก การขาดการวิเคราะห์เชิงระบบดังกล่าวถือเป็นช่องว่างสำคัญที่ส่งผลให้คณะขาดสารสนเทศที่จำเป็นสำหรับการตัดสินใจเชิงนโยบาย ทั้งในด้านการกำหนดสัดส่วนการจัดสรรทุน การออกแบบมาตรการลดปัญหาทุนคงค้าง และการพัฒนากลไกสนับสนุนการเบิกจ่ายให้มีความคล่องตัวสอดคล้องกับบริบทและศักยภาพของบุคลากรในแต่ละช่วงเวลา ข้อมูลเหล่านี้แม้จะเป็นข้อมูลเชิงบริหาร แต่มีคุณค่าอย่างยิ่งต่อการวิเคราะห์เชิงพรรณนา เพื่อทำความเข้าใจสถานภาพการดำเนินงานด้านทุนวิจัยของคณะ และเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจเชิงนโยบายในการพัฒนาระบบบริหารทุนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ยิ่งไปกว่านั้น ประกาศหลักเกณฑ์การบริหารเงินอุดหนุนการวิจัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม พ.ศ. 2561 ได้กำหนดเงื่อนไขเชิงระเบียบที่มีความซับซ้อนหลายประการ ได้แก่ กรอบระยะเวลาดำเนินโครงการที่ผูกโยงกับปีงบประมาณ การเบิกจ่ายเป็น 3 งวด โดยแต่ละงวดกำหนดให้ต้องส่งรายงานความก้าวหน้าหรือบทความวิจัยก่อนการเบิก และข้อกำหนดด้านผลผลิตที่ต้องแล้วเสร็จก่อนการปิดโครงการ (มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2561)

การบริหารทุนวิจัยในระดับคณะมักเผชิญกับความท้าทายหลายประการ เช่น ความแตกต่างของลักษณะโครงการวิจัยในแต่ละประเภททุน ความพร้อมของผู้รับทุนในการดำเนินงานตามกรอบเวลา ข้อจำกัดด้านระเบียบการเงินและพัสดุ ความซับซ้อนของกระบวนการเบิกจ่าย ตลอดจนภาระงานประจำของคณาจารย์และบุคลากร ซึ่งอาจมีผลต่อความต่อเนื่องและความครบถ้วนของการใช้จ่ายงบประมาณวิจัย (กมลทิพย์ คงสวัสดิ์พร, 2561) โดยผลการศึกษาของชนินาถ สุริยะลังกา และศิราวัลย์ อัศวเมฆิน (2567) พบว่า ความซับซ้อนในการจัดทำงบประมาณและการจัดประเภทรายการค่าใช้จ่ายในโครงการวิจัยเป็นประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญ เพราะส่งผลโดยตรงต่อความสามารถในการเบิกจ่าย

งบประมาณให้ครบถ้วนตามแผนที่กำหนดไว้ ในทำนองเดียวกัน จิตติพร นวลละออง และคณะ (2567) ที่ศึกษาสถานภาพงบประมาณการวิจัยของมหาวิทยาลัยมหิดลในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ก็พบว่าปัจจัยแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กรสามารถส่งผลกระทบต่อสถานะการเบิกจ่ายและความสำเร็จของโครงการวิจัยได้อย่างมีนัยสำคัญ ด้วยเหตุนี้การศึกษาข้อมูลย้อนหลังเกี่ยวกับการจัดสรรและการเบิกจ่ายทุนวิจัยจึงมีความสำคัญ เพราะจะช่วยให้คณะมองเห็นรูปแบบ แนวโน้ม และประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นจริงจากข้อมูลเชิงประจักษ์ มากกว่าการพิจารณาจากข้อสังเกตทั่วไปหรือประสบการณ์เฉพาะราย การศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งวิเคราะห์แนวโน้มการจัดสรรทุนวิจัยและสถานภาพการเบิกจ่ายทุนวิจัยของคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยอาศัยข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนทุนวิจัยในช่วงหลายปีงบประมาณ เพื่อนำเสนอภาพรวมของจำนวนทุน วงเงินสนับสนุน และสถานะการเบิกจ่ายในแต่ละงวด รวมถึงประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเบิกจ่ายไม่ครบ การคืนทุน และทุนคงค้าง การวิเคราะห์ดังกล่าวจะช่วยให้เห็นพัฒนาการของการบริหารทุนวิจัยของคณะในมิติต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจนและเป็นระบบ นอกจากนี้ ผลการศึกษายังสามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการปรับปรุงระบบบริหารจัดการทุนวิจัยของคณะในอนาคต การออกแบบแนวทางติดตามความก้าวหน้าของโครงการ ขการวางระบบสนับสนุนการเบิกจ่ายให้มีความคล่องตัวมากขึ้น การกำหนดมาตรการลดปัญหาทุนคงค้างหรือการคืนทุน ตลอดจนการวางแผนจัดสรรงบประมาณให้เหมาะสมกับลักษณะของทุนและศักยภาพของผู้รับทุนในแต่ละช่วงเวลา ดังนั้น การศึกษานี้จึงไม่ได้มีความสำคัญเฉพาะในเชิงข้อมูลย้อนหลังเท่านั้น แต่ยังมีประโยชน์ในเชิงการบริหารจัดการและการพัฒนานโยบายด้านการวิจัยของคณะอย่างเป็นรูปธรรม

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาประเด็นเรื่องแนวโน้มการจัดสรรทุนวิจัยและสถานภาพการเบิกจ่ายทุนวิจัยของคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อให้ได้ข้อค้นพบที่สะท้อนภาพรวมของการดำเนินงานด้านทุนวิจัยของคณะอย่างเป็นระบบ และเพื่อใช้เป็นสารสนเทศประกอบการพัฒนาการบริหารทุนวิจัยให้มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนางานวิจัยของคณะได้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มการจัดสรรทุนวิจัยของคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ในช่วงปีงบประมาณ 2561–2567
2. เพื่อศึกษาสถานภาพการเบิกจ่ายทุนวิจัยของคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม รวมถึงทุนที่เบิกจ่ายครบถ้วน ทุนคงเหลือ การคืนทุน และทุนที่ติดค้างการเบิก
3. เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาการบริหารจัดการทุนวิจัยของคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

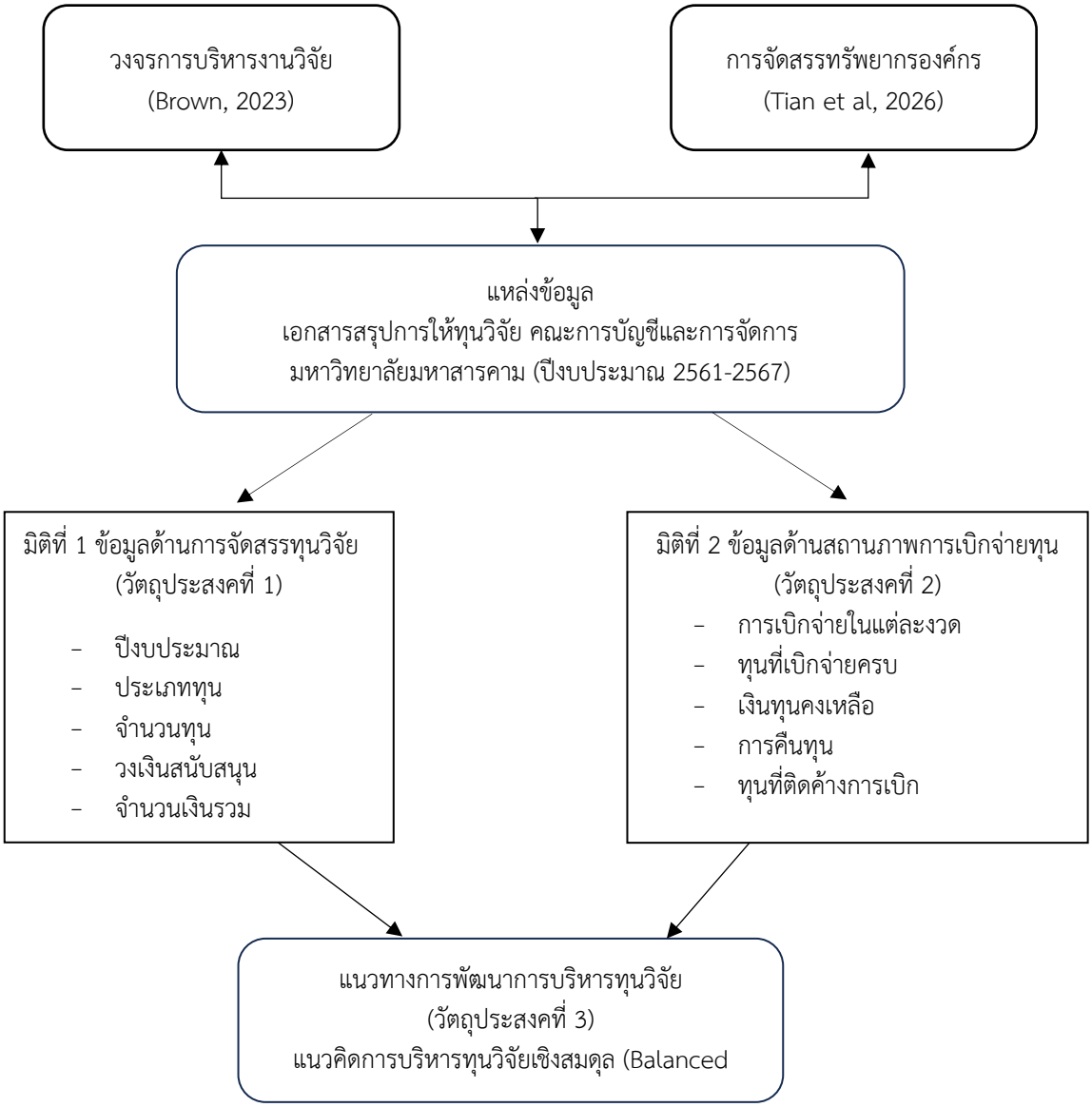
การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้พัฒนากรอบแนวคิดโดยบูรณาการแนวคิดทางวิชาการ 2 ประการเป็นฐานทางทฤษฎี ได้แก่

ประการที่ 1 แนวคิดวงจรการบริหารงานวิจัย ซึ่งอธิบายว่าการบริหารทุนวิจัยในสถาบันอุดมศึกษาประกอบด้วยกระบวนการที่เชื่อมโยงกัน ตั้งแต่การกำหนดนโยบาย การจัดสรรทุน การเบิกจ่าย การติดตาม และการประเมินผล โดยประสิทธิภาพของวงจรดังกล่าวสะท้อนผ่านสถานภาพการเบิกจ่ายและผลผลิตของโครงการวิจัย (Brown, 2023)

ประการที่ 2 แนวคิดการจัดสรรทรัพยากรในองค์กร ซึ่งอธิบายว่าประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรขึ้นอยู่กับความสอดคล้องระหว่างปริมาณทรัพยากรที่จัดสรร กระบวนการบริหารจัดการ และศักยภาพของผู้รับทรัพยากร โดยความไม่สมดุลใน 3 องค์ประกอบดังกล่าวอาจนำไปสู่ปัญหาทรัพยากรคงเหลือหรือการใช้ทรัพยากรไม่เต็มประสิทธิภาพ (Tian et al., 2026)

ทั้งสองแนวคิดนำมาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารสรุปการให้ทุนวิจัยของคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ปีงบประมาณ 2561–2567 ใน 2 มิติหลัก ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) โดยใช้การวิเคราะห์เอกสารและข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อศึกษาการจัดสรรทุนวิจัยและสถานภาพการเบิกจ่ายทุนวิจัยของคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ในช่วงปีงบประมาณ 2561–2567 โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยเป็นข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารสรุปการให้ทุนวิจัยของคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ครอบคลุมช่วงปีงบประมาณ 2561–2567 โดยประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับปีงบประมาณ ประเภททุน จำนวนทุน วงเงินสนับสนุน จำนวนเงินรวม การเบิกจ่ายในแต่ละงวด จำนวนทุนที่เบิกจ่ายครบร้อยละ 100 เงินทุนคงเหลือ การคืนเงินทุนวิจัย และการติดค้างทุนวิจัย ทั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดนิยามปฏิบัติการของคำสำคัญที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 นิยามปฏิบัติการของคำสำคัญที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

คำสำคัญ	นิยามปฏิบัติการ
ทุนที่เบิกจ่ายครบร้อยละ 100	โครงการวิจัยที่ผู้รับทุนเบิกจ่ายเงินครบทุกงวดตามจำนวนที่ได้รับอนุมัติและปิดโครงการเรียบร้อยแล้ว
เงินทุนคงเหลือ	ยอดเงินส่วนที่ผู้รับทุนไม่ได้เบิกจ่ายจนครบตามวงเงินที่ได้รับอนุมัติ ณ สิ้นปีงบประมาณ ไม่ว่าจะเกิดจากการดำเนินโครงการไม่แล้วเสร็จหรือการใช้จ่ายต่ำกว่าแผน
การคืนทุน	กรณีที่ผู้รับทุนนำเงินทุนทั้งหมดหรือบางส่วนส่งคืนแก่คณะ เนื่องจากไม่สามารถดำเนินโครงการให้แล้วเสร็จตามเงื่อนไขที่กำหนด
การติดค้างการเบิกจ่าย	โครงการที่ยังไม่ได้ดำเนินการเบิกจ่ายในงวดที่ 2 หรืองวดที่ 3 ภายในกรอบระยะเวลาที่ประกาศหลักเกณฑ์การบริหารเงินอุดหนุนการวิจัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม พ.ศ. 2561 กำหนดไว้
การเบิกจ่ายทุนวิจัย	แบ่งการเบิกจ่ายเป็น 3 งวด งวดแรกร้อยละ 60 ได้รับเมื่อผ่านการพิจารณาข้อเสนอโครงการ งวดที่สองร้อยละ 30 เมื่อได้รับเล่มรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์และทำการส่งบทความเพื่อตีพิมพ์ และงวดที่สามร้อยละ 10 เมื่อได้หนังสือตอบรับการตีพิมพ์

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบบันทึกข้อมูลที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นสำหรับรวบรวมและจัดหมวดหมู่ข้อมูลจากเอกสารสรุปการให้ทุนวิจัยของคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ปีงบประมาณ 2561–2567 แบบบันทึกแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลักที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย โดยใช้ปีงบประมาณและประเภททุนเป็นเกณฑ์หลักในการจัดกลุ่มข้อมูล ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 โครงสร้างแบบบันทึกข้อมูลและความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

ส่วนที่	ประเด็นการบันทึก	รายการข้อมูล	วัตถุประสงค์ที่สอดคล้อง
1	การจัดสรรทุนวิจัย	ปีงบประมาณ, ประเภททุน, ผู้ได้รับทุน, สัญญาทุน, จำนวนทุน, วงเงินสนับสนุนต่อโครงการ, วงเงินรวม	วัตถุประสงค์ที่ 1
2	สถานภาพการเบิกจ่าย	จำนวนเงินเบิกจ่ายจริงแต่ละงวด, จำนวนทุนที่เบิกครบ ร้อยละ 100, เงินทุนคงเหลือ, จำนวนทุนและยอดเงินที่คืน, จำนวนทุนที่ติดค้างงวดที่ 2 และงวดที่ 3	วัตถุประสงค์ที่ 2

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากเอกสารสรุปการให้ทุนวิจัยของคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ครอบคลุมปีงบประมาณ 2561–2567 จากนั้นบันทึกข้อมูลลงในแบบบันทึกข้อมูลที่กำหนดไว้ และจัดระเบียบตามปีงบประมาณและประเภททุน เพื่อให้เหมาะสมต่อการวิเคราะห์เพื่อรับประกันความครบถ้วนและความถูกต้องของข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินมาตรการตรวจสอบ 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การตรวจทานความครบถ้วน ผู้วิจัยตรวจสอบว่าข้อมูลที่บันทึกครอบคลุมทุกโครงการในทุกปีงบประมาณ โดยเปรียบเทียบจำนวนโครงการในแบบบันทึกกับเอกสารสรุปการให้ทุนวิจัยต้นฉบับเป็นรายปี หากพบความไม่สอดคล้อง ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบและแก้ไขก่อนดำเนินการในขั้นตอนถัดไป

ขั้นตอนที่ 2 การตรวจสอบความถูกต้องของตัวเลข ผู้วิจัยนำยอดรวมของวงเงินสนับสนุนและยอดเงินเบิกจ่ายจริงที่บันทึกไว้เทียบกับรายงานสรุปงบประมาณประจำปีของคณะ เพื่อยืนยันว่าตัวเลขในแบบบันทึกสอดคล้องกับเอกสารการเงินอย่างเป็นทางการ

ขั้นตอนที่ 3 การตรวจสอบโดยผู้เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ผ่านการตรวจสอบแล้วให้เจ้าหน้าที่งานวิจัยของคณะซึ่งรับผิดชอบการจัดทำเอกสารสรุปทุนวิจัยตรวจสอบความถูกต้องเพื่อยืนยันความน่าเชื่อถือของข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และการสรุปเปรียบเทียบข้อมูล โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ระดับ คือ การวิเคราะห์ภาพรวมตามปีงบประมาณ และการวิเคราะห์จำแนกตามประเภททุน

ก่อนดำเนินการวิเคราะห์ ผู้วิจัยกำหนดนิยามปฏิบัติการของคำสำคัญที่ใช้เป็นตัวชี้วัดสถานภาพการเบิกจ่ายทุนวิจัย โดยอ้างอิงจากประกาศหลักเกณฑ์การบริหารเงินอุดหนุนการวิจัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม พ.ศ. 2561 (มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2561) ดังนี้ ทุนที่เบิกจ่ายครบร้อยละ 100 หมายถึง โครงการวิจัยที่ผู้รับทุนเบิกจ่ายเงินครบทุกงวดตามวงเงินที่ได้รับอนุมัติและปิดโครงการเรียบร้อยแล้ว เงินทุนคงเหลือ หมายถึง ยอดเงินส่วนที่ผู้รับทุนไม่ได้เบิกจ่ายจนครบตามวงเงินที่ได้รับอนุมัติ ณ สิ้นปีงบประมาณ ไม่ว่าจะเกิดจากการดำเนินโครงการไม่แล้วเสร็จหรือการใช้จ่ายต่ำกว่าแผน การคืนทุน หมายถึง กรณีที่ผู้รับทุนนำเงินทุนทั้งหมดหรือบางส่วนส่งคืนแก่คณะเนื่องจากไม่สามารถดำเนินโครงการให้แล้วเสร็จตามเงื่อนไขที่กำหนด และ การติดค้างการเบิกจ่าย หมายถึง โครงการที่ยังไม่ได้เบิกจ่ายในงวดที่ 2 หรืองวดที่ 3 ภายในกรอบระยะเวลาที่ประกาศกำหนดไว้ การวิเคราะห์ภาพรวมตามปีงบประมาณมุ่งอธิบายจำนวนทุน วงเงินสนับสนุนรวม และตัวชี้วัดสถานภาพการเบิกจ่ายข้างต้นในแต่ละปี เพื่อแสดงแนวโน้มการจัดสรรทุนวิจัยและสถานภาพการเบิกจ่ายทุนวิจัยของคณะ ส่วนการวิเคราะห์จำแนกตามประเภททุน มุ่งอธิบายลักษณะการจัดสรรทุนและสถานภาพการเบิกจ่ายของทุนแต่ละประเภทเท่าที่ปรากฏในแต่ละปีงบประมาณ เนื่องจากประเภททุนในแต่ละปีมีความแตกต่างกัน จึงไม่เปรียบเทียบประเภททุนทุกประเภทข้ามปีโดยตรง แต่จะวิเคราะห์ลักษณะของทุนภายในแต่ละปีเป็นสำคัญ และเปรียบเทียบข้ามปีเฉพาะประเภททุนที่มีลักษณะต่อเนื่องและสามารถเทียบเคียงกันได้ โดยนำเสนอผลในรูปแบบตารางและการบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. ผลการวิเคราะห์แนวโน้มการจัดสรรทุนวิจัยของคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ในช่วงปีงบประมาณ 2561–2567

การจัดสรรทุนวิจัยของคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ในช่วงปีงบประมาณ 2561–2567 แสดงให้เห็นความผันผวนในด้านจำนวนทุนและวงเงินสนับสนุนรวม โดยสามารถแบ่งพัฒนาการออกเป็น 3 ช่วงหลัก ได้แก่ ช่วงขยายตัว (ปีงบประมาณ 2561–2563) ช่วงหดตัวอย่างเด่นชัด (ปีงบประมาณ 2564–2566) และช่วงฟื้นตัว (ปีงบประมาณ 2567) ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ภาพรวมการจัดสรรทุนวิจัยของคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ปีงบประมาณ 2561–2567

ปีงบประมาณ	จำนวนทุนวิจัยทั้งหมด (ทุน)	จำนวนเงินรวม (บาท)	ทุนเฉลี่ยต่อโครงการ (บาท)	แนวโน้ม
2561	57	2,800,000	49,123	ปานกลาง
2562	80	3,490,000	43,625**	เพิ่มขึ้น
2563	84*	5,350,000*	63,690*	สูงสุด
2564	46	2,300,000	50,000	ลดลง
2565	19	1,190,000	62,632	ต่ำมาก
2566	17**	820,000**	48,235	ต่ำสุด
2567	39	1,075,000	27,564**	ฟื้นตัว

หมายเหตุ: * หมายถึงค่าสูงสุดในช่วงเวลาศึกษา ** หมายถึงค่าต่ำสุดในช่วงเวลาศึกษา ทั้งนี้ ค่าสูงสุดและค่าต่ำสุดของแต่ละตัวแปรระบุครบถ้วนทุกคอลัมน์

จากตารางที่ 3 พบว่า ปีงบประมาณ 2563 มีการจัดสรรทุนวิจัยสูงสุดทั้งในด้านจำนวนทุน จำนวน 84 ทุน และวงเงินรวม จำนวน 5,350,000 บาท สะท้อนให้เห็นนโยบายการสนับสนุนการวิจัยที่เข้มข้นในช่วงดังกล่าว ในทางตรงกันข้าม ปีงบประมาณ 2566 มีจำนวนทุนต่ำสุด จำนวน 17 ทุน และวงเงินรวมต่ำสุด จำนวน 820,000 บาท นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาทุนเฉลี่ยต่อโครงการ พบว่า ปีงบประมาณ 2567 มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดอยู่ที่ 27,564 บาท แม้ว่าจำนวนทุนจะปรับตัวเพิ่มขึ้นเป็น 39 ทุน ซึ่งสะท้อนการเปลี่ยนแปลงแนวทางการจัดสรรไปสู่การกระจายทุนในจำนวนมากขึ้นแต่ลดวงเงินสนับสนุนเฉลี่ยต่อโครงการลง ทั้งนี้ ความผันผวนที่เกิดขึ้นตลอดช่วงเวลาการศึกษาไม่ได้สะท้อนเพียง การเปลี่ยนแปลงเชิงปริมาณของจำนวนทุน หากแต่ยังชี้ให้เห็นการปรับทิศทางเชิงนโยบายในการสนับสนุนงานวิจัยของคณะในแต่ละช่วงเวลาด้วย

2. สถานภาพการเบิกจ่ายทุนวิจัยของคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม รวมถึงทุนที่เบิกจ่ายครบถ้วน ทุนคงเหลือ การคืนทุน และทุนที่ติดค้างการเบิก

ก่อนนำเสนอผลการวิเคราะห์ ผู้วิจัยกำหนดนิยามปฏิบัติการและเกณฑ์การจัดระดับสถานภาพดังนี้ ทุนที่เบิกจ่ายครบร้อยละ 100 หมายถึง โครงการวิจัยที่ผู้รับทุนดำเนินการเบิกจ่ายเงินครบทุกงวดตามจำนวนเงินที่ได้รับอนุมัติเต็มจำนวนและปิดโครงการเรียบร้อยแล้ว ไม่รวมโครงการที่มีเงินทุนคงเหลือหรือคืนทุน ร้อยละการเบิกจ่ายจริง คำนวณจากสูตร (ยอดเงินที่เบิกจ่ายออกจากคณะจริงทั้งหมด ÷ วงเงินรวมที่ได้รับจัดสรร) × 100 ซึ่งเป็นตัวชี้วัดคนละมิติกับเงินทุนคงเหลือและการคืนทุนในระดับโครงการ เนื่องจากตัวเลขทั้งสองรายการหลังเกิดขึ้นในขั้นตอนการปิดโครงการ จึงไม่กระทบต่อร้อยละการเบิกจ่ายจริงในภาพรวมโดยตรง การจัดระดับสถานภาพในตารางที่ 2 ใช้จำนวนทุนติดค้างงวดที่ 3 เป็นเกณฑ์หลัก กำหนด 4 ระดับ ได้แก่ สมบูรณ์ที่สุด (0 ทุน) ดี (1–3 ทุน) ดีพอควร (4–9 ทุน) และมีปัญหาติดค้างสูง (มากกว่า 9 ทุน) โดยระดับสถานภาพดังกล่าวสะท้อนเฉพาะมิติการติดค้างการเบิกจ่ายเท่านั้น ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ภาพรวมสถานภาพการเบิกจ่ายทุนวิจัยของคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ปีงบประมาณ 2561–2567

ปีงบประมาณ	ทุนที่ดำเนินการแล้วเสร็จตามเงื่อนไข (ทุน)	เงินทุนคงเหลือ (บาท)	คืนทุน (ทุน)	คืนทุน (บาท)	ติดค้างงวด 2–3 (ทุน)	ติดค้างงวด 3 (ทุน)	ระดับสถานภาพ (มิติการติดค้าง)
2561	26	371,000	2	120,000	5	3	ดี
2562	42	423,000	3	105,000	6	13	มีปัญหาติดค้างสูง
2563	33	653,000	2	0	1	9	ดีพอควร
2564	27	205,000	1	60,000	0	0	สมบูรณ์ที่สุด*
2565	8	271,000	1	24,000	2	3	ดี
2566	9	113,000	3	45,000	0	2	ดี
2567	31	408,500	2	111,000	2	3	ดี

หมายเหตุ: เกณฑ์การจัดระดับสถานภาพพิจารณาจากจำนวนทุนติดค้างงวดที่ 3 ได้แก่ สมบูรณ์ที่สุด = 0 ทุน, ดี = 1–3 ทุน, ดีพอควร = 4–9 ทุน, มีปัญหาติดค้างสูง = มากกว่า 9 ทุน * ปีงบประมาณ 2564 จัดระดับสมบูรณ์ที่สุดเฉพาะในมิติการติดค้างการเบิกจ่าย ยังคงพบเงินทุนคงเหลือ 205,000 บาท กล่าวคือ ผู้รับทุนสามารถปิดโครงการได้ตามเงื่อนไข แต่ไม่สามารถเบิกจ่ายเงินได้ครบตามวงเงินที่ได้รับอนุมัติ และมีการคืนทุน 1 โครงการ จำนวน 60,000 บาท ซึ่งเป็นคนละมิติกับการติดค้างการเบิกจ่าย ร้อยละการเบิกจ่ายจริงร้อยละ 100.0 คำนวณจากยอดเงินที่เบิกจ่ายออกจากคณะจริง 2,299,000 บาท จากวงเงินรวม 2,300,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 99.96 และปัดขึ้นเป็นร้อยละ 100.0

ผลการศึกษาสถานภาพการเบิกจ่ายทุนวิจัยของคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ในช่วงปีงบประมาณ 2561–2567 พบว่าภาพรวมการเบิกจ่ายมีประสิทธิภาพในระดับค่อนข้างสูง โดยมีอัตราการเบิกจ่ายจริงมากกว่าร้อยละ 80 ในทุกปีงบประมาณ นอกจากนี้ ยังพบปัญหาเชิงโครงสร้างในทุกรอบปีงบประมาณ ประกอบด้วย ปัญหาเงินทุนคงเหลือ การคืนทุนวิจัย และการติดค้างการเบิกจ่าย พบว่าปีงบประมาณ 2564 มีระดับสถานภาพสมบูรณ์ที่สุดในมิติการติดค้างการเบิกจ่าย กล่าวคือ ไม่ปรากฏทุนติดค้างในงวดที่ 2 และงวดที่ 3 และมีอัตราการเบิกจ่ายจริงร้อยละ 100.0 แต่ยังคงพบเงินทุนคงเหลือ 205,000 บาท กล่าวคือ ผู้รับทุนสามารถปิดโครงการได้ตามเงื่อนไข แต่ไม่สามารถเบิกจ่ายเงินได้ครบตามวงเงินที่ได้รับอนุมัติ และมีการคืนทุน 1 โครงการ จำนวน 60,000 บาท ซึ่งเป็นตัวชี้วัดในระดับโครงการที่สะท้อนคนละมิติกับการติดค้างการเบิกจ่าย กล่าวคือ เงินทุนคงเหลือสะท้อนกรณีที่ผู้รับทุนใช้จ่ายไม่ครบวงเงิน และการคืนทุนสะท้อนกรณีที่ผู้รับทุนไม่สามารถดำเนินโครงการให้แล้วเสร็จตามเงื่อนไข ทั้งสองกรณีเกิดขึ้นในขั้นตอนการปิดโครงการ จึงไม่ถูกนับเป็นการติดค้างการเบิกจ่ายตามนิยามที่กำหนดไว้ ในทางตรงกันข้าม ปีงบประมาณ 2562 มีปัญหาการติดค้างการเบิกสูงที่สุด โดยพบทุนที่ติดค้างงวดที่ 3 จำนวน 13 ทุน สำหรับเงินทุนคงเหลือ พบว่าปีงบประมาณ 2563 มีเงินทุนคงเหลือสูงสุด จำนวน 653,000 บาท ซึ่งสัมพันธ์กับปีที่มีวงเงินสนับสนุนรวมสูงสุด ทั้งนี้ การคืนทุนวิจัยเกิดขึ้นในทุกปีงบประมาณอย่างต่อเนื่อง สะท้อนให้เห็นข้อจำกัดในด้านการดำเนินโครงการของผู้รับทุนและกระบวนการบริหารจัดการที่ยังต้องได้รับการพัฒนาต่อไป

สำหรับการเบิกจ่ายทุนวิจัยในภาพรวมรายปีงบประมาณ โดยร้อยละเบิกจ่ายจริง คำนวณจากสูตร (เงินเบิกจ่ายจริง ÷ จำนวนเงินรวม) × 100 ปัดทศนิยม 1 ตำแหน่ง ทั้งนี้ ตัวชี้วัดดังกล่าวสะท้อนสัดส่วนงบประมาณที่เบิกจ่ายออกจากคณะในภาพรวม ซึ่งเป็นมิติที่แตกต่างจากเงินทุนคงเหลือและการคืนทุนในตารางที่เป็นข้อมูลในระดับโครงการรายโครงการ ดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ร้อยละการเบิกจ่ายทุนวิจัยของคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคามปีงบประมาณ 2561–2567

ปีงบประมาณ	จำนวนทุนทั้งหมด (ทุน)	ทุนที่ดำเนินการแล้วเสร็จตามเงื่อนไข (ทุน)	ร้อยละทุนที่เบิกครบ	จำนวนเงินรวม(บาท)	เงินเบิกจ่ายจริง (บาท)	ร้อยละเบิกจ่ายจริง
2561	57	26	45.6	2,800,000	2,390,000	85.4
2562	80	42	52.5	3,490,000	3,119,000	89.4
2563	84	33	39.3	5,350,000	4,807,000	89.9
2564	46	27	58.7	2,300,000	2,299,000	100.0*
2565	19	8	42.1	1,190,000	990,000	83.2
2566	17	9	52.9	820,000	707,000	86.2
2567	39	31	79.5	1,075,000	940,500	87.5

จากตารางที่ 5 พบว่า ปีงบประมาณ 2564 มีอัตราการเบิกจ่ายจริงสูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100.0 ขณะที่ปีงบประมาณ 2565 มีอัตราการเบิกจ่ายจริงต่ำที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.2 สำหรับสัดส่วนทุนที่เบิกครบร้อยละ 100 ไม่ได้สะท้อนประสิทธิภาพการใช้จ่ายงบประมาณรวมในทิศทางเดียวกันเสมอไป กล่าวคือ ปีงบประมาณ 2563 ซึ่งมีสัดส่วนทุนที่เบิกครบต่ำสุดเพียงร้อยละ 39.3 กลับมีอัตราการเบิกจ่ายจริงสูงถึงร้อยละ 89.9 เนื่องจากโครงการที่เบิกจ่ายส่วนใหญ่มีวงเงินสนับสนุนต่อทุนสูง ทำให้ยอดเบิกจ่ายโดยรวมอยู่ในระดับสูงถึงแม้จะมีโครงการที่เบิกไม่ครบอีกจำนวนหนึ่ง นอกจากนี้ ปีงบประมาณ 2567 มีสัดส่วนทุนที่เบิกครบร้อยละ 100 สูงที่สุดตลอดช่วงเวลาศึกษา คิดเป็นร้อยละ 79.5 สะท้อนให้เห็นพัฒนาการที่ดีขึ้นของระบบบริหารทุนวิจัยในระยะหลัง

ตารางที่ 6 สรุปภาพรวมการจัดสรรทุนวิจัยจำแนกตามประเภททุนของคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ปีงบประมาณ 2561–2567

ประเภททุนวิจัย	จำนวนทุนรวม (ทุน)	จำนวนเงินรวม (บาท)	ร้อยละของจำนวนทุน	ร้อยละของจำนวนเงิน
ทุนวิจัยเพื่อส่งเสริมการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ/พัฒนาบุคลากรสายวิชาการ	115	10,370,000	33.63	60.91
ทุนวิจัยสำหรับนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา	104	1,395,000	30.41	8.19
ทุนวิจัยเพื่อพัฒนาองค์กรและพัฒนาบุคลากร	62	1,860,000	18.13	10.93
ทุนวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ของอาจารย์	54	2,700,000	15.79	15.86
ทุนส่งเสริมความร่วมมือทางวิชาการระหว่างสถาบัน	5	300,000	1.46	1.76
ทุนวิจัยเฉพาะด้าน	2	400,000	0.58	2.35
รวมทั้งหมด	**342**	**17,025,000**	**100.00**	**100.00**

จากตารางที่ 6 พบว่า ในช่วงปีงบประมาณ 2561–2567 มีการจัดสรรทุนวิจัยรวมทั้งสิ้น 342 ทุน คิดเป็นวงเงินรวม 17,025,000 บาท เมื่อพิจารณาจำแนกตามประเภทของทุน พบว่า ทุนวิจัยเพื่อส่งเสริมการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการและพัฒนาบุคลากรสายวิชาการ ได้รับการจัดสรรสูงสุดทั้งในด้านจำนวนและวงเงิน โดยมีจำนวน 115 ทุน (ร้อยละ 33.63) และวงเงินรวม 10,370,000 บาท (ร้อยละ 60.91) ทุนวิจัยสำหรับนิสิตระดับบัณฑิตศึกษามีจำนวนโครงการสูงเป็นอันดับสอง จำนวน 104 ทุน (ร้อยละ 30.41) แต่ได้รับวงเงินสนับสนุนเพียงร้อยละ 8.19 ของวงเงินรวมทั้งหมด สะท้อนให้เห็นว่าวงเงินต่อโครงการของทุนประเภทนี้อยู่ในระดับต่ำ ในภาพรวม ลักษณะการจัดสรรทุนของคณะมีลักษณะกระจุกตัวในทุนเพื่อพัฒนาบุคลากรสายวิชาการ สอดคล้องกับข้อกำหนดด้านมาตรฐานตำแหน่งวิชาการและเกณฑ์การประกันคุณภาพการศึกษา

เมื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการจัดสรรทุนจำแนกตามประเภท พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างประเภททุน กล่าวคือ ทุนวิจัยเพื่อส่งเสริมการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการและพัฒนาบุคลากรสายวิชาการซึ่งได้รับการจัดสรรวงเงินสูงสุดคิดเป็นร้อยละ 60.91 ของวงเงินรวม มีประสิทธิภาพการเบิกจ่ายในระดับค่อนข้างสูง เนื่องจากผู้รับทุนมีแรงจูงใจชัดเจนในการดำเนินโครงการให้แล้วเสร็จเพื่อใช้ผลงานประกอบการยื่นขอตำแหน่งทางวิชาการ ในทางตรงกันข้าม ทุนวิจัยสำหรับนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา แม้มีจำนวนโครงการสูงถึงร้อยละ 30.41 แต่มีวงเงินสนับสนุนต่อโครงการต่ำ ส่งผลให้ประสิทธิผลในการผลิตผลงานที่มีคุณภาพเพียงพอสำหรับการตีพิมพ์อยู่ในระดับจำกัด สำหรับทุนวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ของอาจารย์ ซึ่งมีวงเงินเฉลี่ยต่อโครงการสูง พบว่ามีแนวโน้มการเบิกจ่ายครบถ้วนสูงกว่าประเภทอื่น สะท้อนให้เห็นว่าวงเงินที่เพียงพอมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการดำเนินโครงการให้แล้วเสร็จ

3. แนวทางในการพัฒนาการบริหารจัดการทุนวิจัยของคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

จากผลการวิเคราะห์แนวโน้มการจัดสรรทุนและสถานภาพการเบิกจ่ายทุนวิจัย สามารถสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการทุนวิจัยได้ 5 ประการสำคัญ ดังนี้

1) ปรับรูปแบบการจัดสรรทุนให้มีความสมดุลระหว่างจำนวนทุนและวงเงินสนับสนุนต่อโครงการ โดยคำนึงถึงศักยภาพของผู้รับทุนและลักษณะของโครงการวิจัยเป็นสำคัญ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้จ่ายงบประมาณโดยรวม

2) พัฒนากระบวนการเบิกจ่ายทุนวิจัยให้มีความคล่องตัว ลดขั้นตอนที่ซับซ้อน และปรับปรุงระบบเอกสารประกอบการเบิกจ่ายให้มีความสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น เพื่อลดปัญหาการติดค้างการเบิกและเงินทุนคงเหลือ

3) เสริมสร้างระบบติดตามและประเมินผลโครงการวิจัยอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เพื่อป้องกันปัญหาทุนคงเหลือ การคืนทุน และการติดค้างการเบิก รวมทั้งช่วยให้ผู้รับทุนสามารถดำเนินโครงการได้ตามแผนที่กำหนด

4) ส่งเสริมการกระจายโอกาสในการเข้าถึงทุนวิจัยให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย ทั้งบุคลากรสายวิชาการและนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา เพื่อพัฒนาศักยภาพการวิจัยขององค์กรอย่างทั่วถึงและยั่งยืน

5) พัฒนาศักยภาพของผู้รับทุนในด้านการบริหารโครงการ การวางแผนงบประมาณ และการดำเนินงานวิจัย เพื่อเพิ่มประสิทธิผลของการใช้ทุนวิจัยและลดการสูญเสียงบประมาณจากการคืนทุนหรือทุนคงเหลือในระยะยาว

โดยสรุป แนวทางการพัฒนาการบริหารทุนวิจัยที่เหมาะสมสำหรับคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ควรมุ่งสู่แนวคิด "การบริหารทุนวิจัยเชิงสมดุล" ซึ่งให้ความสำคัญแก่ความสอดคล้องระหว่างการจัดสรรทุน กระบวนการบริหารและเบิกจ่าย และศักยภาพของผู้รับทุน

ทั้งนี้ เพื่อให้แนวทางการพัฒนาทั้ง 5 ประการข้างต้นสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม จำเป็นต้องพิจารณาลักษณะเฉพาะของทุนแต่ละประเภทที่มีในคณะ เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าทุนแต่ละประเภทมีวัตถุประสงค์ วงเงินสนับสนุน และรูปแบบการเบิกจ่ายที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ การกำหนดแนวทางการบริหารแบบเดียวกันสำหรับทุกประเภทจึงอาจไม่เหมาะสม โดยในการวิจัยครั้งนี้ได้จำแนกประเภททุนตามวัตถุประสงค์การจัดสรรออกเป็น 6 ประเภทหลัก ซึ่งแต่ละประเภทมีนัยสำคัญต่อการกำหนดแนวทางการบริหารที่แตกต่างกัน ดังนี้

1) ทุนวิจัยสำหรับนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา รวมทุนอุดหนุนการวิจัยสำหรับนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ทั้งระดับปริญญาโทและปริญญาเอก

2) ทุนวิจัยเพื่อพัฒนาองค์กรและพัฒนาบุคลากร รวมทุนอุดหนุนและส่งเสริมการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์กรและพัฒนาบุคลากร รวมถึงทุนที่ใช้ชื่อใกล้เคียงกันในแต่ละปีงบประมาณ

3) ทุนวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ของอาจารย์ รวมทุนอุดหนุนการวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ของอาจารย์ตามที่ปรากฏในข้อมูลแต่ละปี

4) ทุนส่งเสริมความร่วมมือทางวิชาการระหว่างสถาบัน รวมทุนที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนความร่วมมือทางวิชาการหรือการทำวิจัยร่วมระหว่างสถาบัน

5) ทุนวิจัยเฉพาะด้าน รวมทุนที่มีลักษณะเป็นทุนเฉพาะประเด็นหรือเฉพาะยุทธศาสตร์ เช่น ทุนอุดหนุนการวิจัยเพื่อพัฒนาความเป็นเลิศด้านอาหาร การเกษตรและปศุสัตว์

อภิปรายผล

จากผลการศึกษา สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

แนวโน้มการจัดสรรทุนวิจัย ปีงบประมาณ 2561–2567 พบว่า การจัดสรรทุนวิจัยของคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ในช่วงปีงบประมาณ 2561–2567 มีความผันผวนอย่างมีนัยสำคัญทั้งในด้านจำนวนทุนและวงเงินสนับสนุนรวม โดยปีงบประมาณ 2563 มีการจัดสรรสูงสุดทั้งในด้านจำนวนทุน (84 ทุน) และวงเงินรวม (5,350,000 บาท) ก่อนที่จะปรับตัวลดลงอย่างชัดเจนในปีงบประมาณ 2565–2566 และฟื้นตัวบางส่วนในปีงบประมาณ 2567 นอกจากนี้ยังพบว่าทุนเฉลี่ยต่อโครงการในปีงบประมาณ 2567 มีค่าต่ำที่สุดตลอดช่วงเวลาศึกษา (27,564 บาท) แม้ว่าจำนวนทุนจะปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นเป็น 39 ทุน ผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าคณะได้ปรับทิศทางการจัดสรรทุนไปสู่การกระจายโอกาสในวงกว้างมากขึ้น แต่ลดระดับการสนับสนุนต่อโครงการลง

ความผันผวนที่เกิดขึ้นดังกล่าวอาจมีสาเหตุมาจากการที่การจัดสรรทุนวิจัยในระดับคณะมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับทิศทางนโยบายการวิจัยและข้อจำกัดด้านงบประมาณของสถาบันในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งเปลี่ยนแปลงตามบริบทเชิงนโยบายและเป้าหมายเชิงสถาบันเป็นสำคัญ ผลการวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับการศึกษาของ วัฒนา บัวภูมิ และ สิทธิพร ตัณฑวิรุฬห์ (2568) ที่พบว่า การจัดสรรทุนวิจัยในสถาบันอุดมศึกษามีแนวโน้มผันผวนตามนโยบายและงบประมาณที่ได้รับในแต่ละรอบปี เช่นเดียวกับ อลิสา สาเรส (2569) ที่พบว่า แนวโน้มการรับทุนมีลักษณะไม่สม่ำเสมอและแปรผันตามนโยบายของแหล่งทุนและความพร้อมของสถาบัน รวมทั้งสอดคล้องกับ ธนารีย์ บัวเผื่อน และคณะ (2558) ยืนยันว่า ปริมาณเงินทุนสนับสนุนการวิจัยมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับจำนวนผลงานวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์ ชี้ให้เห็นว่า แนวโน้มการจัดสรรทุนมีผลโดยตรงต่อศักยภาพการผลิตผลงานวิชาการของหน่วยงาน

ในระดับนโยบาย คณะอนุกรรมการด้านนโยบายและยุทธศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม สภานโยบายวิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (2560) ระบุว่า ยุทธศาสตร์การวิจัยและนวัตกรรม 20 ปี (พ.ศ. 2560–2579) กำหนดให้สถาบันอุดมศึกษาต้องปรับ

ระบบการจัดสรรทุนวิจัยให้สอดรับกับทิศทางการพัฒนาประเทศ ซึ่งอาจเป็นแรงกดดันสำคัญที่นำไปสู่การปรับโครงสร้างทุนวิจัยภายในคณะในบางช่วงเวลา ทั้งนี้สอดคล้องกับ สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (2565) ที่กำหนดให้สถาบันอุดมศึกษาพัฒนากำลังคนวิจัยอย่างเป็นระบบตามแผนด้านอุดมศึกษา พ.ศ. 2564–2570 ซึ่งส่งผลต่อการปรับรูปแบบและสัดส่วนการจัดสรรทุนของคณะด้วย นอกจากนี้ ในระดับสากล Brown (2023) ชี้ให้เห็นว่าระบบการจัดสรรทุนวิจัยในสถาบันอุดมศึกษามีรูปแบบและกลไกที่หลากหลาย โดยปรับเปลี่ยนไปตามกรอบนโยบายของรัฐบาลและเป้าหมายเชิงสถาบัน ในขณะที่ Tian et al. (2026) พบว่า การจัดสรรทุนวิจัยแบบอิงผลการดำเนินงานส่งผลให้เกิดความผันผวนทั้งเชิงจำนวนและมูลค่าทุน โดยเฉพาะในสถาบันที่มีศักยภาพการวิจัยในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับบริบทของคณะในช่วงปีงบประมาณ 2565–2567 เป็นอย่างยิ่ง

ความผันผวนดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าการจัดสรรทุนวิจัยในระดับคณะมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับทิศทางนโยบายและข้อจำกัดด้านงบประมาณของสถาบัน ในกรณีของปีงบประมาณ 2563 ที่มีการจัดสรรสูงสุดทั้งจำนวนทุน 84 ทุน และวงเงิน 5,350,000 บาท นั้น อาจอธิบายได้จากสองปัจจัย คือ ในระดับนโยบายภายในคณะได้ขยายประเภทและจำนวนทุนเพื่อรองรับเป้าหมายการพัฒนาบุคลากรสายวิชาการให้เข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ ในขณะที่ในระดับนโยบายภายนอกยุทธศาสตร์การวิจัยและนวัตกรรม 20 ปี พ.ศ. 2560–2579 กำหนดให้สถาบันอุดมศึกษาเพิ่มผลผลิตงานวิจัยอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดการจัดสรรงบประมาณเพื่อรองรับเป้าหมายดังกล่าวในช่วงปีงบประมาณ 2561–2563 คณะอนุกรรมการด้านนโยบายและยุทธศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม สภานโยบายวิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (2560) ผลการวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับการศึกษาของ วัฒนา บัวภูมิ และสิทธิพร ตัณฑวิรุฬห์ (2568) ที่พบว่า การจัดสรรทุนวิจัยในสถาบันอุดมศึกษามีแนวโน้มผันผวนตามนโยบายและงบประมาณที่ได้รับในแต่ละรอบปี

สถานภาพการเบิกจ่ายทุนวิจัย ปีงบประมาณ 2561–2567 พบว่า ภาพรวมสถานภาพการเบิกจ่ายทุนวิจัยของคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ในช่วงปีงบประมาณ 2561–2567 มีประสิทธิภาพในระดับค่อนข้างสูง โดยมีอัตราการเบิกจ่ายจริงมากกว่าร้อยละ 80 ในทุกปีงบประมาณ และปีงบประมาณ 2564 มีอัตราการเบิกจ่ายสมบูรณ์ที่สุดคือร้อยละ 100 โดยไม่ปรากฏทุนที่ติดค้างการเบิกแต่อย่างใด อย่างไรก็ตาม ยังคงพบปัญหาเชิงโครงสร้างในทุกรอบปีงบประมาณ ได้แก่ เงินทุนคงเหลือ การคืนทุนวิจัย และการติดค้างการเบิก โดยเฉพาะในปีงบประมาณ 2562 ซึ่งพบทุนติดค้างงวดที่ 3 สูงถึง 13 ทุน ปัญหาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า แม้ภาพรวมการเบิกจ่ายจะอยู่ในระดับดี แต่ยังคงมีข้อจำกัดในเชิงกระบวนการบริหารจัดการทุนที่ต้องได้รับการแก้ไข

ข้อจำกัดดังกล่าวอาจมีสาเหตุมาจากหลายปัจจัย ได้แก่ ความซับซ้อนของขั้นตอนการเบิกจ่ายและเอกสารประกอบภาระงานประจำของผู้รับทุนที่อาจกระทบต่อความต่อเนื่องในการดำเนินโครงการ รวมถึงข้อจำกัดด้านระเบียบการเงินและพัสดุที่ส่งผลต่อความครบถ้วนของการใช้จ่ายงบประมาณวิจัย ผลการวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับ จิตติพร นวลละออง และคณะ (2567) ที่พบว่า การเบิกจ่ายงบประมาณวิจัยมีความผันผวนและไม่เป็นไปตามแผนในหลายโครงการ เนื่องจากทั้งปัจจัยภายใน เช่น ความพร้อมของผู้รับทุน และปัจจัยภายนอก เช่น ข้อจำกัดจากสถานการณ์ฉุกเฉิน ล้วนส่งผลต่อสถานภาพการเบิกจ่ายโดยรวม และผลการวิจัยของ ชนินาถ สุริยะลังกา และ ศิราวัลย์ อัศวเมฆิน (2567) ชี้ให้เห็นว่าการจัดทำงบประมาณและการจัดประเภทรายการค่าใช้จ่ายในโครงการวิจัยที่ขาดความชัดเจนตั้งแต่ต้นเป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่ปัญหาการเบิกจ่ายไม่ครบถ้วน และเสนอให้มีแนวทางการจัดทำงบประมาณที่เป็นมาตรฐานเพื่อลดความผิดพลาดในกระบวนการเบิกจ่าย ในทำนองเดียวกัน สิริภัสณ์ ศิระนุภาพ (2568) พบว่า มีโครงการวิจัยจำนวนหนึ่งที่ไม่สามารถปิดโครงการได้ตามกำหนดหรือมีเงินทุนคงเหลือ ซึ่งสะท้อนปัญหาเชิงโครงสร้างของการบริหารทุนวิจัยภายในคณะวิชาที่พบได้ในหลายสถาบัน ในทางตรงกันข้าม โทน เวชชะ(2563) พบว่า ระบบสนับสนุนภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพสามารถส่งผลให้การดำเนินโครงการวิจัยเป็นไปอย่างราบรื่น ลดปัญหาทุนค้างเบิกและการคืนทุนที่ไม่จำเป็นลงได้ ในระดับนานาชาติผลการวิจัยที่มีนัยสำคัญต่อการทำความเข้าใจระบบบริหารทุนวิจัยประการหนึ่งคือ ปีงบประมาณ 2564 ซึ่งมีจำนวนทุนเพียง 46 ทุน หรือลดลงร้อยละ 45.2 จากปีสูงสุด กลับมีอัตราการเบิกจ่ายสมบูรณ์ร้อยละ 100 และไม่ปรากฏทุนที่ติดค้างการเบิกแต่อย่างใด ผลดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าความสมดุลระหว่างปริมาณทุนกับศักยภาพการบริหารของผู้รับทุนและหน่วยงานมีนัยสำคัญต่อประสิทธิภาพการเบิกจ่ายมากกว่าปริมาณทุนเพียงอย่างเดียว อยู่ในแนวทางเดียวกับ Tian et al. (2026)

ที่ระบุว่า ความสมดุลระหว่างปริมาณทรัพยากรและศักยภาพผู้รับเป็นปัจจัยกำหนดประสิทธิภาพที่สำคัญกว่าปริมาณทรัพยากร และสอดคล้องกับ ShaoXin & Ming (2026) ที่พบว่า สถาบันที่มีระบบกำกับดูแลที่ยืดหยุ่นและรองรับได้มักมีอัตราการเบิกจ่ายที่สูงและสม่ำเสมอกว่า

แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการทุนวิจัย พบว่า ผลการวิจัยด้านการจัดสรรทุนจำแนกตามประเภท พบว่า คณะการบัญชีและการจัดการให้น้ำหนักแก่ทุนวิจัยเพื่อส่งเสริมการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการและพัฒนาบุคลากรสายวิชาการมากที่สุด ทั้งในด้านจำนวนทุน (ร้อยละ 33.63) และวงเงินรวม (ร้อยละ 60.91 ของวงเงินทั้งหมด) ขณะที่ทุนวิจัยสำหรับนิสิตระดับบัณฑิตศึกษามีจำนวนโครงการสูงเป็นอันดับสอง (ร้อยละ 30.41) แต่ได้รับวงเงินรวมเพียงร้อยละ 8.19 ของวงเงินรวมทั้งหมด ลักษณะดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าระบบบริหารทุนของคณะยังคงมีลักษณะกระจุกตัวอยู่ในทุนเพื่อพัฒนาบุคลากรสายวิชาการ และยังมีโอกาสในการปรับสมดุลเพื่อยกระดับคุณภาพการวิจัยจากทุกกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้อาจเป็นผลมาจากข้อกำหนดด้านมาตรฐานตำแหน่งวิชาการและเกณฑ์การประกันคุณภาพการศึกษาที่กำหนดให้บุคลากรสายวิชาการต้องมีผลงานทางวิชาการในระดับที่กำหนด ส่งผลให้คณะต้องจัดสรรทุนให้สอดคล้องกับเป้าหมายเชิงสถาบันเป็นลำดับแรก ในขณะที่การพัฒนาระบบสนับสนุนทุนสำหรับนิสิตบัณฑิตศึกษายังดำเนินการได้ไม่เต็มที่เท่าที่ควร ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับ กาญจนา พรหมโคตร และคณะ (2564) พบว่า ปัจจัยสนับสนุนภายในคณะ อันได้แก่ ระบบส่งเสริมการวิจัย การสนับสนุนทางการเงิน และการมีที่ปรึกษาด้านการวิจัย ล้วนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จในการขอทุนวิจัย ชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาระบบบริหารทุนภายในคณะมีความสำคัญต่อการเพิ่มศักยภาพการวิจัยในระยะยาว ยิ่งไปกว่านั้น โทน เวชชะ (2563) ชี้ให้เห็นว่า ระบบส่งเสริมและสนับสนุนนักวิจัยที่มีประสิทธิผลนั้นต้องอาศัยกลไกเชิงรุกในการให้คำปรึกษา ติดตาม และอำนวยความสะดวกในทุกขั้นตอนของการดำเนินงานวิจัย ไม่ใช่เพียงการจัดสรรทุนเพียงอย่างเดียว

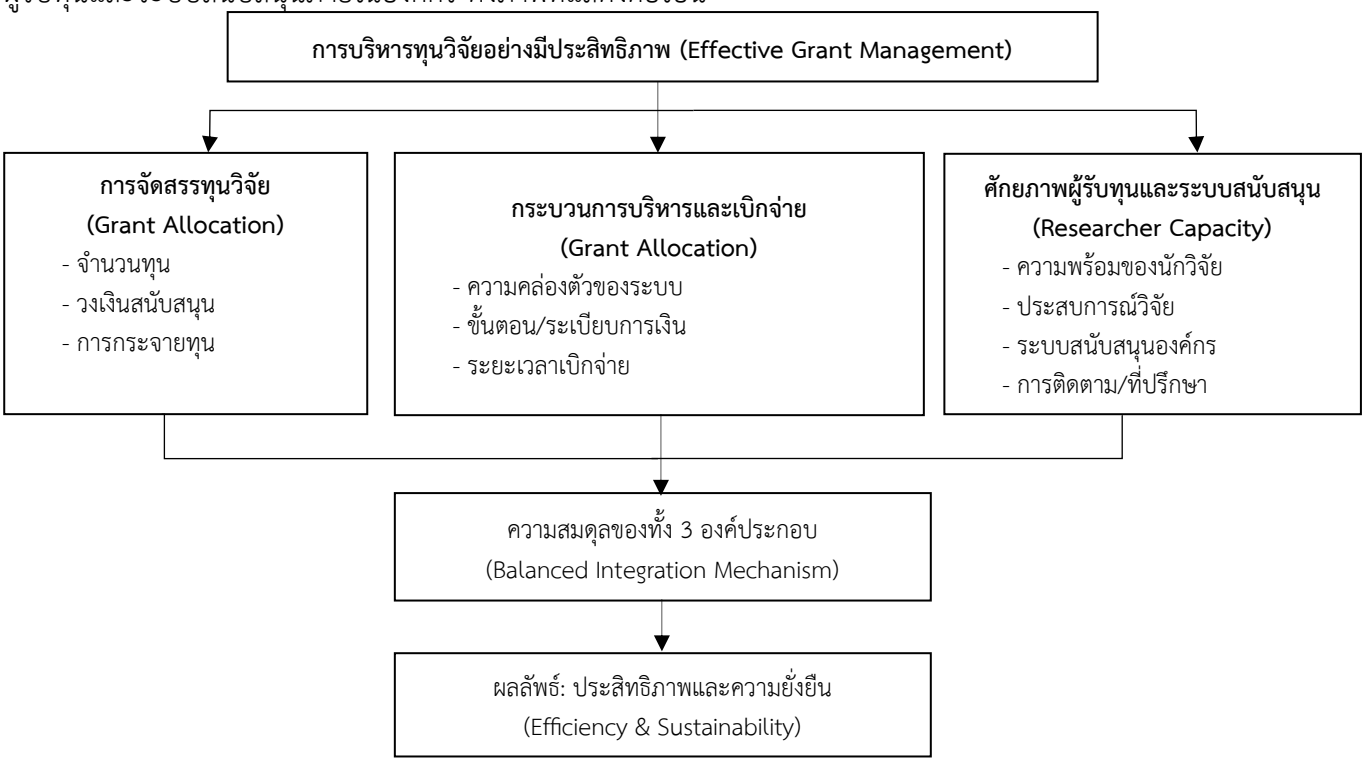
ในด้านการพัฒนาระบบและนโยบายบริหารทุนวิจัย วรรณดี สุทธินรากร และ บุญเยี่ยม เหลาสะอาด (2568) พบว่า การกำหนดกรอบวิจัยที่ชัดเจนและการสนับสนุนทุนที่สอดคล้องกับความต้องการของพื้นที่ส่งผลให้การดำเนินงานวิจัยมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งชี้นัยว่าการกำหนดทิศทางทุนวิจัยของคณะให้ชัดเจนและสอดคล้องกับบริบทขององค์กรจะช่วยยกระดับทั้งคุณภาพและประสิทธิภาพของการบริหารทุนได้ นอกจากนี้ วรางคณา ปัญญากรวงศ์ และคณะ (2564) เสนอว่าการประเมินระดับความพร้อมของผู้ขอทุนวิจัยก่อนการอนุมัติเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยลดความเสี่ยงของการเกิดทุนคงค้างหรือการดำเนินโครงการไม่เป็นไปตามแผน ในขณะที่ พรทิพย์ ผึ้งแก้ว และ อำพรรณ ผึ้งแก้ว (2565) พบว่า การศึกษาองค์ความรู้จากข้อเสนอโครงการวิจัยที่ผ่านการพิจารณาจากแหล่งทุนภายนอกช่วยเปิดแนวทางในการพัฒนาคุณภาพข้อเสนอโครงการวิจัยของบุคลากรภายในได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

ในเชิงเปรียบเทียบเชิงนโยบาย Pan & Yin (2024) วิเคราะห์งานวิจัยทางการศึกษาที่ได้รับทุนจากรัฐบาลจีนในช่วง 10 ปี พบว่า การจัดสรรทุนที่กระจุกตัวในประเด็นหรือกลุ่มเป้าหมายเดียวส่งผลให้เกิดช่องว่างในองค์ความรู้ และเสนอแนะให้กระจายการจัดสรรทุนให้ครอบคลุมหัวข้อวิจัยและกลุ่มนักวิจัยที่หลากหลาย ซึ่งอยู่ในแนวทางเดียวกับที่คณะการบัญชีและการจัดการควรพิจารณาในการปรับสมดุลการจัดสรรทุนระหว่างบุคลากรสายวิชาการและนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ทั้งนี้ Brown (2023) ชี้ให้เห็นว่า ระบบการจัดสรรทุนวิจัยที่มีประสิทธิภาพต้องมีกลไกกำกับดูแลที่ชัดเจนโปร่งใส และตอบสนองต่อเป้าหมายเชิงสถาบันได้อย่างยืดหยุ่น เพื่อให้การบริหารทุนวิจัยมีความยั่งยืนและเกิดผลลัพธ์ที่วัดได้จริงในระยะยาว

ผลกระทบเชิงนโยบายระยะยาวประการสำคัญที่ควรอภิปรายเพิ่มเติมคือการกระจุกตัวของงบประมาณในทุนเพื่อพัฒนาบุคลากรสายวิชาการซึ่งคิดเป็นร้อยละ 60.91 ของวงเงินรวมทั้งหมด ในขณะที่ทุนวิจัยสำหรับนิสิตระดับบัณฑิตศึกษาซึ่งมีจำนวนโครงการสูงถึงร้อยละ 30.41 ได้รับวงเงินสนับสนุนเพียงร้อยละ 8.19 ความไม่สมดุลดังกล่าวก่อให้เกิดความเสี่ยงด้านความยั่งยืนของระบบวิจัย 2 ประการ ได้แก่ การขาดการสร้างนักวิจัยรุ่นใหม่เพื่อสืบทอดการผลิตงานวิชาการในระยะยาว และการพัฒนาระบบวิจัยในเชิงเดี่ยวที่มุ่งเน้นการผลิตผลงานเพื่อการเลื่อนตำแหน่งมากกว่าการสร้างวัฒนธรรมการวิจัยที่ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Pan & Yin (2024) ที่เสนอให้กระจายการสนับสนุนให้ครอบคลุมกลุ่มนักวิจัยที่หลากหลาย และสอดคล้องกับ Brown (2023) ที่ยืนยันว่า ระบบการจัดสรรทุนที่มีประสิทธิภาพต้องตอบสนองต่อเป้าหมายเชิงสถาบันได้อย่างยืดหยุ่นเพื่อความยั่งยืนในระยะยาว

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัยนี้สามารถสังเคราะห์เป็น “แนวคิดการบริหารทุนวิจัยเชิงสมดุล” ซึ่งอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการจัดสรรทุนและประสิทธิภาพการเบิกจ่ายในลักษณะเชิงระบบ โดยพบว่า การบริหารทุนวิจัยไม่ได้ขึ้นอยู่กับปริมาณทุนหรือวงเงินสนับสนุนเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับความสอดคล้องระหว่าง 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ (1) การจัดสรรทุนวิจัยในด้านจำนวนและวงเงิน (2) กระบวนการบริหารและการเบิกจ่ายที่มีความคล่องตัว และ (3) ศักยภาพของผู้รับทุนและระบบสนับสนุนภายในองค์กร ดังภาพที่แสดงต่อไปนี้



ภาพที่ 2 แนวคิดการบริหารทุนวิจัยเชิงสมดุล

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์แนวโน้มการจัดสรรทุนวิจัย พบว่า การจัดสรรทุนวิจัยในช่วงปีงบประมาณ 2561–2567 มีความผันผวนทั้งในด้านจำนวนทุนและวงเงินสนับสนุน โดยมีช่วงที่เพิ่มขึ้นสูงสุดในปี 2563 และลดลงอย่างชัดเจนในปี 2565–2566 ก่อนจะกลับมาฟื้นตัวบางส่วนในปี 2567 นอกจากนี้ ทุนเฉลี่ยต่อโครงการมีแนวโน้มลดลงในช่วงหลัง สะท้อนการปรับรูปแบบการจัดสรรไปสู่การกระจายทุนในวงกว้างมากขึ้น

ผลการศึกษาสถานภาพการเบิกจ่ายทุนวิจัย พบว่า ภาพรวมการเบิกจ่ายทุนวิจัยมีประสิทธิภาพในระดับค่อนข้างสูง โดยมีอัตราการเบิกจ่ายจริงมากกว่าร้อยละ 80 ในทุกปี และปี 2564 มีความสมบูรณ์สูงสุด อย่างไรก็ตาม ยังพบปัญหาทุนคงเหลือ การคืนทุน และการติดค้างการเบิกในบางปี สะท้อนข้อจำกัดของกระบวนการบริหารและการดำเนินโครงการ

แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการทุนวิจัย ควรปรับปรุงระบบการบริหารทุนให้มีความสมดุลระหว่างจำนวนทุน วงเงินสนับสนุน และศักยภาพของผู้รับทุน พร้อมทั้งพัฒนากระบวนการเบิกจ่ายให้มีความคล่องตัว ลดขั้นตอนที่ซับซ้อน และเพิ่มระบบติดตามโครงการอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการใช้จ่ายงบประมาณวิจัยในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ด้านการจัดสรรทุนอย่างสมดุล ควรกำหนดนโยบายการจัดสรรทุนวิจัยให้มีความสมดุลระหว่างจำนวนทุนและวงเงินสนับสนุน โดยคำนึงถึงศักยภาพของผู้รับทุนและความพร้อมของระบบบริหาร ผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่า

ปีที่มีจำนวนทุนสูงที่สุดไม่ได้มีประสิทธิภาพการเบิกจ่ายสูงที่สุดเสมอไป ดังนั้นแนวทางปฏิบัติที่เสนอ ได้แก่ การจัดอบรมการวางแผนงบประมาณโครงการวิจัยและการจัดทำเอกสารประกอบการเบิกจ่ายแก่ผู้รับทุนใหม่ทุกรายก่อนลงนามสัญญา และการกำหนดเกณฑ์ประเมินความพร้อมของผู้ขอทุนในด้านการบริหารโครงการก่อนการอนุมัติ เพื่อลดความเสี่ยงของการเกิดทุนคงค้างและการคืนทุน

1.2 ด้านระบบติดตามและเบิกจ่ายทุนวิจัย ควรพัฒนาระบบบริหารและเบิกจ่ายทุนวิจัยให้มีความคล่องตัวโดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง แนวทางปฏิบัติที่เสนอ ได้แก่ การพัฒนาระบบการรายงานข้อมูล ที่แสดงสถานะการเบิกจ่ายของทุกโครงการแบบเรียลไทม์ จำแนกตามงวด ประเภททุน และปีงบประมาณ และการติดตั้งระบบแจ้งเตือนล่วงหน้า ที่แจ้งเตือนอัตโนมัติเมื่อโครงการมีความเสี่ยงในการติดค้างการเบิกจ่าย เช่น เมื่อถึงกำหนดเบิกงวดที่ 2 แต่ยังไม่ได้รับรายงานความก้าวหน้าจากผู้รับทุน ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่งานวิจัยสามารถเข้าแทรกแซงได้อย่างทันท่วงทีก่อนเกิดปัญหาทุนติดค้าง

1.3 ด้านความครอบคลุมของกลุ่มเป้าหมาย ควรกำหนดสัดส่วนการจัดสรรทุนให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย โดยเฉพาะการแก้ไขความไม่สมดุลที่พบว่าทุนวิจัยสำหรับนิสิตระดับบัณฑิตศึกษาได้รับวงเงินเพียงร้อยละ 8.19 ของวงเงินรวม ทั้งที่มีจำนวนโครงการสูงถึงร้อยละ 30.41 แนวทางปฏิบัติที่เสนอ ได้แก่ การกำหนดสัดส่วนขั้นต่ำของทุนสำหรับนิสิตระดับบัณฑิตศึกษาไม่น้อยกว่าร้อยละ 15 ของวงเงินรวมในแต่ละปีงบประมาณ และการทบทวนวงเงินสนับสนุนต่อโครงการให้สอดคล้องกับต้นทุนการวิจัยที่แท้จริง เพื่อพัฒนาศักยภาพการวิจัยขององค์กรอย่างทั่วถึงและยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการเบิกจ่ายทุนวิจัย เช่น ปัจจัยด้านบุคลากร ระบบงาน และข้อกำหนดทางการเงิน

2.2 ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังหน่วยงานหรือมหาวิทยาลัยอื่น เพื่อเปรียบเทียบรูปแบบการบริหารทุนวิจัยและสังเคราะห์แนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ

2.3 ควรใช้วิธีวิจัยเชิงผสมผสานเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ อันจะนำไปสู่ข้อเสนอเชิงนโยบายที่มีความครอบคลุมและแม่นยำมากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายได้ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

เอกสารอ้างอิง

กมลทิพย์ คงสวัสดิ์พร. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการเบิกจ่ายเงินงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ 2556 ของกรมที่ดิน. *วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 1*(2), 77–88.

กาญจนา พรหมโคตร, อรอนงค์ โนนทิง และ กีรติพร จูตะวิริยะ. (2564). ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการขอทุนวิจัยภายนอกของนักวิจัยสายวิชาการ คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. *วารสารการพัฒนางานประจำสู่งานวิจัย, 8*(2), 36–43.

คณะอนุกรรมการด้านนโยบายและยุทธศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม สภานโยบายวิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ. (2560). *ยุทธศาสตร์การวิจัยและนวัตกรรม 20 ปี (พ.ศ. 2560–2579).* กรุงเทพฯ: บริษัท โคคูน แอนด์โค จำกัด.

จิตติพร นวลละออง, ศิราวัลย์ อัศวเมฆิน และ วรินทร์พิภพ ชยทัตภูมิรัตน์. (2567). การศึกษาสถานภาพงบประมาณการวิจัยโครงการวิจัยที่ได้รับทุนจากแหล่งทุนต่างประเทศของมหาวิทยาลัยมหิดลในสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา*, *19*(2), 42–51.

เฉิดฉันทร์ ราชบุรณะ และ ครรชิต บุญเรือง. (2567). วิเคราะห์แนวโน้มการตีพิมพ์ผลงานวิจัยระดับนานาชาติของประเทศไทย ในช่วงปี ค.ศ. 2018-2022. *วารสารห้องสมุด สมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทยฯ, 68*(1), 125–142.

ชนินาถ สุริยะลังกา และ ศิราวัลย์ อัศวเมฆิน. (2567). แนวทางการจัดทำงบประมาณและการจัดประเภทรายการค่าใช้จ่ายในโครงการวิจัยทางคลินิกมหาวิทยาลัยมหิดลที่ได้รับทุนจากแหล่งทุนภายนอก. *Mahidol R2R e-Journal*, *11*(1), 25–36.

โทน เวชชะ. (2563). *ประสิทธิผลในการส่งเสริมและสนับสนุนให้นักวิจัยได้รับทุนวิจัยจากหน่วยทุนวิจัย กรณีศึกษา : การส่งเสริมและสนับสนุนนักวิจัย โดยสำนักบริหารวิจัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*. (รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

ธนารีย์ บัวเผื่อน, มุกดาลักษณ์ บุญทรง และ ประทักษ์ โอประเสริฐสวัสดิ์. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างเงินทุนสนับสนุนการวิจัยกับผลงานวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์ในระดับชาติและนานาชาติของคณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี. *Mahidol R2R e-Journal*, *2*(1), 118–129.

พรทิพย์ ผึ้งแก้ว และ อำพรรณ ผึ้งแก้ว. (2565). *การศึกษาองค์ความรู้จากข้อเสนอโครงการวิจัยแหล่งทุนภายนอก*. ใน *การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 17 ปีการศึกษา 2565* (น. 220–236). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. (2561). *ประกาศมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เรื่อง หลักเกณฑ์การบริหารเงินอุดหนุนการวิจัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม พ.ศ. 2561*. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

วรรณดี สุทธินรากร และบุญเยี่ยม เหลาสะอาด. (2568). พระราชบัญญัติพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา พ.ศ. 2562 กับการสนับสนุนทุนวิจัยของหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่. *วารสารศึกษาศาสตร์ปริทัศน์*, *40*(2), 103–121.

วรางคณา ปัญญากรวงศ์, สุพัตรา ละออรัตนศักดิ์ และ สุดารัตน์ ลือพงศ์พัฒนะ. (2564). ประเมินระดับความพร้อมของเทคโนโลยี อย่างไร เมื่อต้องยื่นขอทุนวิจัย. *วารสารสหวิทยาการ, 18*(1), 12–63.

วัฒนา บัวภูมิ และ สิทธิพร ตัณฑวิรุฬห์. (2568). การวิเคราะห์ทุนวิจัยของมหาวิทยาลัยมหิดลที่ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ด้านวิจัยและนวัตกรรม ในปีงบประมาณ 2564 - 2566. *วารสารวิชาการ ปขมท., 14*(1), e1385.

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2565). *แผนด้านการอุดมศึกษาเพื่อผลิตและพัฒนากำลังคนของประเทศ พ.ศ. 2564–2570 (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2566–2570)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.

สิริภัสณ์ ศิระนุภาพ. (2568). *คู่มือปฏิบัติงาน เรื่อง การวิเคราะห์การปิดโครงการวิจัยที่ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากงบประมาณรายได้ คณะสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.* พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.

อลิสา สาเรส. (2569). วิเคราะห์ทุนวิจัยของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ที่ได้รับการสนับสนุนจากแหล่งทุนภายนอก ปีงบประมาณ 2563 - 2568. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม, 10*(3), 102–119.

Brown, B. A. (2023). Regimes of research and development funding in higher education. In R. J. Tierney, F. Rizvi, & K. Ercikan (Eds.), *International encyclopedia of education (4th ed.)* (pp. 108–113). Amsterdam, Netherlands: Elsevier.

Pan, P., & Yin, Y. M. (2024). What kind of education research was funded by the government in China? A decade-long investigation (2010–2020). *International Journal of Educational Management, 38*(7), 2002-2020.

ShaoXin, Z., & Ming, L. (2026). Funding diversification, governance autonomy, and higher education resilience. *International Review of Economics & Finance, 107*, 105144.

Tian, Y., See, K. F., & Hsiao, B. (2026). Performance-based research funding allocation for excellence: Evidence from central and western Chinese higher education institutions. *Economic Analysis and Policy, 89*, 1114-1132.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSSP
Journal of Social Science Panyapat
https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSSP/index

Research Article

Relationships Between Employee Competencies and Service Quality of Human Resources Department at King Chulalongkorn Memorial Hospital Thai, Red Cross Society

Chonticha Pattayakul[1*] and Pornphan Hemaphan[2]

[1] *Master's Student in Political Science and Public Administration, Faculty of Social Sciences, Kasetsart University, Thailand*

[2] *Department of Political Science and Public Administration, Faculty of Social Sciences, Kasetsart University, Thailand*

[*] *Corresponding author. E-mail: chonticha.patt@ku.th*

ABSTRACT

This research aimed to: (1) examine the level of service quality of the Human Resource Management Division at King Chulalongkorn Memorial Hospital, Thai Red Cross Society; (2) compare differences in service quality classified by personal factors; and (3) investigate the relationship between personnel competency and service quality. The sample consisted of 223 service recipients. Data were collected using questionnaires and analyzed using descriptive statistics, namely percentage, mean, and standard deviation, as well as inferential statistics, including one-way analysis of variance (ANOVA) and Pearson's correlation coefficient. The results revealed that the overall service quality was at a high level. The dimension of tangibles had the highest mean score, followed by empathy, responsiveness, and reliability, respectively. The hypothesis testing indicated that gender had a statistically significant effect on service quality ($F = 3.09$, $p < .05$). Additionally, both personal and functional competencies of personnel were positively correlated with service quality at a statistically significant level. Therefore, organizations should place importance on the continuous development of personnel competencies to further enhance the efficiency and effectiveness of service quality.

Keywords: Employee Competency, Service Quality, Human Resource Management, Hospital, Public Health Service Delivery

Received: 30 April 2026;
Revised: 29 May 2026;
Accepted: 25 June 2026

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat
ISSN: 3027-6748 (Online)

ความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะของบุคลากรกับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย

ชลธิชา พาทยกุล[1*] และ พรพรรณ เหมะพันธุ์[2]

[1] *นิสิตปริญญาโท ภาควิชารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย*

[2] *ภาควิชารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย*

* *Corresponding author. E-mail: chonticha.patt@ku.th*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย (2) เปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพการให้บริการจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ (3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะของบุคลากรกับคุณภาพการให้บริการ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้รับบริการ จำนวน 223 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านความเป็นรูปธรรมของบริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการเข้าใจผู้รับบริการ การตอบสนอง และความน่าเชื่อถือ ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านเพศมีผลต่อคุณภาพการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($F = 3.09$, $p < .05$) และสมรรถนะของบุคลากรทั้งด้านส่วนบุคคลและตามบทบาทหน้าที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นองค์กรควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: สมรรถนะของบุคลากร, คุณภาพการให้บริการ, การบริหารทรัพยากรมนุษย์, โรงพยาบาล, การบริการสาธารณสุข

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat

บทนำ

ระบบบริการสุขภาพเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน และเป็นหนึ่งในภารกิจหลักของรัฐในการจัดบริการสาธารณะให้มีประสิทธิภาพและทั่วถึง โดยเฉพาะในบริบทของการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรที่ทั่วโลกกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างรวดเร็ว องค์การอนามัยโลก ระบุว่า จำนวนประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปทั่วโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และจะเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่าภายในปี ค.ศ. 2050 ซึ่งส่งผลให้ความต้องการบริการด้านสุขภาพเพิ่มสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งในด้านการรักษาพยาบาล การดูแลระยะยาว และการฟื้นฟูสุขภาพ (World Health Organization, 2025)

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่มีอัตราการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างรวดเร็ว โดยมีสัดส่วนประชากรสูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และคาดว่าจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุระดับสมบูรณ์ในอนาคตอันใกล้ (World Health Organization, 2025) การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลโดยตรงต่อระบบบริการสุขภาพ ทั้งในด้านปริมาณและความซับซ้อนของความต้องการบริการ โดยธนาคารโลก (World Bank, 2021) ชี้ให้เห็นว่า ประเทศไทยจะเผชิญกับภาระด้านสุขภาพที่เพิ่มขึ้นจากโรคเรื้อรังและความต้องการการดูแลระยะยาวของผู้สูงอายุ ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยระบบบริการสุขภาพที่มีประสิทธิภาพและบุคลากรที่มีศักยภาพเพียงพอในการรองรับ ดังนั้น รัฐบาลไทยได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบบริการสุขภาพอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพบริการ การเพิ่มประสิทธิภาพของระบบ และการพัฒนาทรัพยากรบุคคลด้านสุขภาพให้มีสมรรถนะสูง (กระทรวงสาธารณสุข, 2565) แต่กระนั้น ระบบบริการสุขภาพของประเทศไทยยังคงพบข้อจำกัดในการให้บริการ โดยเฉพาะปัญหาด้านทรัพยากรบุคคล เช่น การขาดแคลนบุคลากร ภาระงานที่เพิ่มขึ้น และประสิทธิภาพ

ในการให้บริการที่ยังไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ (World Bank, 2016) ปัญหาดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจ ความเชื่อมั่น และภาพลักษณ์ขององค์กรด้านสุขภาพ ด้วยเหตุนี้ การบริหารทรัพยากรบุคคลจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพและคุณภาพของการให้บริการ โดยเฉพาะในโรงพยาบาลขนาดใหญ่ที่มีความซับซ้อนในการดำเนินงานและมีผู้รับบริการจำนวนมาก (ช่อดาว เมืองพรหม, 2562) เช่นเดียวกันกับในบริบทของโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย ซึ่งเป็นโรงพยาบาลขนาดใหญ่ระดับตติยภูมิ พบว่า ยังมีข้อจำกัดในการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล เช่น ความล่าช้าในการให้บริการ การประสานงานที่ไม่มีประสิทธิภาพ และการให้บริการที่ไม่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการอย่างเต็มที่ ปัญหาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและยกระดับคุณภาพการให้บริการ (กฤษติยาภรณ์ อินต๊ะ, 2563)

อย่างไรก็ตาม แม้ว่ามีงานวิจัยจำนวนมากที่สะท้อนถึงความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะของบุคลากรกับคุณภาพการให้บริการ สมรรถนะการทำงาน และคุณภาพการบริการขององค์กร ต่างมีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับสูง นอกจากนี้การทดสอบสมมติฐานยังยืนยันถึงความสัมพันธ์เชิงบวก โดยพบว่าสมรรถนะของบุคลากรสามารถพยากรณ์คุณภาพการให้บริการขององค์กรได้ถึงร้อยละ 28.7 (แก้วตา ผู้พัฒนพงศ์ และนิคม เจียรจินดา, 2561) แต่ยังพบว่าการศึกษาในบริบทของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคลในโรงพยาบาลขนาดใหญ่ยังมีจำกัด โดยเฉพาะในประเทศไทย ดังนั้น การศึกษานี้จึงมุ่งเน้นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะของบุคลากรกับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล เนื่องจากการพัฒนางานของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคลจะเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างบุคลากรมืออาชีพที่มีคุณธรรม ความรู้ ทักษะที่เหมาะสม เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานของโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย ไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ อีกทั้งยังเป็นการเติมเต็มช่องว่างขององค์ความรู้ มุ่งเน้นการสร้างผลงาน และพัฒนาแนวทางในการบริหารทรัพยากรบุคคลให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (ศิวพร วิยะวงศ์, 2564) ดังนั้น ผลการศึกษาที่ได้จะเป็นประโยชน์ทั้งในเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติ โดยสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ด้านการพัฒนาบุคลากรในองค์กรสาธารณสุข เพื่อรองรับความท้าทายในอนาคต และสร้างระบบบริการสุขภาพที่มีคุณภาพและยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย
3. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะส่วนบุคคลและสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่กับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษานี้ ได้พัฒนากรอบแนวคิดบนพื้นฐานของแนวคิดและทฤษฎีสำคัญ 2 ประการ ได้แก่ แนวคิดสมรรถนะและแนวคิดคุณภาพการให้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคลากรกับผลลัพธ์ด้านคุณภาพการให้บริการในองค์กรภาครัฐด้านสุขภาพ

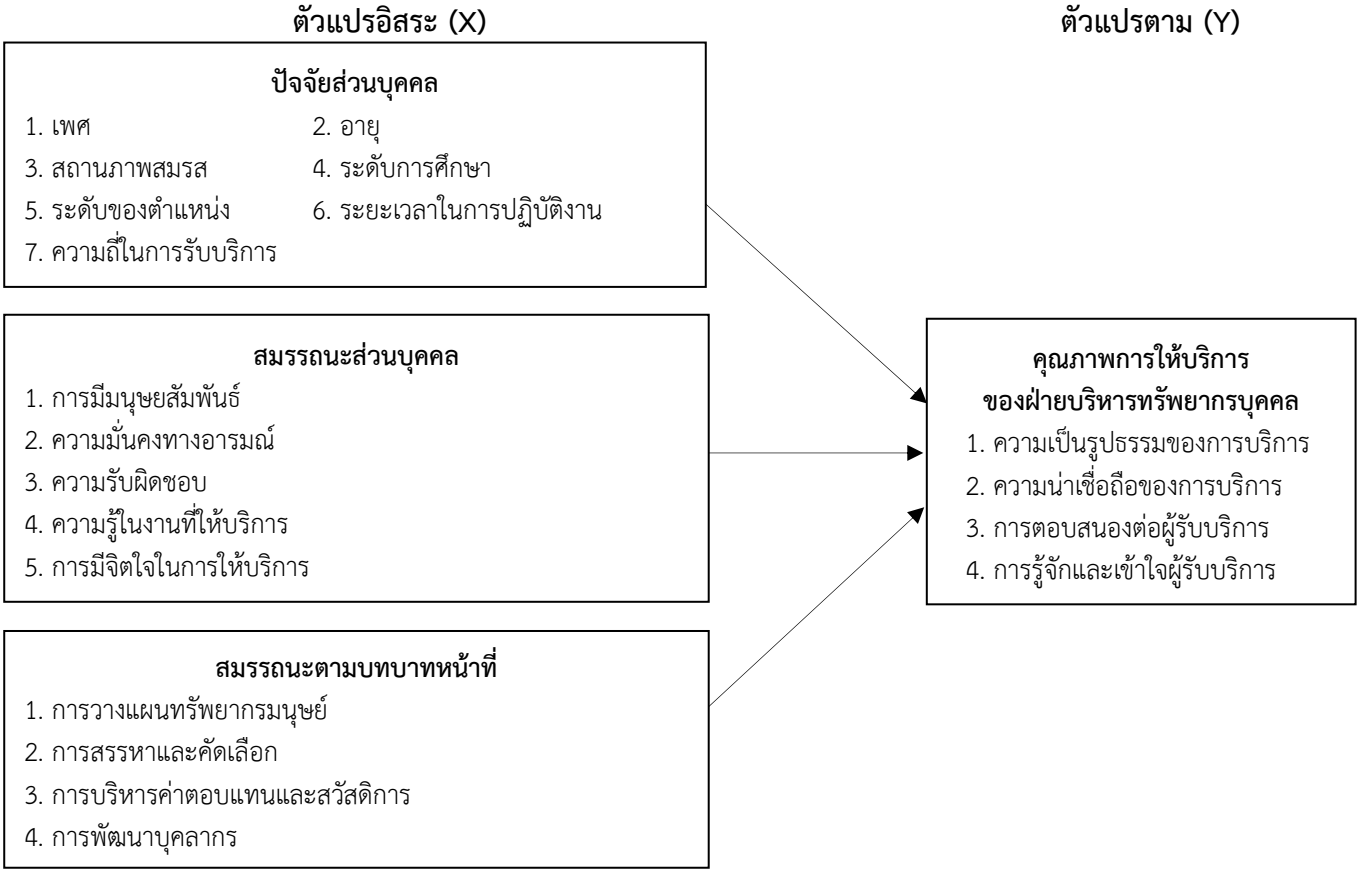
แนวคิดสมรรถนะ (Competency) ของ McClelland (1973) อธิบายว่าสมรรถนะเป็นคุณลักษณะพื้นฐานของบุคคลที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ซึ่งประกอบด้วยความรู้ ทักษะ ความสามารถและคุณลักษณะส่วนบุคคล โดยสมรรถนะเหล่านี้สามารถพัฒนาได้ และมีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ โดยแบ่งสมรรถนะออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ สมรรถนะส่วนบุคคล และสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ ซึ่งสะท้อนถึงทั้งศักยภาพภายในของบุคลากร และความสามารถในการปฏิบัติงานเฉพาะด้านของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล

สมรรถนะส่วนบุคคล ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ การมีมนุษยสัมพันธ์ ความมั่นคงทางอารมณ์ ความรับผิดชอบ ความรู้ในงาน และการมีจิตใจในการให้บริการ ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการให้บริการ จึงเลือกใช้สมรรถนะส่วนบุคคลของ สุภาภรณ์ อุดมลักษณ์ และคณะ (2562) มาปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทการศึกษา

ขณะที่สมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ ประกอบด้วยความสามารถเฉพาะด้าน เช่น การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ การสรรหาและคัดเลือก การบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการ และการพัฒนาบุคลากร ซึ่งสะท้อนถึงความเชี่ยวชาญในงานของบุคลากรฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล ผู้วิจัยเลือกใช้สมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ของ จอมภัค จันทะคัต (2561) มาปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทการศึกษา

ในส่วนของตัวแปรตาม การศึกษานี้ใช้แนวคิดคุณภาพการให้บริการตามแนวคิดของ กาญณ์ระวี อนันตอัครกุล (2565) ซึ่งประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือของการบริการ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ มาปรับใช้ให้เหมาะสมกับกรอบแนวคิด โดยมีความสอดคล้องกับตัวแบบ SERVQUAL ของ Parasuraman et al. (1988) ซึ่งเป็นที่นิยมในการศึกษาคุณภาพการให้บริการ และอธิบายว่าคุณภาพการให้บริการเกิดจากการที่ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองความคาดหวังของผู้รับบริการได้ แบ่งออกเป็น 5 มิติ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความมั่นใจ และความเข้าใจผู้รับบริการ นอกจากนี้ การศึกษายังพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้รับบริการ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ระดับตำแหน่ง ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และความถี่ในการรับบริการ เป็นตัวแปรอิสระ เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการในกลุ่มตัวอย่าง

จากแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าว ผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยเลือกใช้ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะของบุคลากรกับคุณภาพการให้บริการจากงานวิจัยของ จอมภัค จันทะคัต (2561) สุภาภรณ์ อุดมลักษณ์ และคณะ (2562) และกาญณ์ระวี อนันตอัครกุล (2565) มาปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทการศึกษา เพื่อพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะของบุคลากรกับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย ดังนั้น กรอบแนวคิดในการวิจัยนี้จึงสะท้อนความสัมพันธ์เชิงเหตุผลระหว่างสมรรถนะของบุคลากรกับคุณภาพการให้บริการ ภายใต้บริบทขององค์กรด้านสุขภาพ และจากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น สามารถสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้รับบริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย ได้แก่ พยาบาล ผู้ช่วยพยาบาล บุคลากร เจ้าหน้าที่ ในสังกัดโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย จำนวนโดยเฉลี่ยรวม 500 คนต่อเดือน (ข้อมูลสถิติ ณ วันที่ 6 กรกฎาคม 2568) โดยไม่รวมอัตราแพทย์ เนื่องจากแพทย์บางกลุ่มสังกัด คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย บางกลุ่มสังกัดโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย ซึ่งการบริหารด้วยทรัพยากรบุคคลจึงขึ้นอยู่กับสังกัดของแพทย์แต่ละคน

1.2 กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการคำนวณจากสูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนได้ร้อยละ 5 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 223 คน ซึ่งได้มาจากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามหลักสถิติ และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ในการเก็บข้อมูล

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ระดับของตำแหน่ง ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และความถี่ในการรับบริการ

ส่วนที่ 2 สมรรถนะส่วนบุคคลของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ ด้านความมั่นคงทางอารมณ์ ด้านความรับผิดชอบ ด้านความรู้ในงานที่ให้บริการ ด้านการมีจิตใจในการให้บริการ

ส่วนที่ 3 สมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ ด้านการสรรหาและคัดเลือก ด้านการบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการ ด้านการพัฒนาบุคลากร

ส่วนที่ 4 คุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ซึ่งพัฒนาแบบสอบถามตามแนวคิด SERVQUAL โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้จากการศึกษากรอบแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับข้อง รวมถึงผลงานการวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และผ่านการตรวจสอบจากคณะกรรมการที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระเรียบร้อยแล้ว ไปทำการทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับประชากรที่ศึกษา คือ บุคลากร โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย จำนวน 30 คน แล้วนำแบบสอบถามที่ทดลองใช้มาตรวจให้คะแนน และดำเนินการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) กำหนดค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha) ไม่ต่ำกว่า 0.70 ซึ่งเป็นค่าขั้นต่ำที่ยอมรับได้ ผลการวิเคราะห์ของแบบสอบถามชุดนี้ พบว่า ทั้งภาพรวมมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.96 เมื่อจำแนกเป็นรายตัวแปร พบว่า แบบสอบถามข้อมูลสมรรถนะของบุคลากร มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.92 และแบบสอบถามข้อมูลคุณภาพการให้บริการ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.91 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่มีความเชื่อถือ จึงสามารถนำมาเป็นเครื่องมือในการศึกษาได้

3. สมมติฐานการวิจัย

3.1 สมมติฐานที่ 1 ผู้รับบริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล แตกต่างกัน

3.2 สมมติฐานที่ 2 สมรรถนะส่วนบุคคลของบุคลากรมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย

3.3 สมมติฐานที่ 3 สมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ของบุคลากรมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลัก โดยแจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้รับบริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล ได้แก่ พยาบาล ผู้ช่วยพยาบาล บุคลากร เจ้าหน้าที่ ในสังกัดโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย ในช่วงเดือน กันยายน - พฤศจิกายน พ.ศ. 2568 และทำการรวบรวมแบบสอบถามกลับเพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูล โดยคำนึงถึงความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลก่อนดำเนินการวิเคราะห์

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่

5.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้อธิบายข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้รับบริการ โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย ที่มาใช้บริการฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล

5.1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้อธิบายข้อมูลสมรรถนะส่วนบุคคล และสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ของบุคลากรฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล

5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

5.2.1 ค่า F-test โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ระดับของตำแหน่งงาน ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ความถี่ในการรับบริการ กับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล

5.2.2 Fisher's Least Significant Difference (LSD) ใช้เมื่อพบว่ามีความแตกต่างกันเป็นรายคู่โดยเพื่อหาว่าคู่ใดมีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

5.2.3 การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ใช้หาความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะส่วนบุคคล และสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ (ตัวแปรอิสระ) กับ คุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย (ตัวแปรตาม) โดยมีการแปลความหมายความสัมพันธ์ ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2553) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ระดับความสัมพันธ์	ความหมาย
0.91 - 1.00	มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก
0.71 - 0.90	มีความสัมพันธ์ในระดับสูง
0.31 - 0.70	มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
0.01 - 0.30	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
0.00	ไม่มีความสัมพันธ์

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ระดับตำแหน่ง ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และความถี่ในการรับบริการจากฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล พบว่า

1.1 เพศ กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 52.9 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 42.2 และเป็นเพศทางเลือก จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9

1.2 อายุ กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ส่วนใหญ่อายุ 25 - 30 ปี จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมาอายุ 31 - 39 ปี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 30.9 รองลงมอายุ 40 - 49 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 12.6

1.3 สถานภาพสมรส กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ส่วนใหญ่สถานภาพโสด จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 48.9 รองลงมาสถานภาพสมรส จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมาสถานภาพหย่าร้าง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 และสถานภาพหม้าย จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8

1.4 การศึกษา กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ส่วนใหญ่การศึกษาปริญญาตรี จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 66.4 รองลงมาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8

1.5 ตำแหน่ง กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ส่วนใหญ่ตำแหน่งระดับ 3 - 5 จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 47.1 รองลงมาตำแหน่งระดับสูงกว่า 5 จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 และตำแหน่งระดับต่ำกว่า 3 จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9

1.6 ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ส่วนใหญ่มากกว่า 5 ปี จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 48.4 รองลงมา 3 – 5 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 และน้อยกว่า 3 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 25.1

1.7 ความถี่ในการรับบริการ กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ส่วนใหญ่ 3 - 5 ครั้งต่อปี จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 47.1 รองลงมาน้อยกว่า 3 ครั้งต่อปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 และมากกว่า 5 ครั้งต่อปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 20.6

2. ระดับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย

ระดับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล อยู่ในระดับสูง แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล

(n = 223)

คุณภาพการให้บริการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	3.95	0.46	มาก
2. ความน่าเชื่อถือของการบริการ	3.87	0.50	มาก
3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ	3.90	0.50	มาก
4. การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ	3.94	0.57	มาก
รวม	**3.91**	**0.36**	**มาก**

จากตารางที่ 1 ระดับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ *= 3.91, S.D. = 0.36*) เมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการอยู่ในระดับมากที่สูงที่สุด ($\bar{x}$ *= 3.95, S.D. = 0.46*) รองลงมา คือ ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ($\bar{x}$ *= 3.94, S.D. = 0.57*) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ($\bar{x}$ = 3.90, S.D. = 0.50) และด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ ($\bar{x}$ *= 3.87, S.D. = 0.50*)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสมรรถนะส่วนบุคคลของบุคลากรฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล

(n = 223)

สมรรถนะส่วนบุคคล	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การมีมนุษยสัมพันธ์	4.03	0.49	มาก
2. ความมั่นคงทางอารมณ์	3.85	0.52	มาก
3. ความรับผิดชอบ	3.88	0.50	มาก
4. ความรู้ในงานที่ให้บริการ	3.88	0.51	มาก
5. การมีจิตใจในการให้บริการ	3.99	0.46	มาก
รวม	**3.93**	**0.35**	**มาก**

จากตารางที่ 2 พบว่า สมรรถนะส่วนบุคคลของบุคลากรฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = *3.93, S.D. = 0.35*) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สมรรถนะส่วนบุคคลทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยการมีมนุษยสัมพันธ์อยู่ในระดับมากที่สูงที่สุด ($\bar{x}$ = *4.03, S.D. = 0.49*) รองลงมา คือ ด้านการมีจิตใจในการให้บริการ ($\bar{x}$ = *3.99, S.D. = 0.46*) ด้านความรับผิดชอบอยู่ในระดับมากที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากันกับด้านความรู้ในงานที่ให้บริการ ($\bar{x}$ = *3.88, S.D. = 0.50* และ *0.51* ตามลำดับ) และด้านความมั่นคง ($\bar{x}$ = *3.85, S.D. = 0.52*)

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ของบุคลากรฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล

(n = 223)

สมรรถนะตามบทบาทหน้าที่	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การวางแผนทรัพยากรมนุษย์	3.96	0.51	มาก
2. การสรรหาและคัดเลือก	3.84	0.63	มาก
3. การบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการ	3.95	0.47	มาก
4. การพัฒนาบุคลากร	3.90	0.48	มาก
รวม	**3.92**	**0.38**	**มาก**

จากตารางที่ 3 พบว่า สมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ของบุคลากรฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.92, S.D. = 0.38) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยการวางแผนทรัพยากรมนุษย์อยู่ในระดับมากที่สูงที่สุด ($\bar{x}$ = *3.96, S.D. = 0.51*) รองลงมา คือ ด้านการบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการ ($\bar{x}$ = *3.95, S.D. = 0.47*) ด้านการพัฒนาบุคลากร ($\bar{x}$ = *3.90, S.D. = 0.48*) และด้านการสรรหาและคัดเลือก ($\bar{x}$ = *3.84, S.D. = 0.63*)

2. ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างกับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคลจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบของความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศเป็นเพียงปัจจัยเดียวที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล (F = 3.089, p = 0.048) ดังนั้น จึงทำการเปรียบเทียบรายคู่ เพื่อเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศทีละคู่เพื่อดูว่าคู่ใดมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD ตามตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

(n = 223)

ปัจจัยส่วนบุคคล	F	Sig.
เพศ	3.089	.048*
อายุ	.378	.769
สถานภาพสมรส	.322	.810
ระดับการศึกษา	.325	.723
ระดับตำแหน่ง	1.034	.357
ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน	.243	.784
ความถี่ในการรับบริการ	1.365	.257

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของเพศกับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล

(n = 223)

เพศ	$\bar{x}$	ชาย	หญิง	เพศทางเลือก
		3.93	3.88	4.16
ชาย	3.93	-	0.05	0.23*
หญิง	3.88	-	-	0.28*
เพศทางเลือก	4.16	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศกับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล ในภาพรวมพบว่า มีคู่ที่แตกต่างกัน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มบุคลากรที่เป็นเพศทางเลือกกับกลุ่มบุคลากรที่เป็นเพศชาย และกลุ่มบุคลากรที่เป็นเพศทางเลือกกับกลุ่มบุคลากรที่เป็นเพศหญิง โดยกลุ่มบุคลากรที่เป็นเพศทางเลือกมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคลสูงที่สุด ($\bar{x}$ = *4.16*) รองลงมากลุ่มบุคลากรที่เป็นเพศชาย ($\bar{x}$ = *3.93*) และกลุ่มบุคลากรที่เป็นเพศหญิง ($\bar{x}$ = *3.88*) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในขณะที่การเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างบุคคลากรที่เป็นเพศชายกับเพศหญิง ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวสะท้อนว่า กลุ่มผู้รับบริการเพศทางเลือกมีการรับรู้คุณภาพการให้บริการในระดับที่สูงกว่ากลุ่มเพศอื่นอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งอาจเกี่ยวข้องกับความคาดหวัง ประสบการณ์ หรือรูปแบบการรับบริการที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่มเพศ

3. ความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะส่วนบุคคลและสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่กับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย

ความสัมพันธ์ของสมรรถนะส่วนบุคคลกับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล จำแนกรายด้านโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 6) ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าตัวแปรทุกตัวที่ใช้ในงานวิจัยนี้ไม่มีปัญหาความสัมพันธ์ร่วมระหว่างกันที่สูงเกินไป (Multicollinearity) ซึ่งกำหนดไว้ว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Correlation coefficient) ไม่ควรเกิน 0.8 ตามทฤษฎีของ Best, John W. (1977) ทั้งนี้เมื่อพิจารณารายละเอียดความสัมพันธ์ ดังนั้น จึงวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสมรรถนะส่วนบุคคลกับคุณภาพในการให้บริการ ดังปรากฏในตารางที่ 7

ตารางที่ 6 ความสัมพันธ์ของสมรรถนะส่วนบุคคลของบุคลากรกับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล จำแนกรายด้าน

(n=223)

ตัวแปร	การมีมนุษยสัมพันธ์	ความมั่นคงทางอารมณ์	ความรับผิดชอบ	ความรู้ในงานที่ให้บริการ	การมีจิตใจในการให้ บริการ
การมีมนุษยสัมพันธ์	1.000	.384*	.371*	.298*	.401*
ความมั่นคงทางอารมณ์		1.000	.343*	.260*	.386*
ความรับผิดชอบ			1.000	.405*	.429*
ความรู้ในงานที่ให้บริการ				1.000	.430*
การมีจิตใจในการให้บริการ					1.000

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 7 ความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะส่วนบุคคลของบุคลากรกับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล

(n=223)

สมรรถนะส่วนบุคคล	คุณภาพการให้บริการ		ระดับความสัมพันธ์	ลำดับความสัมพันธ์
	r	Sig.		
การมีมนุษยสัมพันธ์	.532	.000*	ปานกลาง	3
ความมั่นคงทางอารมณ์	.458	.000*	ปานกลาง	5
ความรับผิดชอบ	.494	.000*	ปานกลาง	4
ความรู้ในงานที่ให้บริการ	.545	.000*	ปานกลาง	2
การมีจิตใจในการให้บริการ	.597	.000*	ปานกลาง	1
รวม	.744	.000*	สูง	

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 7 พบว่า สมรรถนะส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง (r = .744) และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน หมายความว่า การยกระดับสมรรถนะส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคลที่ดีขึ้น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สมรรถนะส่วนบุคคลทุกด้านมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านการมีจิตใจในการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง (r = .597) และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งหมายความว่า สมรรถนะส่วนบุคคลด้านการมีจิตใจในการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านความรู้ในงานที่ให้บริการ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง (r = .545) และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งหมายความว่า สมรรถนะส่วนบุคคล ด้านความรู้ในงานที่ให้บริการ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง (r = .532) และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งหมายความว่า สมรรถนะส่วนบุคคล ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านความรับผิดชอบ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง (r = .494) และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งหมายความว่า สมรรถนะส่วนบุคคล ด้านความรับผิดชอบ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านความมั่นคงทางอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง (r = .458) และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งหมายความว่า สมรรถนะส่วนบุคคล ด้านความมั่นคงทางอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับให้กับคุณภาพการให้บริการมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 8 ความสัมพันธ์ของสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ของบุคลากรกับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล จำแนกรายด้าน

(n=223)

ตัวแปร	การวางแผนทรัพยากรมนุษย์	การสรรหาและคัดเลือก	การบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการ	การพัฒนาบุคลากร
การวางแผนทรัพยากรมนุษย์	1.000	.384*	.407*	.482*
การสรรหาและคัดเลือก		1.000	.277*	.290*
การบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการ			1.000	.501*
การพัฒนาบุคลากร				1.000

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 8 พบว่า ความสัมพันธ์ของสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ของบุคลากรฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าตัวแปรทุกตัวที่ใช้ในงานวิจัยนี้ไม่มีปัญหาความสัมพันธ์ร่วมระหว่างกันที่สูงเกินไป (Multicollinearity) ซึ่งกำหนดไว้ว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Correlation coefficient) ไม่ควรเกิน 0.8 ตามทฤษฎีของ Best, John W. (1977) ทั้งนี้ เมื่อพิจารณารายละเอียดความสัมพันธ์ ดังนั้น จึงวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่กับคุณภาพในการให้บริการดังปรากฏในตารางที่ 9

ตารางที่ 9 ความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ของบุคลากรกับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล

(n=223)

สมรรถนะตามบทบาทหน้าที่	คุณภาพการให้บริการ		ระดับความสัมพันธ์	ลำดับความสัมพันธ์
	r	Sig.		
การวางแผนทรัพยากรมนุษย์	.558	.000*	ปานกลาง	3
การสรรหาและคัดเลือก	.464	.000*	ปานกลาง	4
การบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการ	.606	.000*	ปานกลาง	2
การพัฒนาบุคลากร	.642	.000*	ปานกลาง	1
รวม	.762	.000*	สูง	

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 9 พบว่า สมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง (r = .762) และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน หมายความว่า การยกระดับสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหาร

ทรัพยากรบุคคลที่ดีขึ้น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ทุกด้านมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สามารถแยกพิจารณาเป็นรายด้านได้ดังนี้

1) ด้านการพัฒนาบุคลากร มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง (r = .642) และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งหมายความว่า สมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ ด้านการพัฒนาบุคลากร มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

2) ด้านการบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง (r = .606) และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งหมายความว่า สมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ ด้านการบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

3) ด้านการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง (r = .558) และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งหมายความว่า สมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ ด้านการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

4) ด้านการสรรหาและคัดเลือก มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง (r = .464) และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งหมายความว่า สมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ ด้านการสรรหาและคัดเลือก มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. ระดับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล พบว่า คุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ รวมถึงด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยนสูงกว่าด้านอื่น สะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคลดำเนินการควบคู่กันทั้งด้านความพร้อมของทรัพยากรและการสร้างความเข้าใจต่อผู้รับบริการ เพื่อยกระดับประสบการณ์การรับบริการและเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร สอดคล้องกับแนวคิด SERVQUAL ของ Parasuraman et al. (1988) ที่ระบุว่า คุณภาพการให้บริการที่ผู้รับบริการรับรู้ในระดับสูงมักเกิดจากการผสมผสานระหว่างความพร้อมด้านกายภาพของบริการ (Tangibility) และความสามารถในการเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) อันเป็นองค์ประกอบสำคัญของคุณภาพการให้บริการโดยรวม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ ธิติวรรณ เหมพิทักษ์ (2565) พบว่า คุณภาพการให้บริการของเทศบาลนครระยองอยู่ในระดับมาก โดยด้านความเข้าใจผู้รับบริการมีระดับคะแนนสูง สะท้อนให้เห็นว่าบทบาทของการใส่ใจผู้รับบริการในการสร้างความพึงพอใจต่อการบริการ สอดคล้องกับ พัชรมน เชื้อนาคะ (2560) ที่พบว่า มิติด้านการให้ความมั่นใจและการตอบสนองต่อความต้องการผู้รับบริการเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการในหน่วยงานด้านสุขภาพ ในขณะที่สมรรถนะส่วนบุคคล ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์และจิตใจในการให้บริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคลไม่ได้เกิดจากระบบงานเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากพฤติกรรมการให้บริการของบุคลากรโดยตรง ดังนั้น องค์กรควรมุ่งเน้นการให้ความสำคัญกับการพัฒนาสมรรถนะการทำงานของบุคลากรให้มีทักษะการเจรจากับผู้รับบริการ ควบคุมอารมณ์ มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย ความเอาใจใส่ในงานที่ปฏิบัติ สอดคล้องกับ วรัสสิญา ศุภธนโชติพงศ์ (2562) พบว่า สิ่งที่ลูกค้าทุกคนคาดหวังที่จะได้รับจากการ บริการในการให้บริการ วัดจากคุณภาพการบริการซึ่งเป็นการวัดคุณภาพจากพิจารณาได้จาก

1) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ที่สามารถสัมผัสจับต้องได้มีลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น โดยลักษณะดังกล่าวจะช่วยให้ลูกค้ารับรู้ว่ามีความตั้งใจในการให้บริการและลูกค้าสามารถเห็นภาพได้ ชัดเจนรวมทั้งยังเกี่ยวข้องกับความน่าเชื่อถือ (Reliability) เป็นการให้บริการที่ตรงตามเวลาที่สัญญา ไว้กับลูกค้างานบริการที่มอบหมายให้แก่ลูกค้าทุกครั้งต้องมีความถูกต้อง โดยมีการตอบสนองลูกค้า เป็นความตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า อย่างรวดเร็ว ไม่ให้รอคิวนาน มีความกระตือรือร้น ควบคู่กับการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) การบริการจากพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูล ที่ถูกต้องและการเข้าใจลูกค้า โดยพนักงานที่ให้บริการลูกค้าแต่ละรายด้วยความเอาใจใส่และให้ความเป็นกันเองและดูแลลูกค้าเปรียบเสมือนญาติ

2. ความแตกต่างกับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคลจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เพศเป็นปัจจัยเดียวที่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ขณะที่ปัจจัยส่วนบุคคลที่ไม่พบความแตกต่าง คือ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ระดับของตำแหน่ง ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ความถี่ในการรับบริการ ผลการศึกษาดังกล่าวสะท้อนว่า การรับรู้คุณภาพการให้บริการอาจได้รับอิทธิพลจากมิติทางสังคมและจิตวิทยามากกว่าปัจจัยเชิงโครงสร้าง เช่น อายุหรือระดับการศึกษา โดยเฉพาะในบริบทของการบริการที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ในเชิงทฤษฎี สามารถอธิบายได้ว่า เพศมีผลต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการและอคติในการรับรู้การให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับ กรกนก อนรรฆธนะกุล (2564) ที่พบว่า ผู้รับบริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทบุคคล และความถี่ในการใช้บริการ ไม่มีผลต่อการรับรู้แนวปฏิบัติของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการงานทะเบียน และไม่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการงานทะเบียน ส่วนผู้รับบริการที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการที่แตกต่างกัน มีผลต่อรับรู้แนวปฏิบัติของผู้รับบริการและการรับรู้คุณภาพบริการที่มีต่อการให้บริการงานทะเบียนแตกต่างกัน

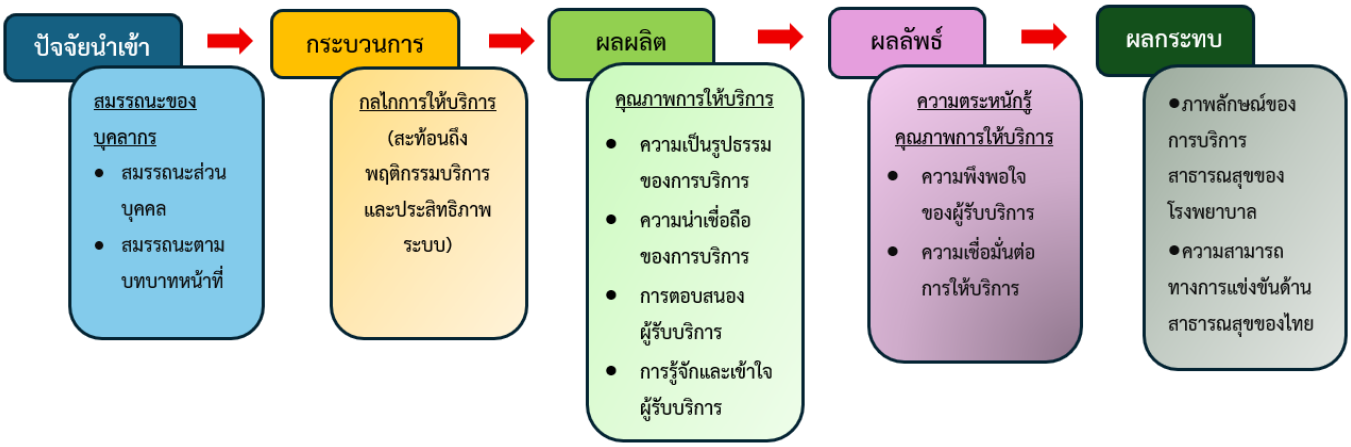
3. ความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะส่วนบุคคลและสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่กับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะของบุคลากรกับคุณภาพการให้บริการ ผลการวิจัยพบว่าสมรรถนะของบุคลากรทั้งในด้านสมรรถนะส่วนบุคคลและสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ ในภาพรวมอยู่ในระดับสูง มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดสมรรถนะของ McClelland, D. C. (1973) ที่ระบุว่า สมรรถนะเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและเป็นตัวแปรเชิงลึกที่สามารถอธิบายความแตกต่างของผลการปฏิบัติงานระหว่างบุคคล ในมิติของสมรรถนะส่วนบุคคล ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า คุณลักษณะเชิงพฤติกรรม เช่น มนุษยสัมพันธ์ ความรับผิดชอบ และการมีจิตใจในการให้บริการมีบทบาทสำคัญต่อประสบการณ์ของผู้รับบริการซึ่งเป็นจุดสัมผัสหลักระหว่างองค์กรกับผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาภรณ์ อุดมลักษ์ และคณะ (2562) ได้แบ่งองค์ประกอบของสมรรถนะด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ไว้ดังนี้ การมีมนุษยสัมพันธ์ ความมั่นคงทางอารมณ์ ความรับผิดชอบ ความรู้ในงานที่ให้บริการ และการมีจิตใจในการให้บริการ สรุปได้ว่าองค์ประกอบหลักของสมรรถนะ ประกอบด้วย ความรู้ ทักษะ คุณลักษณะส่วนบุคคล ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของบุคคล สามารถปฏิบัติงานได้อย่างคล่องแคล่ว แสดงถึงศักยภาพของแต่ละบุคคล เพื่อพัฒนาตนเองต่อหน้าที่การทำงาน การแลกเปลี่ยนความรู้เฉพาะด้าน มีความมุ่งมั่น กระตือรือร้น บุคคลเหล่านี้จะประสบความสำเร็จในหน้าที่การทำงาน

ขณะที่ความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่กับคุณภาพการให้บริการ ผลการวิจัยพบว่า สมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ประกอบด้วยการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ การสรรหาและคัดเลือก การบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการและการพัฒนาบุคลากร ซึ่งในภาพรวมอยู่ในระดับสูง มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สมรรถนะตามบทบาทหน้าที่เกี่ยวข้องกับความรู้และทักษะเฉพาะทาง มีผลต่อประสิทธิภาพของระบบบริการ เช่น ความรวดเร็ว ความถูกต้อง ความเข้าใจผู้อื่น และความต่อเนื่องของการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย วรัญญา มะสุนสืบ (2565) ได้อธิบายไว้ว่า สมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ คือ คุณลักษณะพื้นฐานที่แสดงออกมาด้าน ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) และคุณลักษณะส่วนบุคคล (Personal characteristic of attributes) รวมถึงความคิดความเชื่อ ที่ส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมที่จำเป็นและมีผลให้บุคคลนั้นปฏิบัติงานในงานที่ความรับผิดชอบของตนได้ดี

ตามที่ได้รับมอบหมาย มีประสิทธิภาพสูงและมีส่วนอย่างมากที่ทำให้องค์กรประสบผลสำเร็จ มีความเชี่ยวชาญ ความรู้ ทักษะตามสายงานเฉพาะด้าน และนำความรู้ ประสบการณ์ ที่มีสามารถนำมาประยุกต์ปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ได้

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ใหม่จากการศึกษานี้จึงเสนอว่า การพัฒนาคุณภาพการให้บริการในองค์กรด้านสุขภาพจำเป็นต้องใช้แนวทางแบบบูรณาการ (Integrated approach) บนพื้นฐานกรอบเหตุผลสัมพันธ์ (Logical Framework) โดยมีจุดเริ่มต้น (ปัจจัยนำเข้า) สำคัญในการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากร ซึ่งประกอบด้วยสมรรถนะส่วนบุคคลและสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ อันสอดคล้องกับแนวคิดด้านทุนมนุษย์ (Human Capital) ที่มองว่าความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะเชิงพฤติกรรมของบุคลากรเป็นตัวกำหนดศักยภาพขององค์กรในการสร้างคุณค่าเชิงบริการ โดยสมรรถนะของบุคลากรเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดประสิทธิภาพของกลไกการให้บริการ (กระบวนการ) ที่เน้นความรวดเร็วและประสิทธิภาพของระบบ ซึ่งสามารถเชื่อมโยงกับแนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management: NPM) ที่มุ่งเพิ่มประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการแปลงทรัพยากรให้กลายเป็นผลผลิตที่มีคุณภาพ (ผลผลิต) ซึ่งสามารถวัดและประเมินได้โดยตรงจากการดำเนินงานขององค์กร ในขณะนี้ผลลัพธ์สะท้อนถึงความตระหนักรู้ของผู้รับบริการต่อคุณภาพการให้บริการ ซึ่งแสดงออกผ่านระดับความพึงพอใจและความเชื่อมั่นต่อองค์กร และนำไปสู่การรับรู้ของผู้รับบริการ ก่อนจะก่อให้เกิดผลกระทบระยะยาวในระดับมหภาค ได้แก่ ภาพลักษณ์ของระบบบริการสาธารณสุข และความสามารถในการแข่งขันของประเทศในด้านสาธารณสุข โดยสะท้อนแนวคิดธรรมาภิบาล (Good Governance) และการพัฒนาขีดความสามารถของรัฐ (State Capacity) ที่เชื่อมโยงคุณภาพบริการสาธารณะกับความเชื่อมั่นและศักยภาพของประเทศในเวทีสากล



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ด้านระดับคุณภาพการให้บริการ พบว่า การให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคลในภาพรวมอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะมิติด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความพร้อมของสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สนับสนุนการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม มิติด้านความน่าเชื่อถือยังเป็นประเด็นที่ควรได้รับการพัฒนาเพิ่มเติม เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจและความเชื่อถือของผู้รับบริการในระยะยาว

2. ผลการศึกษาการเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพการให้บริการตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลในส่วนของ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ระดับของตำแหน่ง ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ความถี่ในการรับบริการ ไม่ได้มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญ ยกเว้นปัจจัยด้านเพศ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการรับรู้คุณภาพการให้บริการได้รับอิทธิพลจากทางสังคมและพฤติกรรมบางประการ อย่างไรก็ตาม การที่ปัจจัยส่วนบุคคล

ส่วนใหญ่ไม่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการ แสดงให้เห็นถึงลักษณะของการให้บริการที่มีความเป็นมาตรฐานและครอบคลุมผู้รับบริการอย่างเท่าเทียม

3. สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะส่วนบุคคลและสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่กับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล พบว่า สมรรถนะของบุคลากรทั้งในด้านสมรรถนะส่วนบุคคลและสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า การพัฒนาศักยภาพของบุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญในการยกระดับคุณภาพการให้บริการ โดยสมรรถนะส่วนบุคคลมีบทบาทในการส่งเสริมพฤติกรรมการให้บริการที่เหมาะสม ขณะที่สมรรถนะตามบทบาทหน้าที่มีบทบาทในการเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการทำงานและระบบบริการ เพื่อให้องค์กรดำเนินงานได้ตามเป้าหมายที่วางไว้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 พัฒนาสมรรถนะของบุคลากรแบบบูรณาการ หน่วยงานควรกำหนดนโยบายและแผนพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรให้ครอบคลุมทั้งสมรรถนะส่วนบุคคล (เช่น มนุษยสัมพันธ์ การมีจิตในการบริการ และความรับผิดชอบ) และสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ (เช่น การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ การสรรหา และการพัฒนาบุคลากร) เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างสมดุล ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อการยกระดับคุณภาพการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 องค์กรปรับปรุงระบบการให้บริการเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ จากผลการวิจัยที่พบว่ามิติด้านความน่าเชื่อถือมีระดับต่ำกว่ามิติอื่น องค์กรควรพัฒนากระบวนการทำงานให้มีความถูกต้อง รวดเร็ว และสม่ำเสมอมากยิ่งขึ้น เช่น การนำระบบดิจิทัลมาใช้ในการบริหารจัดการข้อมูล การกำหนดมาตรฐานการให้บริการและการติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ

1.3 องค์กรควรพัฒนาระบบการให้บริการที่ตอบสนองความหลากหลายของผู้รับบริการ องค์กรควรออกแบบการให้บริการโดยคำนึงถึงความแตกต่างของผู้รับบริการ เช่น เพศ และลักษณะความต้องการที่แตกต่างกัน โดยเน้นการพัฒนาทักษะการสื่อสารของบุคลากร และการสร้างประสบการณ์การให้บริการที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้ใช้บริการแต่ละประเภท เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการตอบสนองและความพึงพอใจของผู้รับบริการ

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การขยายขอบเขตการศึกษาไปยังหน่วยงานหรือองค์กรอื่นการศึกษาครั้งต่อไปควรขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังโรงพยาบาลหรือหน่วยงานด้านสาธารณสุขอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบผลการศึกษาและเพิ่มความสามารถในการอ้างอิงเชิงทั่วไปของผลการวิจัย

2.2 ศึกษาเพิ่มเติมโดยการใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณการศึกษาในอนาคตอาจใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรม ทัศนคติ และปัจจัยเชิงบริบทที่ส่งผลต่อสมรรถนะและคุณภาพการให้บริการ ซึ่งจะช่วยเสริมความสมบูรณ์ของผลการวิจัย

2.3 ศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับตัวแปรอื่นที่อาจส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ เช่น ภาวะผู้นำ แรงจูงใจในการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กร หรือวัฒนธรรมองค์กร เพื่อให้เข้าใจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการขององค์กรอย่างรอบด้านยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรกนก อนรรฆธนะกุล. (2564). *การรับรู้แนวปฏิบัติ และคุณภาพบริการของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการ ของงานทะเบียน คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี* (รายงานฉบับสมบูรณ์). ปทุมธานี: คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

กระทรวงสาธารณสุข. (2565). *แผนยุทธศาสตร์กระทรวงสาธารณสุข พ.ศ. 2565–2569* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: กระทรวงสาธารณสุข.

กฤษติยาภรณ์ อินต๊ะ. (2563). *คุณภาพบริการของแผนกผู้ป่วยในโรงพยาบาลเอกชนจังหวัดเชียงราย*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง).

กาญณ์ระวี อนันตอัครกุล. (2565). *การรับรู้คุณค่าและคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจ และการซื้อซ้ำอาหารจากรถอาหารเคลื่อนที่-ฟู้ดทรัค* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

แก้วตา ผู้พัฒนพงศ์ และ นิคม เจียรจินดา. (2561). สมรรถนะของผู้ปฏิบัติงานกับคุณภาพการให้บริการขององค์การ. *วารสารเกษมบัณฑิต, 19*(ฉบับพิเศษ), 1-13.

จอมภัค จันทะคัต. (2561). ปัจจัยสมรรถนะที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานของอาจารย์สถาบันอุดมศึกษา ในจังหวัดนครราชสีมา. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย, 7*(1), 162–177.

ช่อดาว เมืองพรหม. (2562). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลธนบุรี.* (รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม).

ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2553). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย.* (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตการพิมพ์

ธิติวรรณ เหมพิทักษ์. (2565). *คุณภาพการให้บริการของเทศบาลนครระยอง อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง*. (รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา).

พัชรมน เชื้อนาคะ. (2560). *คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการในแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า*. (การจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล).

วรัญญา มะสุนสืบ. (2565). สมรรถนะด้านการบริหารของหัวหน้างานตามทัศนะของผู้บริหาร กรณีศึกษาบริษัทผลิตชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์แห่งหนึ่ง ในนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ระยอง. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา).

วรัสสิญา ศุภธนโชติพงศ์. (2562). *คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการซ้ำของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาพื้นที่ส่วนกลางกรุงเทพมหานคร ภาค203.* (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).

ศิวพร วิยะวงศ์. (2564). *แนวทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์เพื่อสนับสนุนให้เกิดองค์กรที่มุ่งเน้นการสร้าง ผลงานและขับเคลื่อนด้วยศักยภาพของบุคลากรเป็นสำคัญ*. (การจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล).

สุภาภรณ์ อุดมลักษณ์, เบญจวรรณ นันทชัย, นีรชา รุ่งเรืองลาภไพศาล และ อิสรา โยริยะ. (2562). สมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการและกลยุทธ์ในการจัดการเรียนการสอนที่ส่งเสริมสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการของนิสิตพยาบาล. *วารสารสมาคมพยาบาลแห่งประเทศไทยฯ สาขาภาคเหนือ, 27*(1), 92-100.

Best, J. W. (1977). *Research Education*. (3rd ed). Englewod cliffs: N.J.: Prentice-Hall Inc.

McClelland, D. C. (1973). Testing for competence rather than for intelligence. *American Psychologist*, *28*(1), 1–14.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, *64*(1), 12–40.

World Bank. (2016). *Live long and prosper: Aging in East Asia and Pacific*. Washington, DC: World Bank.

_____. (2021). *Thailand economic monitor: Restoring incomes; recovering jobs*. Washington, DC: World Bank.

World Health Organization. (2025). *Ageing and health*. Retrieved from https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/ageing-and-health.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3rd ed.). New York: Harper & Row.

JSSP: Journal of Social Science Panyapat, 2026. 8(2): 247-262.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSSP
Journal of Social Science Panyapat
https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSSP/index

Research Article

Guidelines For Applying 21st Century Skills in Academic Administration Based on the Four Iddhipata Principles of School Administrators Under the Office of Suratthani Primary Educational Service Area Office 1

Supachok Kidmoh[1*] and Boonsong Thongiang[2]

[1] *Master of education program in education administration, Faculty of education, Mahamakut buddhist university, Thailand*

[2] *Faculty of education, Mahamakut buddhist university, Thailand*

[*] *Corresponding author. E-mail: supachokkidmoh@gmail.com*

ABSTRACT

This research aimed to: 1) study the current state of 21st-century skills utilization in academic administration by school administrators; 2) draft guidelines for developing 21st-century skills in academic administration based on the Four Noble Truths (Iddhipata); and 3) evaluate the accuracy, appropriateness, and feasibility of the guidelines for developing 21st-century skills in academic administration based on the Four Iddhipata Principles of School Administrators under the Office of Suratthani Primary Educational Service Area Office 1. The sample consisted of 292 teachers from the Surat Thani Primary Educational Service Area Office 1, 7 experts who drafted the guidelines, and 5 experts who evaluated the guidelines. Both quantitative and qualitative research methods were employed. The research instruments included questionnaires, semi-structured interviews, and appropriateness evaluation forms. Statistical analyses included frequency, percentage, mean, and standard deviation. The research findings showed that: 1) The overall level of utilization of 21st-century skills for academic administration by school administrators under the Surat Thani Primary Educational Service Area Office 1 was found to be moderate. 2) The guidelines for developing 21st-century skills for academic administration based on the Four Noble Truths (Iddhipata) consist of 6 areas and 54 approaches. These are systemic approaches that integrate the Four Noble Truths with key 21st-century skills, focusing on defining a vision, creating a learning culture, personnel participation, the use of data and digital technology, and effective communication. These approaches are consistent with the context of educational institutions and can be applied to concretely and sustainably improve the efficiency of academic administration. 3) The results of the assessment of the accuracy, appropriateness, and feasibility of the guidelines for developing the use of 21st-century skills for academic administration based on the Four Noble Truths (Iddhipata) of school administrators affiliated with the Surat Thani Primary Educational Service Area Office 1 showed that all items were at the highest level.

Keywords: 21st-Century Skills, Academic Administration, Four Iddhipata Principles

Received: 18 April 2026;
Revised: 23 June 2026;
Accepted: 26 June 2026

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat
ISSN: 3027-6748 (Online)

แนวทางการใช้ทักษะในศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการตามหลักอิทธิบาท 4 ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1

ศุภโชค คิดเหมาะ[1*] และ บุญส่ง ทองเอียง[2]

[1] *ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย ประเทศไทย*

[2] *คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย ประเทศไทย*

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

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา 2) างแนวทางการพัฒนาการใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการตามหลักอิทธิบาท 4 และ 3) ประเมินความถูกต้อง ความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนาการใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการตามหลักอิทธิบาท 4 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 จำนวน 292 คน ผู้ทรงคุณวุฒิร่างแนวทาง จำนวน 7 คน และผู้ทรงคุณวุฒิประเมินแนวทาง จำนวน 5 คน โดยวิธีวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และแบบประเมิน ความเหมาะสม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า 1) สภาพการใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 พบว่า โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง 2) แนวทางการพัฒนาการใช้ทักษะในศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการตามหลักอิทธิบาท 4 ของผู้บริหารสถานศึกษา พบว่า ประกอบด้วย 6 ด้าน 54 แนวทาง โดยมีลักษณะเป็นแนวทางเชิงระบบที่บูรณาการหลักอิทธิบาท 4 เข้ากับทักษะสำคัญในศตวรรษที่ 21 มุ่งเน้นการกำหนดวิสัยทัศน์ การสร้างวัฒนธรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้ การมีส่วนร่วมของบุคลากร การใช้ข้อมูลและเทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหาร และการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งแนวทางดังกล่าวมีความสอดคล้องกับบริบทของสถานศึกษาและสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการบริหารงานวิชาการได้อย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน 3) ผลการประเมินความถูกต้อง ความเหมาะสม และความเป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนาการใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการตามหลักอิทธิบาท 4 ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดในทุกข้อ

คำสำคัญ: ทักษะศตวรรษที่ 21, การบริหารวิชาการ, อิทธิบาท 4

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat

บทนำ

ในยุคศตวรรษที่ 21 ระบบการศึกษาต้องเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว ทั้งด้านเทคโนโลยี โลกาภิวัตน์ และความคาดหวังที่หลากหลายจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (พัฒนพงษ์ แสงพันธ์, 2566) ส่งผลให้สถานศึกษาภายใต้สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานีเขต 1 จำเป็นต้องเร่งปรับตัวเพื่อยกระดับคุณภาพการเรียนรู้ให้มีมาตรฐานสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ อย่างไรก็ตาม การขับเคลื่อนงานวิชาการซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการปฏิรูปการศึกษายังมีความท้าทายในการพัฒนาทักษะของผู้บริหารและการจัดการเรียนการสอนให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้ผู้เรียนเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างทั่วถึงและมีทักษะที่จำเป็นในอนาคต

ผู้บริหารสถานศึกษาเปรียบเสมือนกลไกหลักในการนำพาองค์กรให้รอดพ้นจากวิกฤตการเปลี่ยนแปลง จึงจำเป็นต้องมีทักษะในศตวรรษที่ 21 ทั้งการคิดวิเคราะห์ การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ควบคู่ไปกับการมีคุณธรรมในการบริหารจัดการ โดยเฉพาะการประยุกต์ใช้หลัก “อิทธิบาท 4” อันประกอบด้วย ฉันทะ (ความรักในงาน) วิริยะ

(ความเพียรพยายาม) จิตตะ (ความเอาใจใส่) และวิมังสา (การใช้ปัญญาพิจารณาไตร่ตรอง) ซึ่งเป็นหลักธรรมที่จะช่วยส่งเสริมให้การดำเนินงานวิชาการ ทั้งการพัฒนาหลักสูตร การจัดการเรียนรู้ และการนิเทศการศึกษา เป็นไปอย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพ นำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายสถานศึกษาอย่างยั่งยืน (พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี, 2551)

ปัจจุบันมีการศึกษาเกี่ยวกับทักษะผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 และการบริหารงานวิชาการอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกันยังพบการศึกษาที่นำหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา โดยเฉพาะหลักอิทธิบาท 4 มาใช้ในการบริหารองค์กรและการพัฒนาประสิทธิภาพการทำงาน จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่ผ่านมา พบว่ายังขาดการบูรณาการองค์ความรู้ระหว่าง ทักษะในศตวรรษที่ 21 กับ หลักอิทธิบาท 4 เพื่อใช้เป็นแนวทางในการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาโดยตรง โดยเฉพาะในบริบทของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 ซึ่งมีบริบทด้านทรัพยากร บุคลากร และความพร้อมทางเทคโนโลยีที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ ยังไม่พบแนวทางเชิงปฏิบัติที่ชัดเจนในการประยุกต์ใช้หลักอิทธิบาท 4 ร่วมกับทักษะการบริหารสมัยใหม่ เพื่อพัฒนาการบริหารงานวิชาการให้เกิดประสิทธิผลอย่างเป็นรูปธรรม

จากสภาพปัญหาและความสำคัญที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาเพื่อเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว โดยศึกษาแนวทางการใช้ทักษะในศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการตามหลักอิทธิบาท 4 ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการพัฒนาขีดความสามารถในการบริหารงานวิชาการให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด บูรณาการทั้งทักษะสมัยใหม่และหลักพุทธธรรมเข้าด้วยกัน เพื่อยกระดับคุณภาพการศึกษา พัฒนาบุคลากร และสร้างผลลัพธ์ที่ดีที่สุดแก่ผู้เรียนตามความมุ่งหมายของการจัดการศึกษา และเพื่อให้ได้องค์ความรู้และแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาศักยภาพผู้บริหาร ยกระดับคุณภาพการบริหารงานวิชาการและส่งเสริมคุณภาพการศึกษาให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในยุคปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

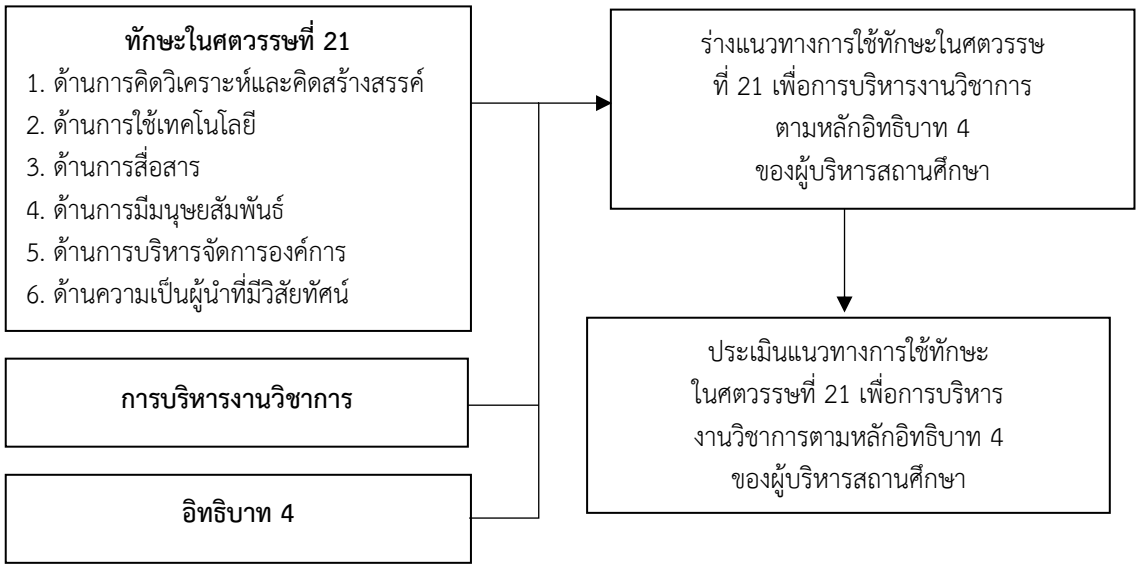
1. เพื่อศึกษาสภาพการใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1
2. เพื่อร่างแนวทางการพัฒนาการใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการ ตามหลักอิทธิบาท 4 ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1
3. เพื่อประเมินความถูกต้อง ความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนาการใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการตามหลักอิทธิบาท 4 ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาทักษะศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการตามหลักอิทธิบาท 4 ของผู้บริหารสถานศึกษา ซึ่งทักษะในศตวรรษที่ 21 เป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งในระบบการศึกษา โดยเฉพาะผู้บริหารที่ต้องนำทักษะดังกล่าวมาปรับใช้การบริหารสถานศึกษาให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า มีนักวิชาการได้นำเสนอ องค์ประกอบของทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ไว้หลายท่าน ดังนี้ Katz (1955) Drake and Roe (1986) Gurr (2017) วัฒนา อภิวัน (2564) อติกาญจน์ ศรีสังข์ (2564) สัตตบุษย์ โพธิรุท (2564) สุณิสา แพทย์พิพัฒน์ (2564) ธณัฐชา ปัญสังกา (2565) มธุภาณี อิมบุตร (2565) สมบูรณ์ หวังโส๊ะ (2565) ณัฐพล วัฒนาชัยมงคล (2565) กฤตเมธ เกิดบ้านเป้า (2565) นิภาพร รอดไพบูลย์ (2565) จันทิมา อำมโภช (2565) วิวรรชน์ เชื้อจิตร (2566) คามิน คีรีอยู่ลือ (2566) สุพัตรา ผลประสาท (2566) และพัฒนพงษ์ แสงพันธ์ (2566) ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบของทักษะของผู้บริหารในศตวรรษที่ 21 ที่ได้จากการสังเคราะห์มี 17 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านการบริหารจัดการองค์การ 2) ด้านความรู้ความคิดรวบยอด 3) ด้านการสื่อสาร 4) ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ 5) ด้านการใช้เทคโนโลยี 6) ด้านการตัดสินใจ 7) ด้านการแก้ปัญหา 8) ด้านการทำงานเป็นทีม 9) ด้านความเป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ 10) ด้านการคิดวิเคราะห์ และคิดสร้างสรรค์ 11) ด้านคุณธรรม

และจริยธรรม 12) ด้านความเป็นผู้นำ 13) ด้านการสร้างสรรค์นวัตกรรม 14) ด้านการศึกษาและการสอน 15) ด้านการวางแผนและพัฒนาหลักสูตร 16) ด้านการพัฒนาบุคลากร 17) ด้านการวิจัยและการประเมินผล

แต่สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์พิจารณาจากองค์ประกอบที่มีความถี่สูง (มีความถี่ตั้งแต่ 9 ขึ้นไป) ได้องค์ประกอบจำนวน 6 องค์ประกอบ คือ 1) ทักษะด้านการคิดวิเคราะห์ และคิดสร้างสรรค์ 2) ทักษะด้านการใช้เทคโนโลยี 3) ทักษะด้านการสื่อสาร 4) ทักษะด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ 5) ทักษะด้านการบริหารจัดการองค์การ และ 6) ทักษะด้านความเป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ และการบริหารงานวิชาการตามหลักอิทธิบาท 4 และนำมาสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังแผนภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

1. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ครูในสถานศึกษา จำนวน 116 โรงเรียน รวม 1,311 คน และผู้บริหารสถานศึกษาในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 จำนวน 116 คน

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 จำนวน 292 คน ได้จากการกำหนดขนาดกลุ่มเป้าหมายจากตารางเครจซี่ และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ใช้วิธีสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 7 คน ประกอบด้วย ผู้อำนวยการโรงเรียน โรงเรียนละ 1 คน รวมทั้งหมด 7 คน สำหรับการสัมภาษณ์เพื่อร่างแนวทาง และผู้ทรงคุณวุฒิ ประกอบด้วย ผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 จำนวน 5 คน สำหรับการประเมินความถูกต้อง ความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของแนวทาง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 แบบสอบถามความคิดเห็นของครูเกี่ยวกับสภาพ และความต้องการในการใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา ซึ่งแบบสอบถามความคิดเห็นของครูเกี่ยวกับสภาพการใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา โดยแบ่งเป็น 6 ด้าน มีวิธีการสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

1) ศึกษาเอกสาร ตำรา หลักการ แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพ และความต้องการ การใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาแล้วนำมาประมวลความรู้ที่ศึกษามาเป็นกรอบแนวคิดและกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2) สร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดให้ครอบคลุมขอบข่ายนิยามศัพท์และนำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษา

3) นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและพิจารณา ให้ข้อเสนอแนะและนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อประเมินความเที่ยงตรง เชิงเนื้อหา (Content validity) ด้านความสอดคล้อง (Item Objective Congruence Index: IOC) ข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายหรือเนื้อหาที่ต้องการ (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) ผลการวิเคราะห์ค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา พบว่า ข้อคำถามจำนวน 56 ข้อ ค่า IOC 0.5 ขึ้นไป จำนวน 56 ข้อ และค่า IOC ทั้งฉบับคือ 0.91 ซึ่งถือว่า มีความเที่ยงตรงตามเนื้อหา

4) นำแบบสอบถามที่ผ่านการเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ไปทดลองใช้ (Try out) กับครูที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 คน

5) นำแบบสอบถามฉบับที่สมบูรณ์ที่ผ่านการทดลองมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficients) ของ ครอนบาค (Cronbach, 1990) ผลการวิเคราะห์ พบว่า มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ คือ .968

2.2 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) มีลักษณะเป็นแบบสัมภาษณ์ปลายเปิดเกี่ยวกับ แนวทางการพัฒนาการใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการตามหลักอิทธิบาท 4 ของผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 8 ข้อมีวิธีการสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

1) ศึกษาเอกสาร หลักการ แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาการใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการตามหลักอิทธิบาท 4 ของผู้บริหารสถานศึกษา และหลักการสร้างแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง

2) กำหนดประเด็นคำถาม สร้างแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และนำแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษา

3) นำแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ส่งให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการศึกษา เพื่อพิจารณาความสมบูรณ์ถูกต้องตามหลักวิชา และตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) แล้วนำผลการพิจารณามาวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาด้วยวิธีการหาดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence: IOC) ผลการวิเคราะห์ค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา พบว่า ทุกข้อมีค่า IOC เท่ากับ 1.00 ซึ่งถือว่า มีความเที่ยงตรงตามเนื้อหา

4) นำแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างมาแก้ไขปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญและทำการเสนอผู้เชี่ยวชาญชุดเดิม ตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้งและแก้ไขปรับปรุงให้เครื่องมือ มีความ ถูกต้องและเหมาะสมก่อนนำไปใช้จริง และนำแบบแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมายต่อไป

2.3 แบบประเมินความถูกต้อง ความเหมาะสม และความเป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนาการใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการตามหลักอิทธิบาท 4 ของผู้บริหารสถานศึกษา แบบประเมินความถูกต้อง ความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนาการใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการตามหลักอิทธิบาท 4 ของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา สุราษฎร์ธานี เขต 1 มีวิธีการสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

1) ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องการสร้างแบบประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้และสร้างแบบประเมินแบบประเมินความถูกต้อง ความเหมาะสม และความเป็นไปได้

2) นำแบบประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ เสนอผู้เชี่ยวชาญชุดเดิม จำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบเนื้อหาและความสอดคล้องของข้อคำถามกับองค์ประกอบแล้ววิเคราะห์หาค่าความสอดคล้องด้วยดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) และพิจารณาเลือกข้อรายการที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ถึง 1.00 ผลการวิเคราะห์ค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา พบว่า ทุกข้อมีค่า IOC เท่ากับ 1.00 ซึ่งถือว่า มีความเที่ยงตรงตามเนื้อหา

3) นำแบบประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ แก้ไขปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ และทำการเสนอผู้เชี่ยวชาญชุดเดิมตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสม ของเนื้อหาสาระ ประเด็นคำถามที่ครอบคลุม อีกครั้ง และแก้ไขปรับปรุงให้มีความถูกต้อง และเหมาะสมก่อนนำไปใช้จริง

4) จัดพิมพ์แบบประเมินความเหมาะสม และความเป็นไปได้ที่มีความสมบูรณ์ เป็นฉบับจริง แล้วนำไปใช้จริงกับผู้ให้ข้อมูล

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล และดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1) ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามผ่านระบบ Google from ถึงผู้บริหารโรงเรียนผ่านระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ (My Office 2569) โดยทำเป็น QR Code

2) ผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามจากรายงาน Google from มาตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ แล้วดำเนินการวิเคราะห์ สรุปผลการวิเคราะห์ตามขั้นตอนการวิจัย

3) ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ให้ได้ครบทุกคนตามจำนวนที่ต้องการ เพื่อเตรียมนำไปวิเคราะห์ข้อมูลและจัดทำเป็นร่างแนวทาง

4) รวบรวมแบบประเมินร่างรูปแบบแนวทางการพัฒนาการใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการตามหลักอิทธิบาท 4 ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล ในการจัดทำแนวทาง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1) วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของครูเกี่ยวกับสภาพการดำเนินการใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา และวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบความเหมาะสม และความเป็นไปได้ของแนวทางโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยแปลความหมายค่าเฉลี่ยด้วยการกำหนดเกณฑ์สัมบูรณ์ในการประเมินความคิดเห็น 5 ระดับ

2) การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบบันทึกการสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาการใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการตามหลักอิทธิบาท 4 ของผู้บริหารสถานศึกษา โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

3) วิเคราะห์ข้อมูลจากการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ด้วยการหลอมรวมประเด็นข้อมูล และเป็นการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งเป็นแบบตรวจสอบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) กำหนดค่าคะแนนเป็น 5 ระดับ (บุญชม ศรีสะอาด, 2560)

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. ระดับสภาพการใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1

ระดับสภาพการใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 โดยรวม ระดับความเสี่ยงอยู่ใน ระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = *3.21, S.D. = 0.61*) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการบริหารจัดการองค์การ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}$ = *3.24, S.D. =* 0.65) รองลงมา คือ ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ ($\bar{X}$ = 3.23, S.D. = 0.59) ด้านการคิดวิเคราะห์และคิดสร้างสรรค์ ($\bar{X}$ = *3.21, S.D. =* 0.62) ด้านความเป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ ($\bar{X}$ = *3.19, S.D. =* 0.64) ด้านการใช้เทคโนโลยี ($\bar{X}$ = *3.19, S.D. =* 0.60) และด้านการสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X}$ = *3.18, S.D. =* 0.59) ตามลำดับ

2. ผลการร่างแนวทางการพัฒนาการใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการตามหลักอิทธิบาท 4 ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา สุราษฎร์ธานี เขต 1

ผู้วิจัยได้ศึกษาร่างแนวทางการพัฒนาการใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการ ตามหลักอิทธิบาท 4 ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา สุราษฎร์ธานี เขต 1 กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 7 คน ประกอบด้วย ผู้อำนวยการโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการ ตามหลักอิทธิบาท 4 ทั้ง 6 ด้าน ผลการศึกษาพบว่า

2.1 แนวทางในการพัฒนาทักษะด้านการคิดวิเคราะห์และคิดสร้างสรรค์ เพื่อการบริหารงานวิชาการตามหลักอิทธิบาท 4 ในสถานศึกษา

1) สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดกว้างและกระตุ้นการตั้งคำถาม ส่งเสริมให้ครูและนักเรียนมีความกล้าที่จะตั้งคำถามกับข้อมูลต่าง ๆ เพื่อสร้างความสนุกและความรักในการค้นคว้า ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการคิดวิเคราะห์

2) เปิดโอกาสให้ครูมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง ให้ครูมีบทบาทในการออกแบบหลักสูตรและกระบวนการจัดการเรียนรู้ เพื่อให้เกิดความตระหนัก เห็นคุณค่า และมีแรงจูงใจในการสร้างสรรค์นวัตกรรม

3) ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพบุคลากรอย่างต่อเนื่อง จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ ศึกษาดูงาน และสนับสนุนการ ใช้เทคโนโลยี เพื่อพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์และการคิดสร้างสรรค์ของครูอย่างสม่ำเสมอ

4) สร้างพื้นที่ปลอดภัย สำหรับการทดลองทำสิ่งใหม่ ผู้บริหารต้องให้กำลังใจ สนับสนุนทรัพยากรและอนุญาต ให้ครูลองผิดลองถูกในการจัดการเรียนการสอน เพื่อให้เกิดความพากเพียรในการพัฒนางาน

5) ขับเคลื่อนชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) อย่างจริงจัง ใช้กระบวนการ PLC เพื่อให้ครูได้โฟกัสและจดจ่อกับการวิเคราะห์ปัญหาของผู้เรียนเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่ม นำไปสู่การแก้ปัญหาที่ตรงจุด

6) ลดภาระงานอื่นเพื่อเพิ่มเวลาสำหรับการทำงานเชิงลึก ผู้บริหารควรลดภาระงานเอกสารที่ไม่จำเป็น เพื่อให้ครู มีสมาธิและมีเวลาเอาใจใส่ในการออกแบบการสอนที่ตอบสนองความแตกต่างระหว่างบุคคล

7) ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและ AI ในการวิเคราะห์ข้อมูล สนับสนุนการใช้ข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยครูวิเคราะห์ข้อมูลผู้เรียน เพื่อการวางแผนพัฒนาการเรียนการสอนอย่างมีประสิทธิภาพ

8) บูรณาการวงจรคุณภาพ (PDCA) และการทำวิจัยในชั้นเรียน ส่งเสริมให้ครูใช้กระบวนการวิจัยในชั้นเรียนเพื่อสะท้อนผล ไตร่ตรอง ตรวจสอบ และประเมินผลวิธีการสอนอย่างเป็นระบบ

9) จัดระบบการนิเทศภายในแบบมีส่วนร่วม ดำเนินการนิเทศ ติดตามผลอย่างกัลยาณมิตร เพื่อให้ครูได้วิเคราะห์ปัญหา ร่วมกันทดลองแนวทางใหม่ๆ และนำผลประเมินมาปรับปรุงงานวิชาการอย่างต่อเนื่อง

2.2 แนวทางในการพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารเพื่อการบริหารงานวิชาการตามหลักอิทธิบาท 4 ในสถานศึกษา

1) สร้างสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยและเปิดกว้าง ส่งเสริมวัฒนธรรมการรับฟังอย่างลึกซึ้ง โดยให้ผู้บริหารและบุคลากรเปิดใจรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกันอย่างจริงใจโดยไม่ด่วนตัดสิน

2) สื่อสารเชิงบวกเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ เปลี่ยนรูปแบบจากการสื่อสารเพื่อสั่งการเป็นการสื่อสารเพื่อชี้ชวนให้เห็นคุณค่า วิสัยทัศน์ และเป้าหมายเพื่อสร้างความศรัทธาและความเต็มใจในการร่วมมือ

3) ส่งเสริมการพัฒนาทักษะการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง จัดอบรมและฝึกปฏิบัติจริงในด้านต่าง ๆ เช่น การพูด การเขียน การนำเสนอ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

4) ให้ข้อมูลป้อนกลับอย่างสร้างสรรค์ มีความพากเพียรในการนิเทศ ติดตาม และให้ข้อเสนอแนะอย่างสม่ำเสมอ ชัดเจน ตรงไปตรงมา แต่ยังคงไว้ซึ่งความเห็นอกเห็นใจ เพื่อให้ครูนำไปพัฒนาการสอนได้จริง

5) บริหารจัดการช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย ออกแบบและอัปเดตช่องทางการสื่อสารให้เหมาะสมกับยุคสมัย เพื่อลดอุปสรรคและสร้างความมั่นใจว่าข้อมูลทางวิชาการจะถูกส่งถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างครบถ้วนไม่ตกหล่น

6) สื่อสารโดยยึดผู้รับสารเป็นศูนย์กลาง ออกแบบสารให้มีความถูกต้อง ชัดเจน และปรับภาษาให้เหมาะสมกับบริบทของผู้ฟังแต่ละกลุ่ม โดยหลีกเลี่ยงการใช้ศัพท์เทคนิคที่ซับซ้อนเกินความจำเป็น

7) สื่อสารอย่างมีสติและจดจ่อกับเป้าหมาย ให้ความสำคัญกับวัตถุประสงค์ของการพูดคุยในแต่ละครั้ง เช่น ควบคุมประเด็นการประชุม ให้โฟกัสที่การแก้ปัญหาของผู้เรียนเป็นหลัก และการใช้อารมณ์เมื่อเผชิญกับภาวะกดดัน

8) บูรณาการวงจรคุณภาพ (PDCA) และการสะท้อนผล (AAR) ประเมินและตรวจสอบผลสัมฤทธิ์ของการสื่อสารอย่างเป็นระบบ ว่านโยบายหรือข้อมูลที่สื่อสารออกไปนั้น ผู้รับสารมีความเข้าใจตรงกันและนำไปปฏิบัติได้จริงหรือไม่

9) เปิดรับข้อเสนอแนะแบบ 360 องศา จัดทำระบบที่เปิดโอกาสให้ครู นักเรียน ผู้ปกครอง และชุมชนสามารถสะท้อนความคิดเห็นกลับมายังฝ่ายบริหารได้อย่างปลอดภัย เพื่อวิเคราะห์หารอยรั่วทางการสื่อสาร

10) ปรับปรุงและพัฒนาเครื่องมือสื่อสารเชิงประจักษ์ นำผลการประเมินและข้อเสนอแนะมาปรับปรุงคู่มือแนวปฏิบัติ สื่อประชาสัมพันธ์ และพัฒนาระบบการสื่อสารของสถานศึกษาให้มีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2.3 แนวทางในการพัฒนาทักษะด้านการใช้เทคโนโลยี เพื่อการบริหารงานวิชาการตามหลัก อิทธิบาท 4 ในสถานศึกษา

1) สร้าง Mindset เชิงบวกต่อเทคโนโลยี เปลี่ยนความกลัวเทคโนโลยีให้เป็นความพอใจ โดยนำร่องใช้เครื่องมือดิจิทัลที่ช่วยแก้ปัญหาและลดภาระงานเอกสารให้ครูได้ทันที เพื่อให้ครูรู้สึกว่าเทคโนโลยีมา “ช่วย” ไม่ใช่ “เพิ่มภาระ”

2) ผู้บริหารเป็นต้นแบบ ผู้บริหารต้องแสดงความกระตือรือร้นและใช้งานเครื่องมือดิจิทัลในการบริหารสั่งงาน หรือประชุมด้วยตนเองก่อน รวมถึงจัดกิจกรรมจูงใจ เช่น การประกวดนวัตกรรมการสอนด้วยเทคโนโลยี

3) จัดอบรมอย่างต่อเนื่อง จัดอบรมเชิงปฏิบัติการด้านเทคโนโลยี และส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านเครือข่ายวิชาชีพ (PLC) ออนไลน์ เพื่อพัฒนาทักษะบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ

4) จัดตั้งระบบพี่เลี้ยง สร้างทีม IT Support หรือ “ครูแกนนำด้านเทคโนโลยี” ภายในโรงเรียน เพื่อคอยให้ความช่วยเหลือ (Coaching) ทันทีเมื่อบุคลากรประสบปัญหาในการใช้งาน

5) อดทนและให้กำลังใจในช่วงเปลี่ยนผ่าน ผู้บริหารต้องมีความเพียรในการให้กำลังใจ ไม่ตำหนิเมื่อเกิดความผิดพลาดทางเทคนิคในช่วงเริ่มต้นใช้ระบบใหม่ แต่เน้นการเรียนรู้และก้าวข้ามอุปสรรคไปด้วยกัน

6) เลือกใช้เทคโนโลยีอย่างมีจุดมุ่งหมาย ไม่วิ่งตามกระแส แต่โฟกัสการเลือกแพลตฟอร์มหรือแอปพลิเคชันที่สอดคล้องกับหลักสูตร บริบทความพร้อมด้านอุปกรณ์ของผู้เรียน และเป้าหมายทางวิชาการของสถานศึกษาอย่างแท้จริง

7) วางระบบสารสนเทศและการจัดการข้อมูล กำหนดนโยบายให้มีการใช้เทคโนโลยีจัดเก็บข้อมูลผู้เรียน วิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ และติดตามพัฒนาการรายบุคคลอย่างเป็นระบบ

8) เอาใจใส่ด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ วางนโยบายปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของนักเรียน และปลูกฝังความเป็นพลเมืองดิจิทัลที่ดี ให้กับทั้งครูและนักเรียน

9) บริหารงานวิชาการด้วยข้อมูล ใช้เทคโนโลยีแสดงผลข้อมูล เพื่อนำมาไตร่ตรองว่านโยบาย หลักสูตร หรือวิธีการสอนใดที่ต้องปรับปรุง หรือมีผู้เรียนกลุ่มใดที่ต้องเข้าไปดูแลเป็นพิเศษ

10) ประเมินความคุ้มค่าและสะท้อนผล ประเมินประสิทธิภาพของแพลตฟอร์มและอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ที่ลงทุนไปอย่างต่อเนื่อง รับฟังความคิดเห็นจากผู้ใช้งานจริง

2.4 แนวทางในการพัฒนาทักษะด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ เพื่อการบริหารงานวิชาการตามหลัก อิทธิบาท 4 ในสถานศึกษา

1) สร้างวัฒนธรรม “องค์กรแห่งความสุข” ส่งเสริมบรรยากาศการทำงานที่อบอุ่น เป็นมิตร และให้เกียรติซึ่งกัน และกัน ทลายกำแพงระหว่างผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงาน เพื่อสร้างพื้นที่ปลอดภัย ให้ครูกล้าเข้ามาปรึกษาเรื่องงานวิชาการ

2) บริหารด้วยความเมตตาและเข้าอกเข้าใจ ผู้บริหารต้องมองเห็นคุณค่าและศักยภาพของบุคลากรแต่ละคน จัดกิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดความรัก ความผูกพัน และทัศนคติเชิงบวกต่อเพื่อนร่วมงาน

3) พัฒนาทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์และการสื่อสารเชิงบวก จัดอบรมเชิงปฏิบัติการอย่างต่อเนื่องในเรื่องการทำงานเป็นทีม การสื่อสารระหว่างบุคคล และส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผ่านชุมชนวิชาชีพ (PLC)

4) ลงพื้นที่ดูแลและให้กำลังใจอย่างสม่ำเสมอ หมั่นลงพื้นที่เยี่ยมชั้นเรียน โดยมีเป้าหมายเพื่อสอบถาม แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และรับฟังความท้าทาย ไม่ใช่เพื่อการจับผิด

5) เป็นกาวใจในการจัดการความขัดแย้ง มีความกล้าหาญและอดทนในการเป็นคนกลางแก้ไขปัญหาความขัดแย้งทางวิชาการอย่างเป็นธรรม และพยายามหาทางออกที่ทุกฝ่ายยอมรับได้

6) รับฟังอย่างตั้งใจและจดจ่อ ในการสนทนาหรือการประชุม ผู้บริหารต้องละสายตาจากสิ่งรบกวน (เช่น โทรศัพท์ เอกสาร) แล้วหันมาจดจ่อกับผู้พูด เพื่อแสดงความใส่ใจและให้เกียรติอย่างแท้จริง

7) ใส่ใจในรายละเอียดของ “คน” สังเกต จดจำรายละเอียด ความถนัด หรือความรู้สึกของบุคลากร เพื่อมอบหมายงานวิชาการให้ตรงกับความสามารถ หรือเข้าไปให้ความช่วยเหลือเมื่อพบว่าบุคลากรเกิดความเหนื่อยล้า

8) สร้างความผูกพันผ่านการมีส่วนร่วม เปิดโอกาสให้ครูและบุคลากรมีส่วนร่วมในการร่วมคิด ร่วมวางแผน และตัดสินใจในงานวิชาการ เพื่อให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของและความรับผิดชอบร่วมกัน

2.5 แนวทางในการพัฒนาทักษะด้านการบริหารจัดการองค์การ เพื่อการบริหารงานวิชาการตามหลักอิทธิบาท 4 ในสถานศึกษา

1) สร้างวิสัยทัศน์ร่วมและปรับโครงสร้างที่เน้นการเรียนรู้เป็นศูนย์กลาง ร่วมกันกำหนดเป้าหมายด้านวิชาการ ที่ชัดเจน เพื่อเปลี่ยนโครงสร้างแบบเดิมให้เป็นโครงสร้างที่มุ่งเน้นความสำเร็จของผู้เรียนเป็นหลัก

2) สร้างวัฒนธรรมองค์การเชิงบวกและความรู้สึกเป็นเจ้าของ เปิดโอกาสให้ครูและบุคลากรมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ เพื่อให้เกิดความภาคภูมิใจ ความผูกพัน และการสร้างความร่วมมือ

3) พัฒนาระบบปฏิบัติงานมาตรฐาน เพื่อลดความซ้ำซ้อน มีความพากเพียรในการจัดทำและปรับปรุงกระบวนการทำงานให้กระชับ รวดเร็ว และโปร่งใส เพื่อลดภาระงานเอกสารหรือความซ้ำซ้อนที่ดึงเวลาของครูผู้สอน

4) บริหารการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาศักยภาพอย่างต่อเนื่อง เมื่อมีการใช้นโยบายใหม่ ผู้บริหารต้องสื่อสารอย่างอดทน พร้อมทั้งสนับสนุนการอบรม การศึกษาดูงาน การนิเทศภายใน และมอบหมายงานให้เหมาะสมกับศักยภาพ

5) จัดสรรทรัพยากรและบริหารเวลาอย่างมีกลยุทธ์ โฟกัสงบประมาณ บุคลากร และสถานที่ไปที่สิ่งที่ตอบโจทย์การพัฒนาผู้เรียนอย่างแท้จริง มอบหมายงานอย่างเป็นระบบ

6) บริหารจัดการด้วยข้อมูลสารสนเทศ ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและ AI เข้ามาช่วยในการจัดการข้อมูล วางแผน และประเมินผล เพื่อให้การกำกับติดตามงานวิชาการเป็นไปอย่างแม่นยำและเป็นระบบ

7) บริหารแบบมีส่วนร่วมและรับฟังอย่างใส่ใจ ให้ความสำคัญกับการสื่อสารที่เปิดกว้าง ใส่ใจในรายละเอียดของทีมงาน และเปิดพื้นที่ให้บุคลากรได้แสดงความคิดเห็นเพื่อร่วมกันขับเคลื่อนงานวิชาการ

8) จัดการความรู้เพื่อมุ่งสู่องค์การแห่งการเรียนรู้ ส่งเสริมการจัดเก็บ ถอดบทเรียน และแลกเปลี่ยนแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practices) ภายในสถานศึกษา เพื่อให้เกิดการเรียนรู้จากประสบการณ์ร่วมกันอย่างเป็นรูปธรรม

2.6 แนวทางในการพัฒนาทักษะด้านความเป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ เพื่อการบริหารงานวิชาการตามหลักอิทธิบาท 4 ในสถานศึกษา

1) สร้างและสื่อสารวิสัยทัศน์จากความปรารถนาดี ผู้นำต้องวาดภาพอนาคตของการศึกษาที่เกิดจากความหลงใหลและความตั้งใจจริงที่จะเปลี่ยนชีวิตผู้เรียนให้ดีขึ้น และสื่อสารความเชื่อนี้เพื่อเป็นแรงบันดาลใจให้บุคลากร

2) เปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางองค์กร ให้ครูและชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายร่วมกัน เพื่อสร้างความตระหนัก ความผูกพัน ความศรัทธา และความภาคภูมิใจในการขับเคลื่อนวิสัยทัศน์สู่การปฏิบัติ

3) พัฒนาภาวะผู้นำของตนเองและทีมงานอย่างสม่ำเสมอ ส่งเสริมการอบรม ศึกษาดูงาน และใช้กระบวนการ PLC และ Coaching เพื่อพัฒนาตนเองและครูให้ก้าวทันแนวโน้มการศึกษาใหม่ ๆ อยู่เสมอ

4) มีความกล้าหาญและยืนหยัดต่อเป้าหมายระยะยาว ผู้นำต้องมีความเพียรในการนำร่องนวัตกรรมหรือหลักสูตรใหม่ ๆ แม้จะต้องเผชิญกับแรงต้าน และต้องไม่ย่อท้อเมื่อผลสัมฤทธิ์ไม่ได้เกิดขึ้นในระยะเวลาอันสั้น

5) มอบหมายงานที่ท้าทายเพื่อสร้างผู้นำทางวิชาการรุ่นใหม่ สนับสนุนให้ครูได้ฝึกฝนทักษะการเป็นผู้นำผ่านการรับผิดชอบงานที่ท้าทาย เพื่อผลักดันให้วิสัยทัศน์สามารถลงมือปฏิบัติได้จริงในทุกระดับ

6) โฟกัสกลยุทธ์และรักษาทิศทางองค์กร เอาใจใส่ในการแปลงวิสัยทัศน์ให้เป็น “แผนกลยุทธ์ทางวิชาการ” ที่จับต้องได้ และจดจ่ออยู่กับแผนนั้นอย่างแน่วแน่

7) เป็นศูนย์รวมจิตใจและกำกับติดตามอย่างใกล้ชิด ผู้นำต้องมีจิตใจที่มั่นคง เป็นศูนย์รวมจิตใจของทีมงานใน ยามวิกฤต พร้อมทั้งลงพื้นที่ติดตาม สนับสนุน และให้คำปรึกษาแก่ครูอย่างใกล้ชิดเพื่อให้การทำงานบรรลุเป้าหมาย

8) สแกนแนวโน้มอนาคต ไตร่ตรองและศึกษาความรู้ใหม่ ๆ เพื่อนำมาปรับปรุงวิสัยทัศน์และหลักสูตรให้มีความล้ำหน้าและทันสมัย

9) ประเมินผลเชิงกลยุทธ์และสร้างนวัตกรรม ทบทวนวิสัยทัศน์ที่วางไว้ว่ายังตอบโจทย์ผู้เรียนหรือไม่ กล้าตั้งคำถามกับความสำเร็จในอดีต และใช้ปัญญาในการปรับกระบวนทัศน์ เพื่อยกระดับมาตรฐานทางวิชาการ

2.7 แนวทางการดำเนินงานใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการตามหลักอิทธิบาท 4 ที่เป็นสามารถแบบอย่างหรือเป็นวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practices)

1) การออกแบบวิสัยทัศน์ร่วมกัน (Co-Creation Planning) เป็นการเปิดพื้นที่สภางานวิชาการ ให้ครู ตัวแทนนักเรียน และผู้ปกครอง ได้สื่อสารและมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย เพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงาน

2) สร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ: จัดกิจกรรมที่กระตุ้นให้ครูและผู้เรียนมีเจตคติที่ดี มองเห็นคุณค่าของการมีทักษะศตวรรษที่ 21 (3Rs + 8Cs) เพื่อให้เกิดความรักและพร้อมที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ

3) พัฒนานวัตกรรมการจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning): ส่งเสริมความเพียรในการนำรูปแบบการสอน ที่เน้นการลงมือปฏิบัติ เช่น Project-based Learning และ Problem-based Learning มาใช้อย่างต่อเนื่อง

4) สร้างระบบพัฒนาครูและเครือข่ายวิชาชีพ (PLC & Coaching) จัดตั้งชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพและการโค้ชชิ่ง เพื่อยกระดับศักยภาพครูให้สามารถบูรณาการทักษะศตวรรษที่ 21 ลงสู่ชั้นเรียนได้อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

5) ชุมชนการเรียนรู้ที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล ยกระดับการทำ PLC ให้มีความฝังลึกและจดจ่อมากขึ้น โดยใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์ (Data) มาวิเคราะห์หาสาเหตุรากเหง้า ของปัญหาผู้เรียนเป็นรายบุคคล เพื่อการแก้ปัญหาที่แม่นยำและตรงจุด

6) ออกแบบการเรียนรู้เฉพาะบุคคล นำเทคโนโลยีและ AI มาช่วยวิเคราะห์ข้อมูลผู้เรียนอย่างใส่ใจ เพื่อออกแบบการเรียนการสอนที่ตอบสนองต่อความแตกต่างและศักยภาพของผู้เรียนแต่ละคน

7) ระบบนิเทศแบบกัลยาณมิตรและการมีส่วนร่วม จัดระบบการกำกับ ติดตาม และนิเทศภายในอย่างใกล้ชิด โดยเน้นการให้กำลังใจ และเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วน (ครู นักเรียน ผู้ปกครอง) มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนงานวิชาการ

8) การวิจัยเพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรม ใช้การถอดบทเรียน (AAR) และการทำวิจัยในชั้นเรียนอย่างเป็นระบบเพื่อทบทวนวิธีการสอน กระตุ้นให้ครูใช้ความคิดสร้างสรรค์ต่อยอดความสำเร็จหรือแก้ปัญหาของสถานศึกษา

9) สะท้อนผลเชิงประจักษ์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน นำผลการประเมิน เพื่อปรับปรุงวงจรการบริหารงานวิชาการให้ มีประสิทธิภาพ จนสามารถเผยแพร่และขยายผลเป็น Best Practice ต้นแบบให้กับโรงเรียนอื่นได้

3. ผลการประเมินความถูกต้อง ความเหมาะสม และความเป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนาการใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการตามหลักอิทธิบาท 4 ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1

ผลการศึกษาระดับความถูกต้อง ความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนาการใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการตามหลักอิทธิบาท 4 ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 พบว่าทั้ง ทักษะด้านการคิดวิเคราะห์และคิดสร้างสรรค์ มีความเหมาะสมคิดและความเป็นไปได้อยู่ในระดับมากที่สุดที่สุด ($\bar{X}$ = 4.86, S.D. = 0.11) ทักษะด้านการสื่อสาร มีความเหมาะสมคิดและความเป็นไปได้อยู่ในระดับมากที่สุดที่สุด ($\bar{X}$ = 4.82, S.D. = 0.18) ทักษะด้านการใช้เทคโนโลยี มีความเหมาะสมคิดและความเป็นไปได้อยู่ในระดับมากที่สุดที่สุด ($\bar{X}$ = 4.86, S.D. = 0.11) ทักษะด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ มีความเหมาะสมคิดและความเป็นไปได้อยู่ในระดับมากที่สุดที่สุด ($\bar{X}$ = 4.88, S.D. = 0.11) ทักษะด้านการบริหารจัดการองค์การ มีความเหมาะสมคิดและความเป็นไปได้อยู่ในระดับมากที่สุดที่สุด ($\bar{X}$ = 4.78, S.D. = 0.24) และทักษะด้านความเป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ มีความเหมาะสมคิดและความเป็นไปได้อยู่ในระดับมากที่สุดที่สุด ($\bar{X}$ = 4.84, S.D. = 0.19) โดยรวม พบว่ามีความเหมาะสมคิดและความเป็นไปได้ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.84, S.D. = 0.14)

อภิปรายผล

จากผลการศึกษา สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

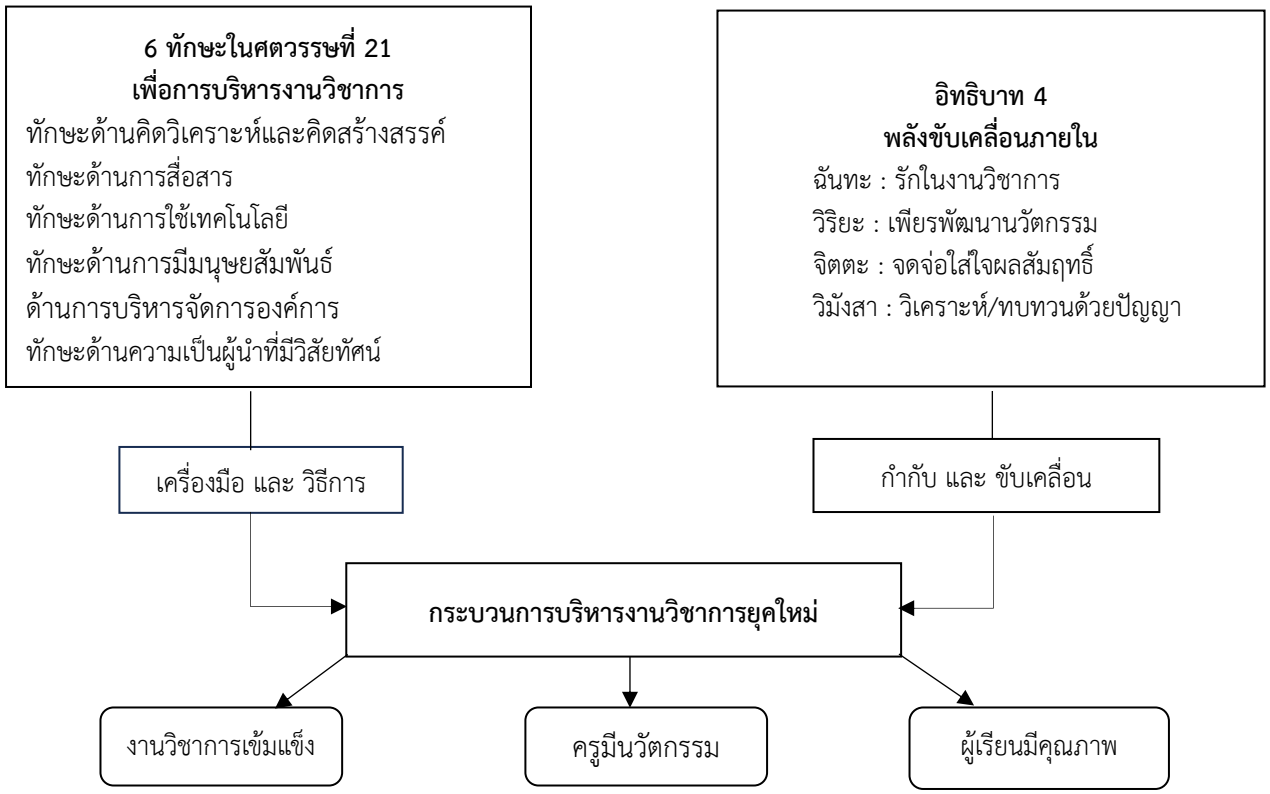
1) ผลการศึกษาสภาพการใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 พบว่า โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ที่เป็นเช่นนี้ก็เพราะว่าผู้บริหารสถานศึกษายังมีการประยุกต์ใช้ทักษะสำคัญในศตวรรษที่ 21 ในการบริหารงานวิชาการอย่างไม่เต็มศักยภาพ อาจมีสาเหตุมาจากข้อจำกัดหลายประการ เช่น ภาระงานด้านการบริหารที่หลากหลาย การขาดโอกาสในการพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง หรือข้อจำกัดด้านทรัพยากรและเทคโนโลยีในสถานศึกษา ซึ่งส่งผลให้ผู้บริหารไม่สามารถนำทักษะดังกล่าวมาใช้ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ผลการวิจัยดังกล่าวยังสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการส่งเสริมและพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษาให้สูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ ปฏิญญา แพ่งกุล (2566) พบว่า สภาพปัจจุบันการบริหารงานวิชาการตามหลักอิทธิบาท 4 ของ ผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาร้อยเอ็ด เขต 2 โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าการบริหารงานวิชาการ เป็นหัวใจของการบริหารโรงเรียน ส่วนงานอื่น ๆ เป็นส่วนส่งเสริมให้งานวิชาการมีคุณภาพและช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่งานวิชาการ เพราะงานวิชาการเกี่ยวข้องกับงานทุกฝ่ายในโรงเรียน จุดมุ่งหมายของงานวิชาการ คือ การพัฒนานักเรียนให้เป็นคนที่มีความรู้ เป็นคนดี สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้อย่างมีความสุข และสอดคล้องกับ สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (2562) สามารถสรุปได้ว่า ผู้บริหารสถานศึกษาไทยมีการใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีและการคิดวิเคราะห์ยังต้องพัฒนาเพิ่มเติม รวมทั้ง สุวิมล ว่องวาณิช (2560) ที่กล่าวถึงทักษะศตวรรษที่ 21 สามารถสรุปได้ว่า ผู้บริหารสถานศึกษายังมีการใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 โดยเฉพาะด้านการคิดวิเคราะห์และการใช้เทคโนโลยี อยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากข้อจำกัดด้านบริบทและทรัพยากรของสถานศึกษา ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากข้อจำกัดด้านบริบทของสถานศึกษา ความพร้อมของทรัพยากร เทคโนโลยี และการพัฒนาศักยภาพของผู้บริหารอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการบริหารการศึกษายุคใหม่ที่ชี้ว่าการพัฒนาทักษะศตวรรษที่ 21 ต้องอาศัยทั้งการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) และการสนับสนุนเชิงระบบอย่างจริงจัง เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ทักษะด้านการบริหารจัดการองค์การ ทักษะด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ ทักษะด้านการคิดวิเคราะห์และคิดสร้างสรรค์ ทักษะด้านการใช้เทคโนโลยี ทักษะด้านการสื่อสาร และทักษะด้านความเป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริหารมีการนำทักษะที่จำเป็นในยุคปัจจุบันมาใช้ในการบริหารงานวิชาการในระดับหนึ่ง แต่ยังไม่ถึงระดับที่โดดเด่นหรือ มีประสิทธิภาพสูง

2) ผลการร่างแนวทางการพัฒนาการใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการ ตามหลักอิทธิบาท 4 ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 พบว่า มีแนวทางทางการพัฒนาการใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการ ตามหลักอิทธิบาท 4 ของผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 6 ด้าน ประกอบด้วย 1) ทักษะด้านการบริหารจัดการองค์การ 2) ทักษะด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ 3) ทักษะด้านการคิดวิเคราะห์และคิดสร้างสรรค์ 4) ทักษะด้านการใช้เทคโนโลยี 5) ทักษะด้านการสื่อสาร และ 6) ทักษะด้านความเป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ ที่เป็นเช่นนี้ก็เพราะว่า แนวทางแสดงให้เห็นถึงความครอบคลุมและเป็นระบบขององค์ประกอบแนวทางที่ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ขึ้น โดยสะท้อนถึงการบูรณาการองค์ความรู้ด้านทักษะในศตวรรษที่ 21 เข้ากับหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาคืออิทธิบาท 4 ได้อย่างมีโครงสร้างและชัดเจน การที่สามารถจำแนกแนวทางออกเป็น 6 ด้านอย่างเป็นรูปธรรม อาจสะท้อนถึงการยึดกรอบภารกิจของการบริหารงานวิชาการเป็นฐานสำคัญในการพัฒนาแนวทาง และการพัฒนาบุคลากรทางการศึกษา ซึ่งแต่ละด้านล้วนต้องอาศัยทักษะสำคัญในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสานศึกษา แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับ ปิยภรณ์ ตรีพงษ์ (2567) สรุปว่า แนวทางด้านการบริหารวิชาการในยุคดิจิทัลตามหลักอิทธิบาทสี่คือผู้บริหารควรเพิ่มกรอบแนวทางในการพัฒนาการบริหารวิชาการการสร้างและพัฒนานวัตกรรมที่หลากหลายการกำหนดกรอบแนวคิดในการพัฒนาหลักสูตรและการศึกษาสภาพปัจจุบัน รวมทั้งสอดคล้องกับ วิลัยวัลย์ พนิชยากุล (2567) พบว่า แนวทางการส่งเสริมทักษะผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต 2 พบว่า มี 6 ด้าน 23 ข้อ คือ แนวทางพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร จำนวน 3 ข้อ แนวทางพัฒนาทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ จำนวน 3 ข้อ แนวทางพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีและดิจิทัล จำนวน 3 ข้อ แนวทางพัฒนาทักษะด้านคิด วิเคราะห์และสร้างสรรค์ จำนวน 7 ข้อ และแนวทางพัฒนาทักษะด้านกำหนดวิสัยทัศน์ จำนวน 3 ข้อ

3) ผลการประเมินความถูกต้อง ความเหมาะสม และความเป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนาการใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการตามหลักอิทธิบาท 4 ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 พบว่า มีความเหมาะสมและความเป็นไปได้ อยู่ในระดับมากที่สุดในทุกข้อ ที่เป็นเช่นนี้ก็เพราะว่า แนวทางที่พัฒนาขึ้นมีความครอบคลุมทั้งในเชิงเนื้อหาและกระบวนการ สามารถเชื่อมโยงหลักการทางทฤษฎีกับการปฏิบัติจริงในบริบทสถานศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังแสดงถึงความเชื่อมั่นของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อความถูกต้องเชิงโครงสร้างและบริบทของหน่วยงานต้นสังกัด การบริหารการศึกษาในปัจจุบัน โดยสอดคล้องกับแนวคิดการบริหารการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ที่เน้นการบูรณาการทักษะหลากหลายด้านเข้าด้วยกัน ทั้งด้านมนุษย์ เทคโนโลยี และการจัดการเชิงระบบ ควบคู่กับการยึดหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเป็นฐานในการพัฒนาผู้บริหารให้มีทั้งความสามารถและคุณธรรม ซึ่งสอดคล้องกับ Stufflebeam et al. (2007) ที่ระบุว่า การประเมินรูปแบบที่มีความสอดคล้องกับบริบทและสามารถนำไปใช้ได้จริง จะมีค่าการประเมินด้านความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในระดับสูง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Fullan (2014) ที่ชี้ให้เห็นว่า แนวทางที่เน้นการมีส่วนร่วมและสอดคล้องกับบริบทองค์กรจะมีความเป็นไปได้ในการนำไปใช้ในระดับสูงมากและสอดคล้องกับ วิลัยวัลย์ พนิชยากุล (2567) พบว่า ผลการประเมินความเหมาะสม ความถูกต้อง และ ความเป็นไปได้ของของแนวทางพัฒนาทักษะผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต 2 โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด หากพิจารณารายด้าน พบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุดทุกข้อ โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการสื่อสาร ทักษะด้านมนุษย์สัมพันธ์ ทักษะด้านเทคโนโลยีและดิจิทัล ทักษะด้านการกำหนดวิสัยทัศน์ และทักษะการทำงานเป็นทีม รองลงมา ทักษะด้านคิดวิเคราะห์และสร้างสรรค์ อีกทั้งยังสอดคล้องกับ ปฏิญญา แพ่งกุล (2566) พบว่า ผลการประเมินรูปแบบการบริหารงานวิชาการตามหลักอิทธิบาท 4 ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาร้อยเอ็ด เขต 2 โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 15 คน โดยรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด และความเป็นไปได้อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของรูปแบบอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า รูปแบบประกอบไปด้วยกลไกการดำเนินการของสถานศึกษาการดำเนินการ การประเมินผล และเงื่อนไขความสำเร็จ มีกระบวนการและขั้นตอนการปฏิบัติที่เหมาะสมชัดเจน

องค์ความรู้ใหม่

การอธิบายกระบวนการบริหารงานวิชาการ ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 เกิดขึ้นจากการบูรณาการผสานพลังระหว่างมิติทางทักษะสากลและมิติทางหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา โดยมี 6 ทักษะในศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการ ทำหน้าที่เป็นเปรียบเสมือนเครื่องมือและวิธีการ (Tools and Methods) อันประกอบด้วย ทักษะด้านคิดวิเคราะห์และคิดสร้างสรรค์ ทักษะด้านการสื่อสาร ทักษะด้านการใช้เทคโนโลยี ทักษะด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ ด้านการบริหารจัดการองค์การ และทักษะด้านความเป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ ควบคู่ไปกับการขับเคลื่อนด้วยมิติเชิงคุณธรรมและจิตวิญญาณผ่าน หลักอิทธิบาท 4 คือ พลังขับเคลื่อนภายในอันเป็นกลไกสำคัญในการกำกับและขับเคลื่อน ได้แก่ ฉันทะ (ความรักในงานวิชาการ) วิริยะ (ความเพียรพัฒนานวัตกรรม) จิตตะ (ความจดจ่อใส่ใจผลสัมฤทธิ์) และวิมังสา (ความวิเคราะห์ทบทวนด้วยปัญญา) ซึ่งการหลอมรวมทั้งศาสตร์การบริหารสมัยใหม่และศิลป์แห่งหลักธรรมนี้ ส่งผลลัพธ์เชิงประจักษ์โดยตรงต่อความสำเร็จในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา 3 มิติหลัก คือ การระบบงานวิชาการที่เข้มแข็ง การส่งเสริมให้ครูผู้สอนมีนวัตกรรมในการจัดการเรียนรู้ และท้ายที่สุดสามารถยกระดับไปสู่เป้าหมายสูงสุดคือผู้เรียนมีคุณภาพที่พร้อมด้วยทักษะและคุณลักษณะอันพึงประสงค์อย่างยั่งยืน ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่

สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัย สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1) ผลการศึกษาสภาพการใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ทักษะด้านการบริหารจัดการองค์การ ทักษะด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ ทักษะด้านการคิดวิเคราะห์และคิดสร้างสรรค์ ทักษะด้านการใช้เทคโนโลยี ทักษะด้านการสื่อสาร และทักษะด้านความเป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์

2) ผลการร่างแนวทางการพัฒนาการใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการ ตามหลักอิทธิบาท 4 ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 พบว่า มีแนวทางทางการพัฒนาการใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการ ตามหลักอิทธิบาท 4 ของผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน

6 ด้าน 54 ข้อ แนวทาง ทักษะด้านการบริหารจัดการองค์การ จำนวน 8 ข้อ ทักษะด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ จำนวน 8 ข้อ ทักษะด้านการคิดวิเคราะห์และคิดสร้างสรรค์ จำนวน 9 ข้อ ทักษะด้านการใช้เทคโนโลยี จำนวน 10 ข้อ ทักษะด้านการสื่อสาร จำนวน 10 ข้อ และทักษะด้านความเป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ จำนวน 9 ข้อ

3) ผลการประเมินความถูกต้อง ความเหมาะสม และความเป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนาการใช้ทักษะศตวรรษที่ 21 เพื่อการบริหารงานวิชาการตามหลักอิทธิบาท 4 ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 พบว่า ระดับความถูกต้อง ความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของแนว โดยรวม โดยรวมพบว่า มีความเหมาะสมและความเป็นไปได้ อยู่ในระดับมากที่สุดทุกแนวทาง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ควรปรับการบริหารงานวิชาการสู่ระบบข้อมูลและเทคโนโลยี และควรบูรณาการทักษะในศตวรรษที่ 21 เข้ากับการบริหารงานวิชาการอย่างเป็นระบบโดยเชื่อมโยงกับหลักอิทธิบาท 4 เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการบริหารงาน

1.2 ควรนำแนวทางการพัฒนาการใช้ทักษะในศตวรรษที่ 21 ตามหลักอิทธิบาท 4 ไปขับเคลื่อนในสถานศึกษาอย่างเป็นระบบ โดยกำหนดเป็นนโยบายระดับสถานศึกษาและแผนปฏิบัติการที่ชัดเจน ครอบคลุมการพัฒนาผู้บริหารและครู

1.3 ควรพัฒนาระบบยกระดับสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษา โดยหน่วยงานต้นสังกัดควรกำหนดระบบการพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษาโดยใช้ผลการประเมินสมรรถนะทักษะในศตวรรษที่ 21 เป็นฐานเพื่อวิเคราะห์จุดแข็งและจุดที่ควรพัฒนาของผู้บริหารสถานศึกษา ควรบูรณาการทักษะในศตวรรษที่ 21 เข้ากับการบริหารงานวิชาการอย่างเป็นระบบโดยเชื่อมโยงกับหลักอิทธิบาท 4 เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการบริหารงาน

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบหรือปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จที่เกี่ยวข้องโดยการนำเสนอชื่องานวิจัยได้ ดังต่อไปนี้

2.1 การพัฒนารูปแบบเชิงบูรณาการของทักษะในศตวรรษที่ 21 ร่วมกับหลักอิทธิบาท 4 เพื่อเสริมสร้างประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา

2.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันและการสร้างทฤษฎีฐานรากของสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ตามหลักอิทธิบาท 4 ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ

2.3 การพัฒนาและประเมินโมเดลสมการโครงสร้างของปัจจัยเชิงสาเหตุด้านทักษะศตวรรษที่ 21 และหลักอิทธิบาท 4 ที่มีอิทธิพลต่อความเป็นเลิศทางวิชาการของสถานศึกษา

เอกสารอ้างอิง

กฤตเมธ เกิดบ้านเป้า. (2565). *ทักษะผู้บริหารสถานศึกษาศตวรรษที่ 21 ที่ส่งผลต่อการบริหารงานวิชาการโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครราชสีมา เขต 5*. (ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา).

คามิน คีรีอยู่ลือ (2566). *ทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 กลุ่มเครือข่ายพัฒนาการศึกษาเทอดไทย อำเภอแม่ฟ้าหลวง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3*. (การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยพะเยา).

จันทิมา อำมโภช (2565). *ทักษะของผู้บริหารในศตวรรษที่ 21 กับการปฏิบัติตามมาตรฐานการศึกษาขั้นพื้นฐานในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขต พื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอ่างทอง*. (ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).

ณัฐพล วัฒนาชัยมงคล. (2565). *ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาศตวรรษที่ 21 โรงเรียนในศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษา ตำบลม่อนปิ่น อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3*. (การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยพะเยา).

ธณัฐชา ปัญสังกา. (2565). *ทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ที่ส่งผลต่อชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเลยเขต 1*. (ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย).

นิภาพร รอดไพบูลย์. (2565). *ทักษะการบริหารในศตรวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระแก้ว*. (การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา).

บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

ปฏิญญา แพ่งกุล. (2566). *รูปแบบการบริหารงานวิชาการตามหลักอิทธิบาท 4 ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาร้อยเอ็ด เขต 2*. (ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย).

ปิยภรณ์ ตรีพงษ์. (2567). *แนวทางการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลตามหลักอิทธิบาทสี่ของโรงเรียนเฉพาะความพิการกลุ่ม 4 สังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ.* (ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย).

พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี. (2551). *คนสำราญ งานสำเร็จ.* (พิมพ์ครั้งที่ 14). กรุงเทพฯ: อมรินทร์.

พัฒนพงษ์ แสงพันธ์ (2566). *ทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขอนแก่น วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต*. (ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย).

วัฒนา อภิวัน. (2564). *ทักษะผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ตามทรรศนะของครูในสังกัด สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาจังหวัดเชียงราย.* (การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยพะเยา).

วิลัยวัลย์ พนิชยากุล. (2567). *แนวทางการพัฒนาทักษะผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ของโรงเรียน ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครศรีธรรมราช เขต 2*. (ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย).

วิวรรชน์ เชื้อจิตร. (2566). *ทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ที่ส่งผลต่อการบริหารงานวิชาการสู่ความเป็นเลิศของสถานศึกษา สังกัดสานักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาระยอง เขต 1*. (มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏราไพพรรณี).

สมบูรณ์ หวังโส๊ะ. (2565). *ทักษะในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร*. (ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกริก).

สัตตบุษย์ โพธิรุท. (2564). *ทักษะการบริหารของผู้บริหารโรงเรียนในศตวรรษที่ 21 ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 21.* (ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร).

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2562). *รายงานการพัฒนาการศึกษาในศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: พริกหวานกราฟฟิค.

สุณิสา แพทย์พิพัฒน์. (2564). *ทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ที่ส่งผลต่อชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี*. (ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณ).

สุพัตรา ผลประสาท (2566). *ทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษามุกดาหาร.* (ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร).

สุวิมล ว่องวาณิช. (2560). *การวิจัยประเมินความต้องการจำเป็น.* กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อติกาญจน์ ศรีสังข์. (2564). *ทักษะการบริหารงานในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษาตามความคิดเห็นของครูผู้สอนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี.* (ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี).

Cronbach, L.J. (1990). *Essentials of psychological testing*. (5th ed.). New York: Harper & Row.

Drake, T.L, and Roe, W.H. (1996). The Principal Ship. 3rd ed. New York: Macmilan.

Fullan, M. (2014). The principal: Three keys to maximizing impact. San Francisco, CA: Jossey-Bass.

Gurr, D. (2017). A model of successful school leadership from the international successful school principalship project. In *How school leaders contribute to student success: The four paths framework* (pp. 15-29). Cham: Springer International Publishing.

Katz, R. L. (1955). Skills of an effective administrator. *Harvard business review, 33*(1), 33-42.

Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining sample sizes for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, *30*(3), 607-610.

Stufflebeam, D. L., & Shinkfield, A. J. (2007). *Evaluation theory, models, and applications*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.

JSSP: Journal of Social Science Panyapat, 2026. 8(2): 263-272.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSSP
Journal of Social Science Panyapat
https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSSP/index

Research Article

Roles of People in Community Development Based on the Sufficiency Economy Philosophy, Ban Lai Ngaw 1, Wiang Kaen District, Chiang Rai Province

Anuttama Amornvivat[1*]

[1] *Public Administration Program, Faculty of Political Science, Bangkokthonburi University, Thailand*

[*] *Corresponding author, e-mail: Virakarn169@hotmail.com*

ABSTRACT

This article aimed to 1) study the roles of people in community development based on the Sufficiency Economy Philosophy, and 2) compare the roles of people in community development based on the Sufficiency Economy Philosophy in Ban Lai Ngao 1, Wiang Kaen District, Chiang Rai Province, classified by personal factors. This study employed a quantitative research design. The population consisted of people living in Ban Lai Ngao 1, Wiang Kaen District, Chiang Rai Province. The sample comprised 234 people, determined using the Krejcie and Morgan formula. Data were collected using questionnaires. The statistics used were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, and F-test. The results of the study found that: 1) the roles of people in community development based on the Sufficiency Economy Philosophy were at a high level overall, and when considered by aspect, all aspects were at a high level, in descending order of mean: participation in decision-making; 2) a comparison of the roles of people in community development based on the Sufficiency Economy Philosophy, classified by personal factors, revealed that people with different genders, ages, education levels, and occupations did not have significantly different roles. However, people with different incomes and lengths of residence in the community had significantly different roles at the 0.05 statistical significance level.

Keywords: The Roles of The People, Community Development, Sufficiency Economy Philosophy

Received: 26 March 2026;
Revised: 2 June 2026;
Accepted: 12 June 2026

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat
ISSN: 3027-6748 (Online)

บทบาทของประชาชนในการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง บ้านหล่ายงาว หมู่ 1 อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย

อนุตตมา อมรวิวัฒน์[1*]

[1] *สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ประเทศไทย*

* *Corresponding author. E-mail: Virakarn169@hotmail.com*

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบทบาทของประชาชนในการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง 2) เปรียบเทียบบทบาทของประชาชนในการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง บ้านหล่ายงาว หมู่ 1 อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในบ้านหล่ายงาว หมู่ 1 อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่าง มีจำนวน 234 คน โดยใช้วิธีการเปิดตารางสำเร็จรูปของ Krejcie and Morgan ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้คือค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ F-test ผลการศึกษาพบว่า 1) บทบาทของประชาชนในการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาตามรายด้าน อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย คือ ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล และด้านการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ และ 2) ผลการเปรียบเทียบบทบาทของประชาชนในการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ประชาชนที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีบทบาทไม่ต่างกัน ส่วนประชาชนที่มีรายได้และระยะเวลาการอาศัยอยู่ในชุมชนต่างกัน มีบทบาทต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: บทบาทของประชาชน, การพัฒนาชุมชน, หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat

บทนำ

ความยากจนของคนในชนบทมีปัญหามาจากที่ดินทำกินซึ่งเป็นปัญหารากฐานที่สำคัญของชีวิต เมื่อคนจนไม่มีที่ดินทำกิน หรือแม้กระทั่งเกษตรกรที่มีที่ดินทำกิน แต่ไม่สามารถสร้างความมั่นคงในชีวิตทั้งในอาชีพและรายได้ ซึ่งมีสาเหตุมาจากคุณภาพดิน แหล่งน้ำ สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน ตลอดจนเงื่อนไขปัจจัยที่ทำให้คนยากจนไม่สามารถรักษาที่ดินทำกินไว้ได้ ส่งผลให้มีการอพยพจากชนบทเข้าสู่ตัวเมือง ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาสังคมตามมา ซึ่งปัญหาความยากจนของประชาชนนี้เป็นปัญหาที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ 9 ทรงให้ความสำคัญในการแก้ไขปัญหาความยากจนของประชาชนตลอดมา จนก่อให้เกิดเป็นปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งเป็นปรัชญาที่พระองค์ทรงมีพระราชดำรัสเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตแก่พสกนิกรชาวไทย ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทางการดำเนินชีวิตและวิถีปฏิบัติที่พระองค์ทรงมีพระราชดำรัสชี้แนะแก่พสกนิกรชาวไทยมาเป็นเวลากว่า 30 ปี และได้ทรงเน้นย้ำแนวทางพัฒนาที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของทางสายกลางและความไม่ประมาท โดยคำนึงถึงความพอประมาณ ความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ตลอดจนใช้ความรู้และคุณธรรมเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตให้รอดพ้นจากวิกฤต และให้สามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ (พระหมี ถิรจิตฺโต (สีทน), 2561)

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมารัฐบาลได้ให้ความสำคัญต่อปรัชญาดังกล่าว และนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาประเทศ เช่น แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) ที่มีเป้าหมายในการต่อยอดการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ผ่านการกำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศอย่างมีเหตุผล ความพอประมาณ ภูมิคุ้มกัน บนฐานของความรู้ คุณธรรม และความเพียร (สำนักงานสภาพัฒนา

การเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566) โดยอาจพูดได้ว่า “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” เป็นหลักการพัฒนาประเทศที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ทุกช่วงเวลาและทุกระดับในการพัฒนา โดยเฉพาะการพัฒนาในระดับท้องถิ่น (จิระพงค์ ไชยชาววงค์ และจักรพงษ์ พวงงามชื่น, 2566) หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงนับได้ว่าเป็นวิธีหนึ่งที่สามารถนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นกับทุกระดับได้เป็นอย่างดี ในการแก้ปัญหาจะเกิดขึ้นและสำเร็จได้ด้วยดีจากความร่วมมือ ความสามัคคี และความเข้าใจในศักยภาพของชุมชนในการรวมตัวกันทำกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือค้ำจุนซึ่งกันและกัน ระหว่างกลุ่มและระหว่างชุมชน อันจะทำให้การเอารัดเอาเปรียบกันหรือความเหลื่อมล้ำในสังคมหมดไปและก่อให้เกิดความพอเพียงอันเป็นเกราะที่เข้มแข็งให้เกิดขึ้นกับครอบครัว ชุมชน และประเทศได้ การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนโดยเริ่มที่ตนเอง ตลอดจนเสริมสร้างบทบาทของครอบครัวให้สามารถจัดการตนเองเกี่ยวกับความเป็นอยู่ด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การปกครอง และการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ โดยมีชุมชนเป็นศูนย์กลาง ยึดหลักการพึ่งตนเองและหลักการมีส่วนร่วมของชุมชนตามแนวทางระบอบประชาธิปไตยนั่นเอง (ศรีนวล แตงภู่, เชาวฤทธิ์ โสภักดี และขวัญนภา วงศ์ไพศาลสิริกุล, 2561)

บ้านหล่ายงาว หมู่ 1 ตำบลม่วงยาย อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย เป็นชุมชนที่มีความเป็นมาที่ยาวนาน เดิมประชากรอพยพมาจากเมืองน่าน ตั้งถิ่นฐานอยู่บ้านม่วง ตำบลม่วงยาย ต่อมาได้ย้ายมาตั้งถิ่นฐานทางฝั่งซ้ายของแม่น้ำงาวเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2510-2513 และตั้งชื่อหมู่บ้านตามลักษณะภูมิประเทศว่า “บ้านหล่ายงาว” หมายถึงบ้านที่อยู่อีกฝั่งของแม่น้ำงาว พื้นที่หมู่บ้านมีดอยสันกู่ซึ่งเป็นจุดศูนย์รวมจิตใจของชุมชน ภายในบริเวณมีหลักฐานทางประวัติศาสตร์ เช่น พระธาตุกู่เก่า อิฐดิน กู่ราง ที่สันนิษฐานว่าเป็นวัดเก่าแก่ในสมัยเจ้าหลวงเวียงแก่น ปัจจุบันชุมชนได้ร่วมกันสร้างพระธาตุอินทร์แขวนจำลองขึ้นเพื่ออนุรักษ์ไว้ ปัจจุบันบ้านหล่ายงาวมีพื้นที่ 5 ตารางกิโลเมตร มี 262 ครัวเรือน ประชากรส่วนใหญ่เป็นคนเมือง นับถือศาสนาพุทธ ชุมชนได้รับการยอมรับในระดับต่าง ๆ ได้แก่ เป็นหมู่บ้านเข้มแข็งเอาชนะยาเสพติด ปี 2558 หมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงต้นแบบ ปี 2560 และชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ด้วยศักยภาพของชุมชนที่ได้รับการยกย่องในด้านเศรษฐกิจพอเพียงและการมีส่วนร่วมของประชาชนผ่านกิจกรรมทางศาสนาและวัฒนธรรม (สำนักวัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย, 2564) อย่างไรก็ตาม แม้ว่าบ้านหล่ายงาวจะได้รับการยอมรับในฐานะหมู่บ้านต้นแบบในด้านเศรษฐกิจพอเพียงและการพัฒนาชุมชน แต่ยังไม่มีการศึกษาที่ชัดเจนเกี่ยวกับบทบาทของประชาชนในการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในเชิงลึกเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในมิติด้านต่าง ๆ ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมุ่งเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการดังกล่าว เพื่อสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับบทบาทของประชาชน ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาชุมชนอื่น ๆ ได้อย่างเหมาะสมและยั่งยืน

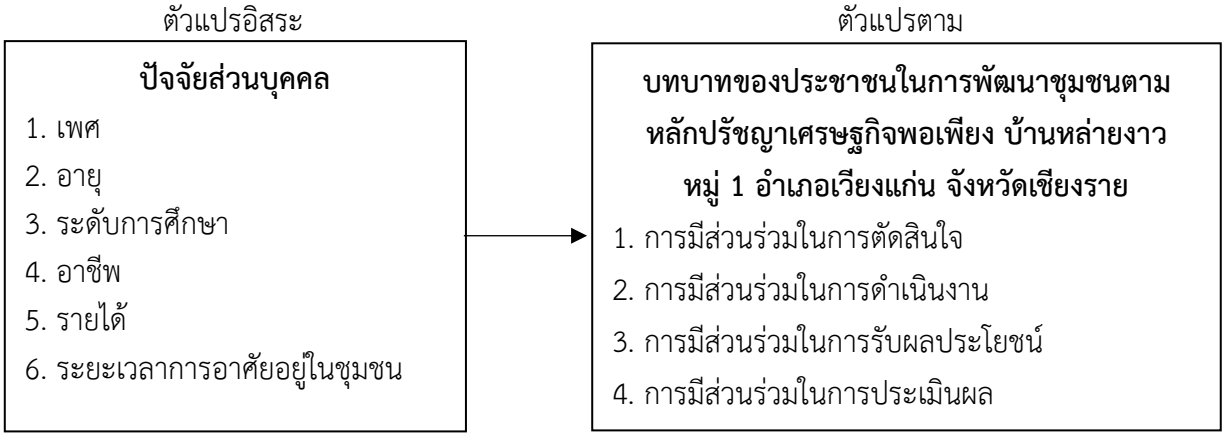
จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่องบทบาทของประชาชนในการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง บ้านหล่ายงาว หมู่ 1 อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย เพื่อศึกษาระดับบทบาทของประชาชนในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และเพื่อเปรียบเทียบบทบาทดังกล่าวจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล อันจะนำไปสู่การสังเคราะห์องค์ความรู้ และใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบทบาทของประชาชนในการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง บ้านหล่ายงาว หมู่ 1 อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย

2. เพื่อเปรียบเทียบบทบาทของประชาชนในการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง บ้านหล่ายงาว หมู่ 1 อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษานี้ดำเนินการภายใต้แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมในระดับชุมชน ซึ่งเป็นแนวคิดสำคัญในการอธิบายกระบวนการพัฒนาชุมชนอย่างมีส่วนร่วมและยั่งยืน Cohen and Uphoff (1981) ได้อธิบายรูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนไว้ 4 ด้าน ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ซึ่งเป็นการที่ประชาชนเข้ามามีบทบาทในการกำหนดแนวทางและวิธีการพัฒนาชุมชน การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ซึ่งเป็นการเข้าร่วมลงมือปฏิบัติในกิจกรรมหรือโครงการพัฒนาชุมชนที่ได้กำหนดไว้ การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ ซึ่งเป็นการได้รับผลตอบแทนหรือผลลัพธ์จากการดำเนินกิจกรรมของชุมชน และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล ซึ่งเป็นการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินความสำเร็จของโครงการหรือกิจกรรมพัฒนาชุมชน นอกจากนี้ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนยังได้รับการอธิบายจากงานศึกษาหลายฉบับ เช่น Kaufman (1949) พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รวมถึงปัจจัยทางเศรษฐกิจ เช่น อาชีพ รายได้ และระยะเวลาการอยู่อาศัยในท้องถิ่นมีความสัมพันธ์กับระดับการมีส่วนร่วมของประชาชน เช่นเดียวกับ ญาณเดช คุ้มประยูร (2564) ที่ระบุว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนเกิดจากปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสมจินตนา คุ้มภัย (2559) พบว่า ปัจจัยด้านอาชีพและรายได้มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชน สะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจมีความสำคัญต่อการเข้ามามีบทบาทของประชาชนในกิจกรรมพัฒนาชุมชน ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้จึงนำปัจจัยด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และระยะเวลาการอาศัยอยู่ในชุมชน มาใช้เป็นตัวแปรอิสระเพื่ออธิบายความสัมพันธ์กับบทบาทของประชาชนในการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จากการทบทวนแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าว สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางเศรษฐกิจของประชาชน ส่งผลต่อบทบาทการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน ซึ่งประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล อันเป็นกระบวนการสำคัญในการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงให้เกิดความยั่งยืน

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยคือ ประชาชนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในชุมชนบ้านหล่ายงาว หมู่ 1 ตำบลหล่ายงาว อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย จำนวน 632 คน (สำนักงานทะเบียนที่ว่าการอำเภอเวียงแก่น, 2568) กลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการเปิดตารางสำเร็จรูปของ Krejcie and Morgan (1970) ได้จำนวน 234 คน โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จากรายชื่อครัวเรือนในชุมชน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงแนวคิดการมีส่วนร่วมของ Cohen and Uphoff (1980) และหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในลักษณะตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และระยะเวลาการอาศัยอยู่ในชุมชน และตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับบทบาทของประชาชนในการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง บ้านหล่ายงาว หมู่ 1 อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ จำนวน 8 ข้อ การดำเนินงาน จำนวน 8 ข้อ การรับผลประโยชน์ จำนวน 8 ข้อ และการประเมินผล จำนวน 8 ข้อ รวมทั้งหมดมีจำนวน 32 ข้อ โดยมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้ คะแนน 5 หมายถึง มากที่สุด คะแนน 4 หมายถึง มาก คะแนน 3 หมายถึง ปานกลาง คะแนน 2 หมายถึง น้อย และคะแนน 1 หมายถึง น้อยที่สุด การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน พบว่า มีค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67–1.00 จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) พบว่ามีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.89 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

3. สมมติฐานการวิจัย

ประชาชนที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีบทบาทในการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง บ้านหล่ายงาว หมู่ 1 อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย ต่างกัน

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบและปรับปรุงแล้วไปแจกให้กับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นประชาชนในบ้านหล่ายงาว หมู่ 1 ตำบลหล่ายงาว อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) จากรายชื่อครัวเรือน และเลือกหัวหน้าครัวเรือนหรือผู้แทนครัวเรือนเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม จากนั้นรับแบบสอบถามคืนและตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลด้วยตนเอง ได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100 และนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูล รวมทั้งใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อแสดงระดับและการกระจายของข้อมูล นอกจากนี้ยังใช้การทดสอบค่าที (t-test) สำหรับการเปรียบเทียบความแตกต่างของตัวแปรที่มี 2 กลุ่ม และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) หรือการทดสอบค่า F-test สำหรับตัวแปรที่มีตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. บทบาทของประชาชนในการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง บ้านหล่ายงาว หมู่ 1 อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย

ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมบทบาทของประชาชนในการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน($\bar{X}$ = 3.53, S.D. = 0.472) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ($\bar{X}$ = 3.65, S.D. = 0.511) รองลงมา คือ ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ($\bar{X}$ = 3.63, S.D. = 0.485) ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล ($\bar{X}$ = 3.51, S.D. = 0.487) และด้านการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ ($\bar{X}$ = 3.51, S.D. = 0.585) ตามลำดับ ผลการวิจัยปรากฏดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับบทบาทของประชาชนในการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง บ้านหล่ายงาว หมู่ 1 อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย โดยภาพรวม

ข้อที่	บทบาทของประชาชนในการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1	ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	3.65	0.511	มาก	1
2	ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน	3.63	0.485	มาก	2
3	ด้านการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์	3.51	0.585	มาก	4
4	ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล	3.51	0.487	มาก	3
ภาพรวม		**3.53**	**0.472**	**มาก**	

1.1 ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ผลการวิจัยพบว่า บทบาทของประชาชนในการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง บ้านหล่ายงาว หมู่ 1 อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = *3.65*) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก จำนวน 7 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 1 ข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ต้นเหตุของปัญหา พร้อมทั้งเสนอประเด็นปัญหาเพื่อใช้ประกอบการวางแผนพัฒนาชุมชนตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ($\bar{X}$ = *3.83*) อยู่ในระดับมาก ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การมีส่วนร่วมในการสนับสนุนข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการพิจารณาและกำหนดแผนงานหรือกิจกรรมของกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน ($\bar{X}$ = *3.59*) อยู่ในระดับปานกลาง

1.2 ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ผลการวิจัยพบว่า บทบาทของประชาชนในการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง บ้านหล่ายงาว หมู่ 1 อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = *3.63*) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก จำนวน 7 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 1 ข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นหรือคัดค้านอย่างมีเหตุผลต่อการดำเนินงานที่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ($\bar{X}$ = *3.79*) อยู่ในระดับมาก ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การมีส่วนร่วมในการร่วมกำหนดแนวทางหรือหลักเกณฑ์ในการดำเนินงานเพื่อพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ($\bar{X}$ = *3.42*) อยู่ในระดับปานกลาง

1.3 ด้านการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ ผลการวิจัยพบว่า บทบาทของประชาชนในการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง บ้านหล่ายงาว หมู่ 1 อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = *3.51*) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก จำนวน 6 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 2 ข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การรับรู้ว่าการเข้าร่วมกิจกรรมหรือโครงการพัฒนาชุมชนช่วยส่งเสริมให้คุณภาพชีวิตของตนดีขึ้น ($\bar{X}$ = *3.65*) อยู่ในระดับมาก ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การมีบทบาทในการเผยแพร่หรือสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการพัฒนาหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงไปสู่บุคคลภายนอก ($\bar{X}$ = *3.20*) อยู่ในระดับปานกลาง

1.4 ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล ผลการวิจัยพบว่า บทบาทของประชาชนในการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง บ้านหล่ายงาว หมู่ 1 อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = *3.51*) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก จำนวน 5 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 3 ข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การมีส่วนร่วมในการประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับคณะกรรมการชุมชนเพื่อนำไปใช้ในการปรับปรุงแนวทางหรือโครงการให้เหมาะสม ($\bar{X}$ = *3.83*) อยู่ในระดับมาก ขณะที่ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ การมีส่วนร่วมในการประสานหรือเชิญชวนหน่วยงานภายนอกเข้ามามีบทบาทร่วมในการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของชุมชน ($\bar{X}$ = *3.18*) อยู่ในระดับปานกลาง

2. ผลการเปรียบเทียบบทบาทของประชาชนในการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง บ้านหล่ายงาว หมู่ 1 อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ประชาชนที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระยะเวลาการอาศัยอยู่ในชุมชนแตกต่างกัน มีบทบาทในด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ขณะที่ประชาชนที่มีรายได้แตกต่างกัน มีบทบาทในด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน พบว่า ประชาชนที่มีเพศ อายุ อาชีพ และระยะเวลาการอาศัยอยู่ในชุมชนแตกต่างกัน มีบทบาทในด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ขณะที่ประชาชนที่มีระดับการศึกษาและรายได้แตกต่างกัน มีบทบาทในด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ พบว่า ประชาชนที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และระยะเวลาการอาศัยอยู่ในชุมชนแตกต่างกัน มีบทบาทในด้านการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ทุกข้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล พบว่า ประชาชนที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน มีบทบาทในด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผลไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ขณะที่ประชาชนที่มีรายได้และระยะเวลาการอาศัยอยู่ในชุมชนแตกต่างกัน มีบทบาทในด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผลแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ด้าน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	ปฏิเสธสมมติฐาน (ยกเว้นรายได้มีความแตกต่าง)
การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน	ปฏิเสธสมมติฐาน (ยกเว้นระดับการศึกษาและรายได้มีความแตกต่าง)
การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์	ปฏิเสธสมมติฐานทุกข้อ
การมีส่วนร่วมในการประเมินผล	ปฏิเสธสมมติฐาน (ยกเว้นรายได้และระยะเวลาการอาศัยอยู่ในชุมชนมีความแตกต่าง)

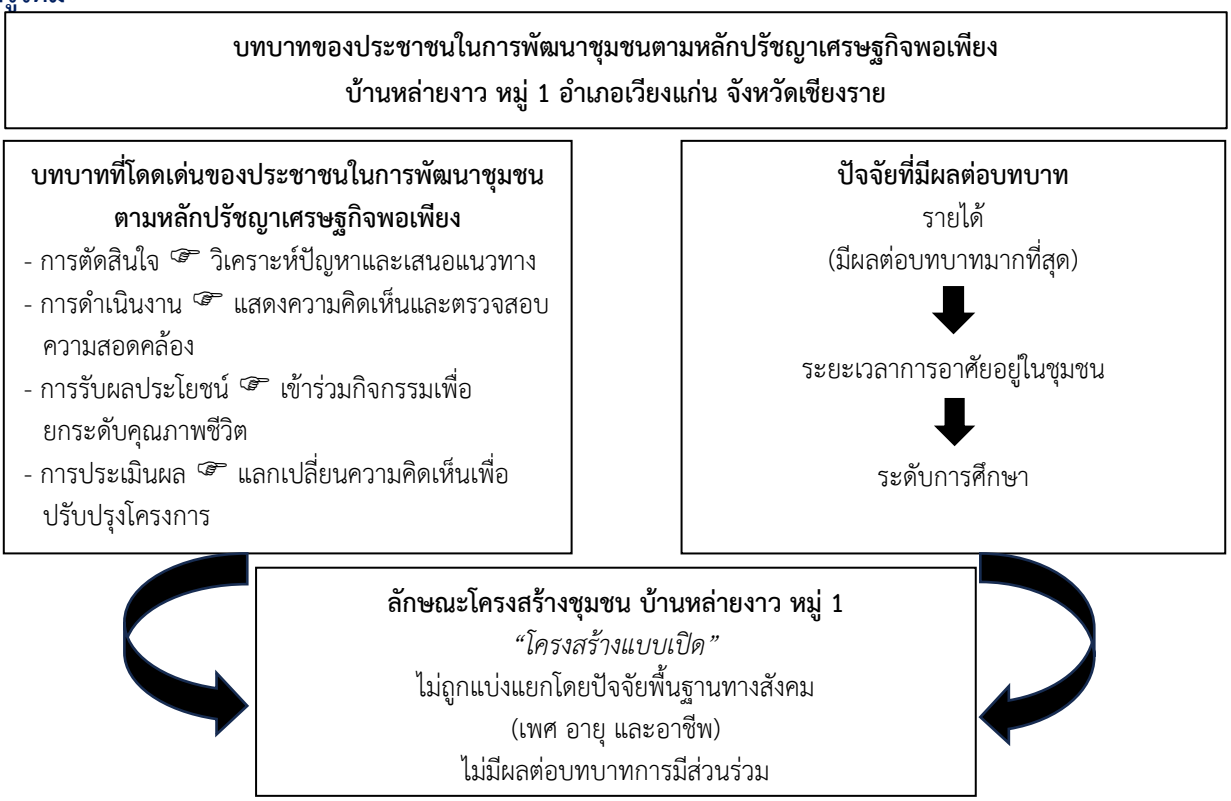
อภิปรายผล

บทบาทของประชาชนในการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง บ้านหล่ายงาว หมู่ 1 อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย พบว่า โดยภาพรวมประชาชนมีบทบาทอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า ประชาชนในพื้นที่มีการตื่นตัวและให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาชุมชน ทั้งในด้านการตัดสินใจ การดำเนินงาน การรับผลประโยชน์ และการประเมินผล ซึ่งสะท้อนถึงการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในระดับชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งสอดคล้องกับ ศาสตร์ศิลป์ ละม้ายศรี และคณะ (2565) พบว่า ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงในพื้นที่ตำบลโคกมั่งงอย อำเภอคอนสวรรค์ จังหวัดชัยภูมิ อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านที่มีส่วนร่วมมากที่สุด คือ ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ รองลงมาคือด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน รองลงมาคือด้านการ มีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ และด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากความแตกต่างของบริบทพื้นที่ ลักษณะของชุมชน รวมถึงระดับการมีส่วนร่วมและการส่งเสริมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งส่งผลให้ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนมีความแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ แม้จะอยู่ภายใต้แนวคิดของการพัฒนาตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเช่นเดียวกัน และยังสอดคล้องกับ พูนศักดิ์ สุวรรณมงคล และคณะ (2568) พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ ดังนี้ ด้านการรับผลประโยชน์ตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ด้านการประเมินผล

ตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ด้านการดำเนินงานตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และด้านการตัดสินใจตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ผลการการเปรียบเทียบบทบาทของประชาชนในการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า โดยรวมประชาชนที่มีเพศ อายุ อาชีพ และระยะเวลาการอาศัยอยู่ในชุมชนที่แตกต่างกัน มีบทบาทไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ชัยยุทธิ์ สงวนแก้ว และคณะ (2568) พบว่า ประชาชนตำบลสวนผึ้ง อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีระดับการมีส่วนร่วมไม่ต่างกัน และยังสอดคล้องกับ สุธาวี กลิ่นอุบล (2563) ผลการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า ประชาชนที่มีเพศ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพในชุมชนและการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชนต่างกัน มีส่วนร่วมต่อความสำเร็จในการพัฒนาชุมชน ไม่แตกต่างกัน

ความรู้ใหม่



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่

จากการวิจัยเรื่องบทบาทของประชาชนในการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง บ้านหล่ายงาว หมู่ 1 อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย สามารถสรุปองค์ความรู้ได้ว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนเกิดขึ้นในลักษณะของกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันภายใต้บริบทของชุมชนที่มีความเข้มแข็ง โดยมีการมีส่วนร่วมครอบคลุมทั้งด้านการตัดสินใจ การดำเนินงาน การรับผลประโยชน์ และการประเมินผล ซึ่งบทบาทที่เด่นชัดได้แก่ การวิเคราะห์ต้นเหตุของปัญหาและเสนอประเด็นเพื่อประกอบการวางแผนพัฒนาชุมชน การกล้าแสดงความคิดเห็นและคัดค้านอย่างมีเหตุผลต่อการดำเนินงานที่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการพัฒนา การรับรู้ว่าการเข้าร่วมกิจกรรมหรือโครงการพัฒนาชุมชนช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตของตนให้ดีขึ้น และการประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับคณะกรรมการชุมชนเพื่อนำไปปรับปรุงแนวทางหรือโครงการให้เหมาะสม ทั้งนี้ก็เป็นเพราะชุมชนมีลักษณะค่อนข้างเปิดกว้าง คนในพื้นที่สามารถเข้ามามีบทบาทร่วมกันได้โดยไม่ถูกจำกัดด้านเพศ อายุ และอาชีพ แต่การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนจะมากน้อยเพียงใดนั้นอยู่ที่ปัจจัยด้านรายได้ ระดับการศึกษา และระยะเวลาการอาศัยอยู่ในชุมชน แต่ไม่ได้เป็นเงื่อนไขที่กำหนดการมีส่วนร่วมอย่างเด็ดขาด

จึงสะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาชุมชนในพื้นที่นี้ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเป็นหลักมากกว่าการแบ่งแยกตามสถานะส่วนบุคคล ซึ่งบทบาทของประชาชนและลักษณะของชุมชนที่ค่อนข้างเปิดกว้างนี้ส่งผลให้การพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่เน้นความร่วมมือ ความพอประมาณ และการพึ่งพาตนเองของชุมชนประสบผลสำเร็จจนได้ชุมชนได้รับการยอมรับว่าเป็นหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงต้นแบบและการมีส่วนร่วมของประชาชน

สรุปผลการวิจัย

บทบาทของประชาชนในการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง บ้านหล่ายงาว หมู่ 1 อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย อยู่ในระดับมากในทุกด้าน โดยด้านที่มีบทบาทสูงที่สุดคือการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ รองลงมา คือ การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน การมีส่วนร่วมในการประเมินผล และการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ ตามลำดับ สำหรับผลการเปรียบเทียบบทบาทของประชาชนในการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า โดยรวมประชาชนที่มีเพศ อายุ อาชีพ และระยะเวลาการอาศัยอยู่ในชุมชนที่แตกต่างกัน มีบทบาทไม่แตกต่างกันในหลายด้าน ขณะที่รายได้และระดับการศึกษาเป็นปัจจัยที่ทำให้บทบาทของประชาชนแตกต่างกันในบางด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเฉพาะด้านการตัดสินใจ การดำเนินงาน และการประเมินผล สะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการศึกษามีอิทธิพลต่อระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนในบางมิติ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการวิจัยพบว่า บทบาทของประชาชนอยู่ในระดับมากแต่ยังมีบางด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำ จึงมีข้อเสนอแนะแก่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำชุมชน คณะกรรมการหมู่บ้าน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชน ดังนี้

1.1 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและผู้นำชุมชนควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมด้านข้อมูลข่าวสาร โดยเฉพาะการสนับสนุนข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ และการเผยแพร่ข้อมูลสู่บุคคลภายนอก ซึ่งยังอยู่ในระดับปานกลาง ควรจัดอบรมหรือสร้างช่องทางสื่อสารในชุมชนให้เข้าถึงง่ายมากขึ้น

1.2 ผู้นำชุมชน และคณะกรรมการหมู่บ้านควรพัฒนาศักยภาพประชาชนในการกำหนดแนวทางดำเนินงาน จากผลที่พบว่าการมีส่วนร่วมในการกำหนดหลักเกณฑ์ยังต่ำ ควรเปิดเวทีให้ประชาชนมีบทบาทในการวางแผนและกำหนดแนวทางร่วมกันมากขึ้น

1.3 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการประเมินผลกับหน่วยงานภายนอก เนื่องจากการประสานงานกับหน่วยงานภายนอกยังอยู่ในระดับปานกลาง ควรสร้างเครือข่ายความร่วมมือเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการติดตามและประเมินผล

1.4 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการพัฒนาอาชีพและรายได้ควรลดความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ในการมีส่วนร่วม เนื่องจากรายได้มีผลต่อการมีส่วนร่วมในหลายด้าน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ทุกกลุ่มเข้ามามีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียม

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับอิทธิพลของปัจจัยด้านรายได้ ระดับการศึกษา และระยะเวลาการอาศัยอยู่ในชุมชนที่มีต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

2.2 ควรพัฒนางานวิจัยในลักษณะการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) เพื่อออกแบบและทดลองแนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชน

2.3 ควรศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง บ้ ได้แก่ การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร การมีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางดำเนินงาน และการประสานงานกับหน่วยงานภายนอก

เอกสารอ้างอิง

จิระพงค์ ไชยชาววงค์ และ จักรพงษ์ พวงงามชื่น. (2566). การส่งเสริมปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงแบบมีส่วนร่วม: ประสบการณ์จากองค์กรชุมชนในภาคเหนือตอนบน. *วารสารวิชาการวิทยาลัยบริหารศาสตร์, 6*(4), 72–90.

ชัยยุทธิ์ สงวนแก้ว, ธเรศวร์ ธนะสมบูรณ์, ชินภัทร พุทธชาด, กมลพร กัลยาณมิตร และ นริดา พรนาคสอนโกษา. (2568). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ตำบลสวนผึ้ง อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี. *วารสารล้านนาวิจัยปริทรรศน์, 6*(2), 1–11.

ญาณเดช คุ้มประยูร. (2564). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชน : กรณีศึกษาชุมชนมีนบุรีอุปถัมภ์ เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร*. (รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม).

พระหมี ถิรจิตฺโต (สีทน). (2561). *การพัฒนาชุมชนตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงต้นแบบบ้านหนองเอาะ อำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี*. (รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย).

พูนศักดิ์ สุวรรณมงคล, วราภรณ์ ทรัพย์รวงทอง และ วาสิตา เกิดผล ประสพศักดิ์. (2568). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในพื้นที่เทศบาลตำบลโคกตูม อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี. *Lawarath Social E-Journal, 7*(3), 25–44.

ศรีนวล แตงภู่, เชาวฤทธิ์ โสภักดี และ ขวัญนภา วงศ์ไพศาลสิริกุล. (2561). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงต้นแบบชุมชนบ้านร่องหมากน้อย ตำบลกลันทา อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์. *วารสารบัณฑิตศาส์น มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย, 16*(1), 256–266.

ศาสตร์ศิลป์ ละม้ายศรี, ดาศรินทร์พัชร์ สุธรรมดี, อุมาวดี เดชธำรงค์ และ กันตินันท์ นามตะ. (2565). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงในพื้นที่ตำบลโคกมั่งงอย อำเภอคอนสวรรค์ จังหวัดชัยภูมิ. วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ, 4(3), 77-89.

สมจินตนา คุ้มภัย. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของชาวชุมชนในองค์การบริหารส่วนตำบลต้นแบบ ที่บูรณาการแผนชุมชนสู่แผนพัฒนาท้องถิ่น จังหวัดนครศรีธรรมราช* (รายงานการวิจัย). นครศรีธรรมราช: สำนักวิชาการจัดการมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.

สำนักงานทะเบียนที่ว่าการอำเภอเวียงแก่น. (2568). *สรุปจำนวนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตพื้นที่ตำบลหล่ายงาว*. เชียงราย: สำนักงานทะเบียนที่ว่าการอำเภอเวียงแก่น.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570)*. สืบค้นจาก https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=plan13.

สุธาวี กลิ่นอุบล. (2563). การศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง บ้านหัวเขาจีน ต.ห้วยยางโทน อ.ปากท่อ จ.ราชบุรี. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก, 9*(2), 108–118.

สำนักวัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย. (2564). *ชุมชนคุณธรรมบ้านหล่ายงาว*. เชียงราย: สำนักวัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย.

Cohen, J. M., & Uphoff, N. T. (1981). *Rural Development Participation: Concept and Measure for Project Design Implementation and Evaluation: Rural Development Committee Center for international Studies*. New York: Cornell University Press.

Kaufman, H.F. (1949). *Participation in organized activities in selected Kentucky localities*. Kentucky: Agricultural experiment station

Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement, 30*(3), 607-610.

JSSP: Journal of Social Science Panyapat, 2026. 8(2): 273-286.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSSP
Journal of Social Science Panyapat
https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSSP/index

Research Article

Development of the “r” pronunciation skill training Exercise for Thai language students at Roi Et Rajabhat University

Anantasak Phonkaewkate[1*]

[1] *Roi-Et Rajabhat University, Thailand*

[*] *Corresponding author. E-mail: anantasak01@gmail.com*

ABSTRACT

This research article aimed to: (1) develop pronunciation skill training exercises for the Thai consonant “r” for Thai language students with an efficiency criterion of 80/80; (2) examine the learning achievement of Thai language students using the “r” pronunciation skill training exercises by comparing their pre-test and post-test results; and (3) study the learning management competencies of Thai language students through the use of the “r” pronunciation skill training exercises in instructional management within educational institutions. This study employed a Research and Development (R&D) approach and incorporated a quasi-experimental research design. The sample consisted of 16 first-year Thai language students enrolled in the second semester of the 2024 academic year, selected through purposive sampling. The research instruments included five sets of “r” pronunciation skill training exercises, one achievement test on “r” pronunciation, and five lesson plans on the art of “r” pronunciation, each lasting two hours. The statistics used for data analysis were mean and standard deviation. The results revealed that: (1) the “r” pronunciation skill training exercises for Thai language students achieved a process efficiency of 86.70 and an outcome efficiency of 96.25 (E1/E2 = 86.70/96.25), which met the established criterion; (2) a comparison of students’ “r” pronunciation skills before and after using the training exercises indicated that the mean post-test score was significantly higher than the mean pre-test score at the .05 level of statistical significance (Sig. = .000 < .05); and (3) overall, the students demonstrated learning management competency at a very high level.

Keywords: Skill Training Development, “R” Pronunciation Test, “R” Pronunciation, Learning Achievement, Thai Language Students

Received: 7 April 2026;
Revised: 7 June 2026;
Accepted: 26 June 2026

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat
ISSN: 3027-6748 (Online)

การพัฒนาแบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” สำหรับนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

อนันตศักดิ์ พลแก้วเกษ[1*]

[1] *มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ประเทศไทย*

* *Corresponding author. E-mail: anantasak01@gmail.com*

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาแบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” สำหรับนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80 2) ศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ก่อนเรียนและหลังเรียน 3) ศึกษาสมรรถนะการจัดการเรียนรู้ของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทยโดยใช้แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ในการจัดการเรียนรู้ในสถานศึกษา การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงพัฒนา (Research and Development: R&D) และมีลักษณะของการวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi-Experimental Research) ด้วย กลุ่มตัวอย่าง นักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทยชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2567/2 ที่ได้จากการเลือกกลุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 16 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” จำนวน 5 ชุด แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องการอ่านออ กเสียง “ร” จำนวน 1 ชุด และแผนการจัดการเรียนรู้ศิลปะการอ่านออกเสียง “ร” จำนวน 5 แผน แผนละ 2 ชั่วโมง สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงแบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ผลการศึกษาพบว่า 1) แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” สำหรับนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย มีประสิทธิภาพของกระบวนการเท่ากับ 86.70 และมีประสิทธิภาพของผลลัพธ์เท่ากับ 96.25 (E1/E2 = 86.70/96.25) ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ 2) ผลการเปรียบเทียบทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย ก่อนและหลังใช้แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” พบว่า คะแนนเฉลี่ยทักษะการอ่านออกเสียง “ร” หลังใช้สูงกว่าก่อนใช้แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (Sig. = .000 < .05) 3) ภาพรวมนักศึกษามีสมรรถนะการจัดการเรียนรู้อยู่ในระดับดีมาก

คำสำคัญ: การพัฒนาแบบฝึกทักษะ, แบบทดสอบอ่านออกเสียง “ร”, การอ่านออกเสียง “ร”ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน, นักศึกษาภาษาไทย

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat

บทนำ

การอ่านเป็นการแสวงหาความรู้อีกทางหนึ่งที่สำคัญ หรือเป็นการสื่อสารกับตัวเองและผู้อื่นเมื่ออ่านออกเสียง ฉะนั้นการอ่านจึงเป็นปัจจัยหลักในการศึกษา ผู้อ่านจะต้องอ่านให้ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ไทย เพราะเกี่ยวข้องกับ การใช้ชีวิตประจำวันของมนุษย์ ดังที่ ฐะปะนีย์ นาครทรรพ (2545) กล่าวว่า การอ่านมีความสำคัญมากในชีวิตประจาวันของผู้ใส่ใจศึกษาหาความรู้อยู่เสมอ เพราะนอกจากจะเป็นเครื่องมือให้ผู้อ่านได้มาซึ่งความรู้แล้ว ยังช่วยทำให้จิตใจมีความสุขและมีความเพลิดเพลินอีกด้วย บุคคลที่มีชีวิตผ่านพ้นวัยเรียนในโรงเรียนไปแล้ว ถ้ามีนิสัยรักการอ่านหนังสือก็จะเป็นผู้ที่มีความรู้ทันสมัยไม่ล้าหลัง

นอกจากการอ่านในชีวิตประจำแล้ว การอ่านออกเสียงก็มีความสำคัญอีกทักษะหนึ่ง เทคนิคหนึ่งที่ได้รับความสนใจในด้านการพัฒนาทักษะการอ่าน คือ การอ่านออกเสียง (Reading Aloud) ซึ่งเป็นกระบวนการที่ผู้เรียนเปล่งเสียงข้อความที่อ่านออกมา เทคนิคนี้ไม่เพียงช่วยให้ผู้เรียนเชื่อมโยงเสียงกับตัวอักษร แต่ยังช่วยพัฒนาการรับรู้โครงสร้างประโยคและความหมายของข้อความ นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยจำนวนมากที่สนับสนุนว่าการอ่านออกเสียงสามารถช่วยเพิ่มสมาธิและความสามารถในการจดจำเนื้อหา ซึ่งอาจนำไปสู่การพัฒนาความเข้าใจในการอ่าน นอกจากนี้ นักเรียนที่ได้รับการฝึกอ่าน

ออกเสียงมีระดับความเข้าใจในการอ่านสูงกว่านักเรียนที่ใช้วิธีการอ่านเงียบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะเดียวกัน ณรงค์ ทะมา (2563) กล่าวว่า การอ่านออกเสียงช่วยให้ผู้เรียนได้จดจำเนื้อหาดีขึ้น มีสมาธิเพิ่มขึ้น และผู้เรียนยังจับใจความของบทอ่านมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น แสดงให้เห็นว่าการอ่านออกเสียงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการพัฒนาความเข้าใจการอ่านของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษา ดังนั้น ควรส่งเสริมให้ใช้เทคนิคนี้ในการจัดการเรียนรู้ภาษาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการอ่านของนักเรียนทุกระดับ

การอ่านออกเสียงเป็นทักษะที่สำคัญในการเรียนรู้ภาษาไทย โดยเฉพาะการออกเสียงพยัญชนะ “ร” ซึ่งเป็นเสียงที่มีลักษณะพิเศษและแตกต่างจากพยัญชนะตัวอื่น ๆ ในภาษาไทย นักศึกษาภาษาไทยหลายคนมักพบปัญหา การออกเสียง “ร” ไม่ถูกต้อง โดยเฉพาะในกลุ่มนักศึกษาภาษาไทยที่เรียนในระดับเริ่มต้นหรือผู้ที่ใช้ภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง ความผิดพลาดในการออกเสียงพยัญชนะ “ร” อาจส่งผลกระทบต่อความเข้าใจในการสื่อสาร รวมถึงการพัฒนา ในด้านการพูด การฟัง และการอ่าน ซึ่งเป็นทักษะที่สำคัญในการเรียนรู้ภาษาไทย สอดคล้องกับสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2555) กล่าวว่า การอ่านออกเสียง “ร” ในภาษาไทยเป็นเรื่องสำคัญของกระบวนการเรียนรู้ เนื่องจาก “ร” เป็นพยัญชนะที่มีลักษณะเฉพาะ และมีผลโดยตรงต่อความหมายของคำ ฉะนั้นถ้าออกเสียงผิดจะทำให้ผู้ฟังเข้าใจคำผิดไปหรือสื่อความหมายไปในทางที่ผิดได้ ดังนั้น การออกเสียง “ร” อย่างถูกต้องจึงเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการพัฒนาทักษะการพูดและการพัฒนาทักษะการสื่อสารในภาษาไทย ดังนี้ 1) การสื่อสารที่ชัดเจน การออกเสียง “ร” ให้ถูกต้องจะทำให้การสื่อสารได้ชัดเจนและเข้าใจง่ายในทุกบริบท การออกเสียง “ร” แบบสั่น (trill) ช่วยให้คำที่มี “ร” เป็นส่วนประกอบมีความหมายที่ถูกต้องและเป็นธรรมชาติ ส่วนการฝึกออกเสียง “ร” ช่วยให้ผู้เรียนสามารถใช้ภาษาไทยได้ถูกต้องและมีประสิทธิภาพในการสื่อสารต่อการดำเนินชีวิต และ2) ความสำคัญในการพัฒนาทักษะการพูด การออกเสียง “ร” ชัดเจนจะช่วยให้ผู้เรียนสามารถพูดได้อย่างมั่นใจและถูกต้อง โดยเฉพาะการสื่อสารที่ต้องใช้คำที่มี “ร” เช่นในคำว่า “ราชรถ”, “รักษา”, หรือ “รถจนา” การออกเสียง “ร” อย่างถูกต้องยังช่วยให้การพูดฟังดูไพเราะและเข้าใจตรงความหมาย ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการฝึกการพูดให้มีความคล่องแคล่วชัดเจนและถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ไทย

ผู้วิจัยได้สืบค้นข้อมูลจากสำนักส่งเสริมวิชาการและจัดการเรียนรู้ตลอดชีวิต พบว่า สาขาวิชาภาษาไทย คณะครุศาสตร์และการพัฒนามนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดเป็นสถาบันการศึกษา ที่มีนักศึกษาเข้ามาศึกษาหลากหลายพื้นที่และชาติพันธ์ จึงพบปัญหาการออกเสียง “ร” ที่ผิดพลาด พบได้จากการจัดการเรียนรู้รายวิชาการจัดการเรียนรู้ศิลปะการอ่านออกเสียงของนักศึกษา ถึงแม้จะเป็นนักศึกษาส่วนน้อย แต่ผู้สอนถือว่าเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการจัดการเรียนรู้ในครั้งนี้ จึงได้จัดทำชุดแบบฝึกการออกเสียง “ร” ขึ้น เพื่อพัฒนาและแก้ปัญหาของผู้เรียนให้มีสมรรถนะในการออกเสียง “ร” ได้อย่างมีประสิทธิภาพตามหลักไวยากรณ์ไทย ฉะนั้น การพัฒนาแบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” จึงมีความสำคัญในการช่วยให้นักศึกษาสามารถออกเสียงได้ถูกต้องตามอักขรวิธีอย่างมั่นใจ การพัฒนาแบบฝึกทักษะที่มีประสิทธิภาพจะช่วยเพิ่มทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ของนักศึกษาภาษาไทยดังกล่าว และทำให้การสื่อสารในชีวิตประจำวันมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การสร้างแบบฝึกเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของผู้เรียนได้ในระดับหนึ่ง ซึ่งผู้สอนสามารถสร้างขึ้นเฉพาะกิจ เพื่อพัฒนาผู้เรียนได้อย่างทันเหตุการณ์ ดังที่วิมลรัตน์ สุนทรโรจน์ (2551) กล่าวว่า แบบฝึกเสริมทักษะมีความสำคัญเพราะเป็นวิธีการสอนที่เพิ่มความสนุกสนานให้กับผู้เรียนอีกวิธีหนึ่ง กล่าวคือ การให้ผู้เรียนได้ทำแบบฝึกหัดมากขึ้นเป็นสิ่งที่จะช่วยให้พัฒนาการเรียนรู้ในเนื้อหารายวิชานั้น ๆ ได้ดีขึ้น เราะการทำแบบฝึกจะทำให้ผู้เรียนได้มีโอกาสทบทวนความรู้ความสามารถและความเข้าใจในบทเรียนที่ตนได้ศึกษามาอย่างรอบครอบ

ปัญหาการออกเสียงไม่ถูกต้องตามอักขรวิธี เป็นปัญหาหนึ่งที่สามารถใช้ชุดแบบฝึกทักษะการอ่านเพื่อพัฒนาผู้เรียนได้ ดังที่ฟิรดาวส์ เจ๊ะอาแว และซาฮีฎีน นิติภาค (2568) กล่าวว่า การใช้แบบฝึกเป็นกิจกรรมหนึ่งที่เกิดผลลัพธ์ในการจัดการเรียนรู้ ดังนั้น การฝึกผู้เรียนโดยการใช้แบบฝึกทักษะเป็นการจัดบริบทเพื่อให้ผู้เรียนฝึกเปลี่ยนพฤติกรรม กล่าวคือ เป็นการทดลองความสามารถในการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายอย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างแบบฝึกต้องคำนึงถึงหลักการสร้างจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับแบบฝึกด้วย เช่น ลักษณะของแบบฝึกที่ดี ประโยชน์ของแบบฝึก หลักการแบบฝึกนำไปใช้ เป็นต้น

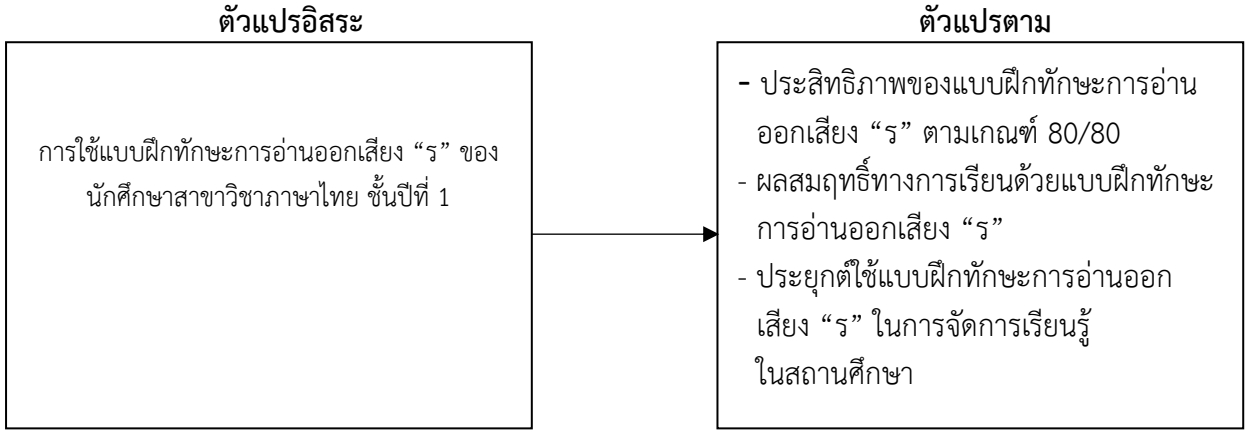
จะเห็นได้ว่าการอ่านออกเสียงเป็นทักษะที่จำเป็นของผู้เรียนภาษาไทย โดยเฉพาะการอ่านออกเสียง “ร” จากสภาพปัญหาของนักศึกษาภาษาไทย ชั้นปีที่ 1 คณะครุศาสตร์และการพัฒนามนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดที่กล่าวมาข้างต้น และการสร้างแบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง มีความสำคัญและจะสามารถแก้ปัญหาของผู้เรียนได้ ผู้วิจัยได้เล็งเห็นคุณค่าในส่วนนี้ จึงได้ริเริ่มพัฒนาแบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” เพื่อช่วยแก้ปัญหาการอ่านออกเสียง “ร” ของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทยขึ้น โดยคาดหวังว่าแบบฝึกทักษะที่พัฒนาขึ้นในครั้งนี้ จะช่วยให้นักศึกษาสามารถออกเสียง “ร” ได้ถูกต้องตามอักขรวิธี ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทั้งในด้านการเรียนรู้ และการสื่อสารในชีวิตประจำวันของนักศึกษาในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาแบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” สำหรับนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80
2. เพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ก่อนเรียนและหลังเรียน
3. เพื่อศึกษาสมรรถนะการจัดการเรียนรู้ของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทยโดยใช้แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ในการจัดการเรียนรู้ในสถานศึกษา

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดนี้ได้จากการสังเคราะห์เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปได้ ดังนี้ ธีราภรณ์ ทรงประศาสน์ (2551) อุษณีย์ เสือจันทร์ (2553) สันติ ภูสงัด (2559) สุเมธ จันทรสมบัติ (2559) และทักษิณ คุณพิภาค (2561) กล่าวว่า แบบฝึกทักษะเป็นสื่อการเรียนรู้ที่สำคัญในการพัฒนาทักษะ และความเข้าใจในเนื้อหาที่ได้เรียนรู้ของผู้เรียน ช่วยให้เกิดการฝึกซ้ำ ทบทวน และเกิดการเรียนรู้ได้ตามศักยภาพของแต่ละบุคคล อีกทั้งยังสามารถเป็นเครื่องมือในการวัดและประเมินผล ทำให้ผู้จัดการเรียนรู้สามารถตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขการจัดการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และส่งผลให้การจัดการเรียนรู้สามารถบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ได้อย่างมีคุณภาพ ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพัฒนา (Research and Development: R&D) และมีลักษณะของการวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi-Experimental Research) ด้วย โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร นักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทยชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2567/2 มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด จำนวน 2 ห้อง 60 คน กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทยชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2567/2 มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด จำนวน 16 คน ที่มีความบกพร่องทางการออกเสียง “ร” โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีดังนี้

2.1 แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” จำนวน 5 ชุด ได้แก่

(1) แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ชุดที่ 1 เรื่องคำที่ใช้ “ร” เป็นพยัญชนะต้นที่ประสมกับสระเสียงสั้น จำนวน 50 คำ

(2) แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ชุดที่ 2 เรื่องคำที่ใช้ “ร” เป็นพยัญชนะต้นที่ประสมกับสระเสียงยาว จำนวน 51 คำ

(3) แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ชุดที่ 3 เรื่องคำที่ใช้ “ร” เป็นพยัญชนะต้นเรียงกัน 2 คำ จำนวน 50 คำ

(4) แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ชุดที่ 4 เรื่องคำที่ใช้ “ร” เป็นพยัญชนะควบกล้ำ จำนวน 50 คำ

(5) แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ชุดที่ 5 เรื่องคำที่ใช้ “ร” เป็นพยัญชนะควบกล้ำเรียงต่อกัน 2 คำ จำนาน 50 คำ

2.2 แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องการอ่านออกเสียง “ร” จำนวน 1 ชุด ได้แก่ แบบทดสอบอ่านออกเสียง “ร” จำนวน 50 คำ 1 ชุด

2.3 แผนการจัดการเรียนรู้ศิลปะการอ่านออกเสียง “ร” จำนวน 5 แผน แผนละ 2 ชั่วโมง ได้แก่

(1) แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 1 เรื่องการอ่านออกเสียง “ร” ด้วยชุดแบบฝึกอ่านออกเสียง “ร” จำนวน 2 ชั่วโมง

(2) แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 2 เรื่องการอ่านออกเสียง “ร” คำที่ใช้ “ร” เป็นพยัญชนะต้นที่ประสมกับสระเสียงสั้น จำนวน 2 ชั่วโมง

(3) แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 3 เรื่องการอ่านออกเสียง “ร” คำที่ใช้ “ร” เป็นพยัญชนะต้นเรียงกัน 2 คำ จำนวน 2 ชั่วโมง

(4) แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 4 เรื่องการอ่านออกเสียง “ร” คำที่ใช้ “ร” เป็นพยัญชนะควบกล้ำ จำนวน 2 ชั่วโมง

(5) แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 5 เรื่องการอ่านออกเสียง “ร” คำที่ใช้ “ร” เป็นพยัญชนะควบกล้ำเรียงต่อกัน 2 คำ จำนวน 2 ชั่วโมง

3. วิธีดำเนินการสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาแบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” สำหรับนักศึกษาภาษาไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือในการวิจัย มีขั้นตอน ดังนี้

3.1 ขั้นสร้างแบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร”

1) ศึกษาแนวคิดทฤษฎีการทำแบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร”

2) ศึกษาคู่มือครูหนังสือเรียน และหนังสือเรียนตำราอื่น ๆ เพิ่มเติมเพื่อนำมาเป็นแบบอย่าง การสร้างแบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร”

3) สร้างแบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร”

4) นำแบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ได้แก่ ด้านภาษาไทย 2 คน ด้านการสอนภาษาไทย 1 คน ด้านวัดและประเมิน 1 คน ด้านสถิติ 1 คน เพื่อขอคำแนะนำตรวจสอบความถูกต้องแล้วนำข้อเสนอหรือคำแนะนำมาปรับปรุงแก้ไข

5) นำแบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” มาปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

6) นำแบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ที่ผ่านผู้เชี่ยวชาญประเมินและปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทดลองใช้ (Try out) กับนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย ชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แต่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมในด้านเนื้อหา ด้านกิจกรรมและด้านเวลา และปัญหาต่าง ๆ อีกครั้งหนึ่ง

7) นำแบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ที่ได้ปรับปรุงแก้ไขและมีความถูกต้องแล้ว พิมพ์เป็นต้นฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปทดลองสอนจริงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทดลอง

3.2 การสร้างแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

1) ศึกษาแนวคิดทฤษฎีการสร้างแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

2) ศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับแบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร”

3) สร้างแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องการอ่านออกเสียง “ร” แบบทดสอบการอ่านออกเสียง “ร” 1 ชุด

4) นำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสม ตรวจสอบระดับคำอ่าน ให้สอดคล้องกับจุดประสงค์

5) วิเคราะห์ข้อมูลหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม แบบทดสอบกับจุดประสงค์ การเรียนรู้โดยใช้สูตร IOC

6) นำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย ชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างแต่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมในด้านเนื้อหา ด้านกิจกรรมและด้านเวลา และปัญหาต่าง ๆ อีกครั้งหนึ่ง

7) จัดพิมพ์แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้ว เป็นแบบทดสอบฉบับจริง เพื่อเป็นเครื่องมือในการวิจัย

3.3 ผลการวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือ

1) ผลการพิจารณาความสอดคล้องระหว่างแบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” กับจุดประสงค์ พบว่าแบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ทั้ง 5 ฉบับ มีค่า IOC เท่ากับ 1.00 ทุกข้อ

2) ผลการพิจารณาความสอดคล้องระหว่างแบบทดสอบทักษะการอ่านออกเสียง “ร” กับจุดประสงค์ มีค่า IOC เท่ากับ 1.00 ทุกข้อ

3) ผลการประเมินคุณภาพแผนการจัดการเรียนรู้โดยผู้เชี่ยวชาญ ภาพรวมแผนการจัดการเรียนรู้ประกอบการใช้แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” มีคุณภาพระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.93) และแต่ละข้อมีคุณภาพระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.40 – 5.00

4) ผลการประเมินแบบประเมินสมรรถนะการจัดการเรียนรู้ แบบประเมินสมรรถนะการจัดการเรียนรู้มีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.84) และทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.00 – 5.00 ซึ่งแสดงว่าแบบประเมินสมรรถนะการจัดการเรียนรู้มีคุณภาพอยู่ในระดับดีมากสามารถนำไปใช้ประเมินได้

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ตามลำดับขั้นตอน หลังจากผ่านการขอจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ดังนี้

4.1 ขั้นก่อนการทดลองเป็นขั้นที่ผู้วิจัยเตรียมความพร้อมในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

4.1.1 ผู้วิจัยประสานขอความร่วมมือกับนักศึกษาที่เป็นประชากรกลุ่มเป้าหมาย เพื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1.2 ผู้วิจัยจัดเตรียมแบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” แบบทดสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน สื่ออุปกรณ์ และเอกสารที่เกี่ยวข้องในการจัดการเรียนการสอน

4.2 ขั้นระหว่างการทดลองและเก็บรวบรวมข้อมูล

4.2.1 นำแบบทดสอบและแบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ไปทดลองใช้กับนักศึกษาภาษาไทย ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2567/2 ที่เป็นประชากรกลุ่มเป้าหมาย ที่ไม่ใช้ประชากรกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยก่อน

4.2.2 ทดสอบก่อนเรียน (Pre-test) โดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ ทางการเรียนเรื่องการอ่านออกเสียง “ร” จำนวน 1 ชุด

4.2.3 ผู้วิจัยดำเนินการสอบตามหน่วยการเรียนรู้เรื่องการอ่านออกเสียง “ร” ซึ่งมีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยให้นักศึกษาทำแบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ใช้เวลานอกเวลาเรียน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มที่มีความบกพร่องทางการออกเสียง “ร” และได้วิธีการเลือกแบบเจาะจง จึงจำเป็นต้องใช้เวลานอกเวลาเรียน และการเก็บข้อมูลครั้งนี้ไม่ทำให้เกิดตัวแปรแทรกซ้อน จำนวน 5 สัปดาห์ สัปดาห์ละ 2 ชั่วโมง รวมทั้งหมด 10 ชั่วโมง

4.2.4 ทดสอบหลังเรียน (Post-test) โดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ ทางการเรียนเรื่องการอ่านออกเสียง “ร” จำนวน 1 ชุด

4.2.5 นำผลการทดสอบก่อนและหลังเรียนแต่ละชุดและผลการทำแบบทดสอบหลังเรียนมาหาค่าทางสถิต

4.2.6 อบรมการประยุกต์ใช้แบบทดสอบและแบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ให้กับนักศึกปี 4 ที่ออกฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูในสถานศึกษา ภาคเรียนที่ 1/2568 จำนวน 7 คน ที่เป็นสายนิเทศของผู้วิจัยรับผิดชอบ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ของการวิจัย

4.2.7 ประเมินการจัดการเรียนการสอนนักศึกษาปี 4 ที่นำแบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ไปใช้ในสถานศึกษา โดยใช้เวลานอกเวลาเรียน 5 สัปดาห์ สัปดาห์ละ 2 ชั่วโมง รวมทั้งหมด 10 ชั่วโมง

4.2.8 นำผลการทดสอบก่อนและหลังเรียนแต่ละชุดและผลการทำแบบทดสอบหลังเรียนมาหาค่าทางสถิต

4.2.9 นำผลการประเมินการจัดการเรียนการสอนของนักศึกษาปี 4 ที่นำแบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ไปใช้ในสถานศึกษามาหาค่าทางสถิติ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ดังนี้

5.1 วิเคราะห์หาประสิทธิภาพของแบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ตามเกณฑ์ 80/80

5.2 วิเคราะห์ความแตกต่างของคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียน และหลังเรียนด้วยแบบฝึกเสริมทักษะเรื่องการอ่านออกเสียง “ร” โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ยร้อยละ t-test

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. ผลการพัฒนาแบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” สำหรับนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80

ผลการพัฒนาแบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” สำหรับนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80 พบว่า แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” สำหรับนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย มีประสิทธิภาพของกระบวนการเท่ากับ 86.70 และมีประสิทธิภาพของผลลัพธ์เท่ากับ 96.25 (E1/E2 = 86.70/96.25) ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ทั้งนี้นักศึกษาคนที่ 1 มีคะแนนค่อนข้างต่ำ แต่เมื่อพิจารณาโดยร่วมผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนดไว้

ตารางที่ 1 ประสิทธิภาพของแบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” สำหรับนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย

นักศึกษาคนที่	คะแนนที่ได้จากแบบฝึกทักษะชุดที่					รวมคะแนนแบบฝึก	คะแนนสอบหลังเรียน
	1	2	3	4	5		
	50	50	50	50	50	250	50
1	1	2	10	12	20	45	25
2	37	42	46	49	50	224	50
3	46	46	47	48	48	235	49
4	48	49	50	50	50	247	50
5	45	47	48	49	50	239	50
6	40	43	45	47	50	225	50
7	37	41	46	48	50	222	50
8	35	40	42	46	48	211	49
9	45	48	50	50	50	243	50
10	37	40	44	47	50	218	50
11	36	38	41	46	49	210	48
12	49	49	49	49	50	246	50
13	48	49	49	50	50	246	50
14	40	42	46	48	50	226	50
15	36	39	42	46	48	211	49
16	37	40	45	48	50	220	50
เฉลี่ย	**38.56**	**40.94**	**43.75**	**45.81**	**47.69**	**216.75**	**48.13**
ประสิทธิภาพ	**77.13**	**81.88**	**87.50**	**91.63**	**95.38**	**86.70**	**96.25**

2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ก่อนเรียนและหลังเรียน

ผลการเปรียบเทียบทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ก่อนเรียนและหลังเรียน

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย

กลุ่มเปรียบเทียบ	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{D}$	$S.D._{\bar{D}}$	t	Sig.
ก่อนเรียน	36.06	10.62	12.06	5.57	8.648	.000
หลังเรียน	48.12	6.19				

หมายเหตุ: กำหนดระดับนัยสำคัญที่ .05

จากตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย ก่อนและหลังใช้แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” พบว่า คะแนนเฉลี่ยทักษะการอ่านออกเสียง “ร” หลังใช้สูงกว่าก่อนใช้แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (Sig. = .000 < .05)

3. ผลการศึกษาสมรรถนะการจัดการเรียนรู้ของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทยโดยใช้แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ในการจัดการเรียนรู้ในสถานศึกษา

ผลการศึกษาสมรรถนะการจัดการเรียนรู้ของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทยโดยใช้แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ในการจัดการเรียนรู้ในสถานศึกษา

ตารางที่ 3 ผลการศึกษาสมรรถนะการจัดการเรียนรู้ของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทยโดยใช้แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ในการจัดการเรียนรู้ในสถานศึกษา ภาพรวม

ที่	รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1	ด้านผู้สอน	4.81	0.36	ดีมาก	2
2	ด้านเนื้อหา	4.60	0.53	ดีมาก	5
3	ด้านกิจกรรมการเรียนการสอน	4.69	0.46	ดีมาก	3
4	ด้านสื่อและสิ่งสนับสนุนการเรียนการสอน	4.67	0.48	ดีมาก	4
5	ด้านการวัดและประเมินผลการเรียน	4.89	0.22	ดีมาก	1
6	ด้านผู้เรียน	4.54	0.47	ดีมาก	6
	เฉลี่ย	**4.70**	**0.42**	**ดีมาก**	

จากตารางที่ 3 พบว่า ภาพรวมนักศึกษามีสมรรถนะการจัดการเรียนรู้อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = *4.70*) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการวัดและประเมินผลการเรียน ($\bar{X}$ = *4.89*) รองลงมา คือ ด้านผู้สอน ($\bar{X}$ = *4.81*) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านผู้เรียน ($\bar{X}$ = *4.54*)

ตารางที่ 4 ผลการศึกษาสมรรถนะการจัดการเรียนรู้ของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทยโดยใช้แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ในการจัดการเรียนรู้ในสถานศึกษา ด้านผู้สอน

ที่	รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1	แนะนำแนวการสอน การวัดและประเมินผลแก่ผู้เรียน	4.71	0.49	ดีมาก	5
2	ความรู้ ความสามารถของผู้สอน	4.57	0.53	ดีมาก	6
3	ความมีคุณธรรม จริยธรรมของผู้สอน	4.86	0.38	ดีมาก	2
4	บุคลิกภาพโดยรวมของผู้สอน	4.86	0.38	ดีมาก	2
5	การเตรียมความพร้อม การเตรียมสอน	4.86	0.38	ดีมาก	2
6	ความตรงต่อเวลา และความสม่ำเสมอในการสอน	5.00	0.00	ดีมาก	1
	เฉลี่ย	4.81	0.36	ดีมาก	

จากตารางที่ 4 นักศึกษามีสมรรถนะการจัดการเรียนรู้ด้านผู้สอนอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = *4.81*) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความตรงต่อเวลา และความสม่ำเสมอในการสอน ($\bar{X}$ = *5.00*) รองลงมา คือ ความมีคุณธรรม จริยธรรมของผู้สอน บุคลิกภาพโดยรวมของผู้สอน การเตรียมความพร้อม การเตรียมสอน ($\bar{X}$ = *4.86*) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความรู้ ความสามารถของผู้สอน ($\bar{X}$ = *4.57*)

ตารางที่ 5 ผลการศึกษาสมรรถนะการจัดการเรียนรู้ของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทยโดยใช้แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ในการจัดการเรียนรู้ในสถานศึกษา ด้านเนื้อหา

ที่	รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1	ความน่าสนใจ เริ่มจากง่ายไปหายาก	4.57	0.53	ดีมาก	2
2	ความครอบคลุมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์	4.71	0.49	ดีมาก	1
3	ความเหมาะสมกับระดับความรู้ ความสามารถของผู้เรียน	4.57	0.53	ดีมาก	2
4	การนำไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์อื่น ๆ	4.57	0.53	ดีมาก	2
5	พัฒนาทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ของผู้เรียนได้	4.57	0.53	ดีมาก	2
	เฉลี่ย	4.60	0.53	ดีมาก	

จากตารางที่ 5 นักศึกษามีสมรรถนะการจัดการเรียนรู้ด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = *4.60*) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความครอบคลุมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ($\bar{X}$ = *4.71*) รองลงมา คือ ความน่าสนใจ เริ่มจากง่ายไปหายาก ความเหมาะสมกับระดับความรู้ ความสามารถของผู้เรียน การนำไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์อื่น ๆ พัฒนาทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ของผู้เรียนได้ ($\bar{X}$ = *4.57*)

ตารางที่ 6 ผลการศึกษาสมรรถนะการจัดการเรียนรู้ของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทยโดยใช้แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ในการจัดการเรียนรู้ในสถานศึกษา ด้านกิจกรรมการเรียนการสอน

ที่	รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1	บรรยากาศการเรียนรู้ และการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน	4.86	0.38	ดีมาก	1
2	ส่งเสริมให้ผู้เรียนศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง พร้อมแนะนำแหล่งความรู้เพิ่มเติม	4.57	0.53	ดีมาก	4
3	พัฒนาผู้เรียนให้เกิดแนวคิดเชิงบวกในการออกเสียง “ร”	4.43	0.53	ดี	5
4	มีกิจกรรมการเรียนการสอนโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ	4.86	0.38	ดีมาก	1
5	รูปแบบการสอนและกิจกรรมที่หลากหลายในเชิงบูรณาการ	4.71	0.49	ดีมาก	3
	เฉลี่ย	4.69	0.46	ดีมาก	

จากตารางที่ 6 นักศึกษามีสมรรถนะการจัดการเรียนรู้ด้านกิจกรรมการเรียนการสอนอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = *4.69*) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บรรยากาศการเรียนรู้ และการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน และมีกิจกรรมการเรียนการสอนโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ($\bar{X}$ = *4.86*) รองลงมา คือ รูปแบบการสอนและกิจกรรมที่หลากหลายในเชิงบูรณาการ ($\bar{X}$ = *4.71*) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ พัฒนาผู้เรียนให้เกิดแนวคิดเชิงบวกในการออกเสียง “ร” ($\bar{X}$ = *4.43*)

ตารางที่ 7 ผลการศึกษาสมรรถนะการจัดการเรียนรู้ของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทยโดยใช้แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ในการจัดการเรียนรู้ในสถานศึกษา ด้านสื่อและสิ่งสนับสนุนการเรียนการสอน

ที่	รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1	มีเอกสารและสื่อประกอบในการเรียนรู้	4.86	0.38	ดีมาก	1
2	มีการใช้สื่อที่หลากหลายรูปแบบมาใช้ในการเรียนการสอน (สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์)	4.57	0.53	ดีมาก	2
3	มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการเรียนการสอน	4.57	0.53	ดีมาก	2
	เฉลี่ย	4.67	0.48	ดีมาก	

จากตารางที่ 7 นักศึกษามีสมรรถนะการจัดการเรียนรู้ด้านสื่อและสิ่งสนับสนุนการเรียนการสอนอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = *4.67*) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีเอกสารและสื่อประกอบในการเรียนรู้ ($\bar{X}$ = *4.86*) รองลงมา คือ มีการใช้สื่อที่หลากหลายรูปแบบมาใช้ในการเรียนการสอน (สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์) มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการเรียนการสอน ($\bar{X}$ = *4.57*)

ตารางที่ 8 ผลการศึกษาสมรรถนะการจัดการเรียนรู้ของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทยโดยใช้แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ในการจัดการเรียนรู้ในสถานศึกษา ด้านการวัดและประเมินผลการเรียน

ที่	รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1	วิธีการวัดผลสอดคล้องและเหมาะสมกับเนื้อหา	5.00	0.00	ดีมาก	1
2	วิธีการวัดผลสอดคล้องตามตามกับวัตถุประสงค์	4.86	0.38	ดีมาก	3
3	แบบทดสอบครอบคลุมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเนื้อหา	4.71	0.49	ดีมาก	4
4	เกณฑ์การประเมินผลมีความเที่ยงธรรม โปร่งใส	5.00	0.00	ดีมาก	1
	เฉลี่ย	4.89	0.22	ดีมาก	

จากตารางที่ 8 นักศึกษามีสมรรถนะการจัดการเรียนรู้ด้านการวัดและประเมินผลการเรียนอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = *4.89*) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ วิธีการวัดผลสอดคล้องและเหมาะสมกับเนื้อหาและเกณฑ์การประเมินผลมีความเที่ยงธรรม โปร่งใส ($\bar{X}$ = *5.00*) รองลงมา คือ วิธีการวัดผลสอดคล้องตามตามกับวัตถุประสงค์ ($\bar{X}$ = *4.86*) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ แบบทดสอบครอบคลุมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเนื้อหา ($\bar{X}$ = *4.71*)

ตารางที่ 9 ผลการศึกษาสมรรถนะการจัดการเรียนรู้ของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทยโดยใช้แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ในการจัดการเรียนรู้ในสถานศึกษา ด้านผู้เรียน

ที่	รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1	การเตรียมความพร้อมก่อนเรียน	4.29	0.76	ดี	5
2	การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน	4.43	0.53	ดี	3
3	ความกระตือรือร้นในการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม	4.43	0.53	ดี	3
4	ความตรงต่อเวลาและความสม่ำเสมอในการเข้าเรียน	5.00	0.00	ดีมาก	1
5	การนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้	4.57	0.53	ดีมาก	2
	เฉลี่ย	4.54	0.47	ดีมาก	

จากตารางที่ 9 นักศึกษามีสมรรถนะการจัดการเรียนรู้ด้านผู้เรียนอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = *4.54*) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความตรงต่อเวลาและความสม่ำเสมอในการเข้าเรียน ($\bar{X}$ = *5.00*) รองลงมา คือ การนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ ($\bar{X}$ = *4.57*) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การเตรียมความพร้อมก่อนเรียน ($\bar{X}$ = *4.29*)

อภิปรายผล

ผลจากการพัฒนาแบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” สำหรับนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80 พบว่า แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” สำหรับนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย มีประสิทธิภาพของกระบวนการเท่ากับ 86.70 และมีประสิทธิภาพของผลลัพธ์เท่ากับ 96.25 (E1/E2 = 86.70/96.25) ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ เนื่องจากแบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” มีประสิทธิภาพของกระบวนการ ซึ่งมีความเหมาะสมในการนำมาจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทยได้จริง สอดคลองกับ กีรติ นันทพงษ์ (2567) ศึกษาเรื่องการพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนการอ่านออกเสียงภาษาไทยตามแนวทางสัทศาสตร์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการออกเสียงพยัญชนะของนักเรียนชาวกะเหรี่ยง พบว่า รูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้น ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) หลักการ 2) จุดมุ่งหมาย 3) ขั้นตอนของการจัดการเรียนรู้ 4) การวัดและประเมินผล และ 5) เงื่อนไขการนำไปใช้ โดยขั้นตอนการจัดการเรียนรู้ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ 1) การเรียนรู้เรื่อง “เสียง” ให้ผู้เรียน

รู้จัก (Pronunciation teaching: P1) 2) ฝึกออกเสียง (Pronunciation Practice: P2) 3) อ่านเรียงอักษรสะกดแบบแจกลูกคำ (Practice of word Spelling: P3) และให้ชื่อว่า 3P Model ผลการประเมินคุณภาพของรูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น ผลการศึกษาพบว่าอยู่ในระดับ มากที่สุด

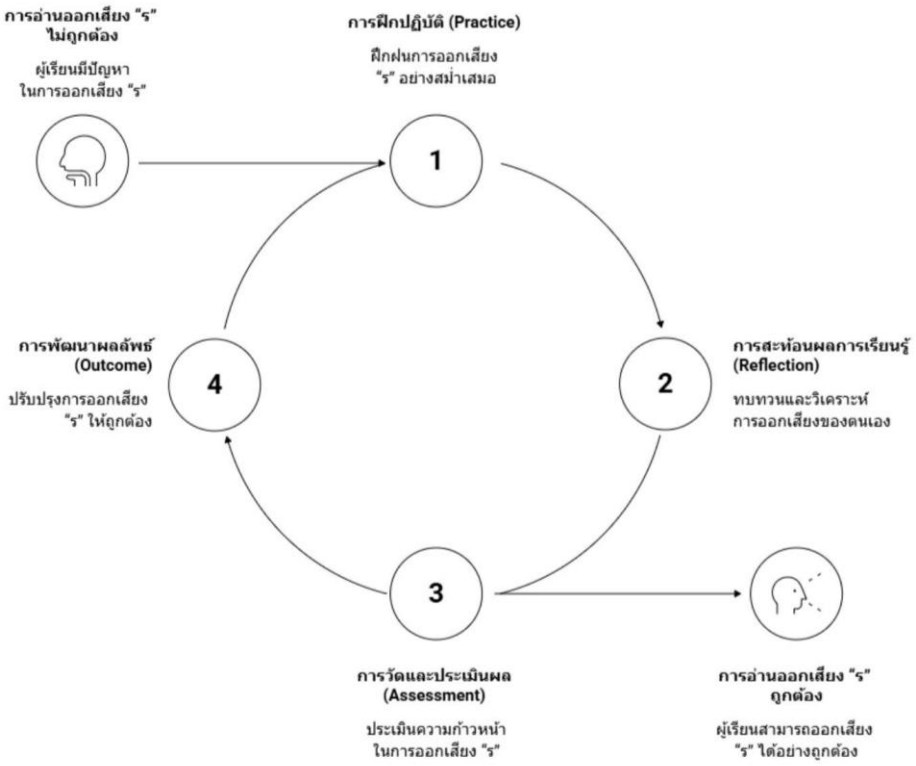
ผลจากการศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ก่อนเรียนและหลังเรียน พบว่า ผลการเปรียบเทียบทักษะ การอ่านออกเสียง “ร” ของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย ก่อนและหลังใช้แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” พบว่า คะแนนเฉลี่ยทักษะการอ่านออกเสียง “ร” หลังใช้สูงกว่าก่อนใช้แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 (Sig. = .000 < .05) ค่าสถิติอยู่ในระดับได้มาตรฐานของจัดการเรียนรู้หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน แสดงให้เห็นว่าแบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นสามารถพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดได้จริง สอดคล้องกับ สินีนารถ รัชณี (2566) ศึกษาเรื่องการพัฒนาหนังสือส่งเสริมการอ่าน เรื่อง การอ่าน ออกเสียงคำควบกล้ำเพื่อสร้างเสริมความสามารถในการอ่านออกเสียงคำควบกล้ำสำหรับนักเรียน ชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 พบว่า 1) หนังสือส่งเสริมการอ่าน เรื่อง การอ่านออกเสียงคำควบกล้ำที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพ (E1/E2) เท่ากับ 82.67/85.33 2) ลักษะการอ่านคำควบกล้ำของผู้เรียนมีความก้าวหน้ามากหลังจากการจัดการเรียนรู้ โดยใช้หนังสือส่งเสริมการอ่าน ซึ่งมีค่าดัชนีประสิทธิผล (E.I.) เท่ากับ 0.731 คิดเป็นร้อยละ 73.17 3) ผู้เรียนมีความสามารถในการอ่านออกเสียงคำควบกล้ำ หลังใช้หนังสือส่งเสริมการอ่านเป็นเครื่องมือในการจัดการเรียนรู้ ซึ่งผลการเรียนของผู้เรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ผลการศึกษาสมรรถนะการจัดการเรียนรู้ของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทยโดยใช้แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ในการจัดการเรียนรู้ในสถานศึกษา พบว่า ภาพรวมนักศึกษามีสมรรถนะการจัดการเรียนรู้อยู่ในระดับดีมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการวัดและประเมินผลการเรียน รองลงมา คือ ด้านผู้สอน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านผู้เรียน สาเหตุที่ด้านการวัดและประเมินผลการเรียน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เนื่องจากการวัดประเมินการเรียนรู้เป็นสิ่งที่สำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งในการจัดการเรียนรู้ ดังนั้นนักศึกษา จึงมีความแม่นยำกับวัดและประเมินผลการเรียนรู้ และถือเป็นเรื่องสำคัญ สอดคล้องกับ รักชนกชรินร์ พูลสุวรรณนธี (2564) เรื่องผลการใช้แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียงด้วยระบบรู้จำเสียงพูดเพื่อส่งเสริมความสามารถในการอ่านออกเสียงภาษาไทยในรายวิชาเทคนิคการประกาศทางวิทยุโทรทัศน พบว่า แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียงที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นตามหลักของการสร้างแบบฝึกทักษะมีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนผ่านการจัดเรียนรู้โดยใช้แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียงที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นตามหลักของการสร้างแบบฝึกทักษะสูงกว่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสามารถเป็นแบบอย่างเพื่อให้ผู้สนใจนำไปประยุกต์ใช้ในสถานศึกษาต่าง ๆ ที่มีบริบทคล้ายคลึงกัน

จากการศึกษาครั้งนี้นักศึกษาคนที่ 1 มีคะแนนค่อนข้างต่ำ เพราะมีความสามารถในการออกเสียง “ร” ที่ต่ำกว่านักศึกษาในกลุ่มตัวอย่างคนอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด แต่เมื่อพิจารณาโดยร่วมมีการพัฒนาขึ้นตามลำดับ และผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ ผู้วิจัยยังได้ค้นพบปัญหาของผู้เรียนขณะที่ใช้เครื่องมือวิจัยที่เป็นคำควบกล้ำ “ร” คือ ผู้เรียนบางคนออกเสียงคำควบกล้ำ “ร” ไม่ได้ และไม่ชัดเจน กล่าวคือ ออกเสียง “ร” ได้ แต่ไม่สามารถออกเสียงคำควบกล้ำ “ร” ได้ จึงเป็นปัญหาสืบเนื่องต้องพัฒนาผู้เรียนต่อไป

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ คือ “R-PRO Model” ซึ่งเป็นรูปแบบการพัฒนาทักษะการอ่านออกเสียงพยัญชนะ “ร” ที่ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ การฝึกปฏิบัติ (Practice) การสะท้อนผลการเรียนรู้ (Reflection) การวัดและประเมินผล (Assessment) และการพัฒนาผลลัพธ์ (Outcome) โดยกระบวนการดังกล่าวช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความสามารถในการอ่านออกเสียง “ร” ได้ถูกต้องมากขึ้น และช่วยยกระดับสมรรถนะการจัดการเรียนรู้ของผู้สอน ทั้งนี้โมเดลดังกล่าวสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาทักษะการออกเสียงพยัญชนะ “ร” ได้ทุกระดับชั้น



ภาพที่ 2 R-PRO Model

สรุปผลการวิจัย

แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” สำหรับนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย มีประสิทธิภาพของกระบวนการเท่ากับ 86.70 และมีประสิทธิภาพของผลลัพธ์เท่ากับ 96.25 (E1/E2 = 86.70/96.25) ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้

ผลการเปรียบเทียบทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย ก่อนและหลังใช้แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” พบว่า คะแนนเฉลี่ยทักษะการอ่านออกเสียง “ร” หลังใช้สูงกว่าก่อนใช้แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (Sig. = .000 < .05)

ภาพรวมนักศึกษามีสมรรถนะการจัดการเรียนรู้อยู่ในระดับดีมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการวัดและประเมินผลการเรียน รองลงมา คือ ด้านผู้สอน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านผู้เรียน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

หลักสูตรควรกำหนดนโยบายเพื่อ “ส่งเสริมการพัฒนาและใช้แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ในรายวิชาที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ เช่น ภาษาศาสตร์สำหรับครู การจัดการเรียนรู้ทักการพูด เป็นต้น เพื่อเป็นการช่วยยกระดับสมรรถนะด้านการใช้ภาษาของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทยให้มีมาตรฐานยิ่งขึ้น”

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษานำแบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียง “ร” ไปจัดการเรียนรู้กับนักศึกษาสาขาวิชาอื่น ๆ ที่ไม่ใช่สาขาวิชาภาษาไทย

เอกสารอ้างอิง

กีรติ นันทพงษ์. (2567). การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนการอ่านออกเสียงภาษาไทยตามแนวทางสัทศาสตร์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการออกเสียงพยัญชนะของนักเรียนชาวกะเหรี่ยง. *วารสารนานาชาติ มหาวิทยาลัยขอนแก่น สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 14*(2), 148 – 181.

ฐะปะนีย์ นาครทรรพ. (2545). *การสอนภาษาไทยขั้นพื้นฐานระดับประถมศึกษา.* กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.

ณรงค์ ทะมา. (2563). อิทธิพลของการอ่านออกเสียงต่อความเข้าใจในการอ่านของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษา. *วารสารครุศาสตร์อภิวัฒน์, 1*(2), 9–20.

ทักษิณ คุณพพิภาค. (2561). การพัฒนาแบบฝึกทักษะการอ่านและการเขียนสะกดคำภาษาไทยโดยใช้การเรียนรู้ แบบร่วมมือร่วมกับเทคนิคแผนผังความคิดที่ส่งผลต่อทักษะการอ่านและการเขียน ความพึงพอใจต่อการเรียน และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2. *วารสารครุศาสตร์ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร, 3*(6), 14–29.

ธีราภรณ์ ทรงประศาสน์. (2551). *การใช้แบบฝึกเพื่อพัฒนาทักษะการแต่งประโยคสำหรับนักเรียนที่มีความบกพร่องทางการได้ยิน ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนแพร่ปัญญานุกูล.* (ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).

ฟิรดาวส์ เจ๊ะอาแว และ ซาฮีฎีน นิติภาค. (2568). การพัฒนาทักษะการอ่านออกเสียงภาษาอาหรับ โดยใช้วิธีการสอนแบบกีรออาตีสำหรับ นักเรียนระดับชั้นอนุบาล 3 โรงเรียนวิทยปัญญา. *Wisdom Journal of Humanities and Social Sciences, 1*(4), 22-32.

รักชนกชรินร์ พูลสุวรรณนธี. (2564). ผลการใช้แบบฝึกทักษะการอ่านออกเสียงด้วยระบบรู้จำเสียงพูดเพื่อส่งเสริมความสามารถในการอ่านออกเสียงภาษาไทยในรายวิชาเทคนิคการประกาศทางวิทยุโทรทัศน์. *STOU Academic Journal of Research and Innovation (Humanities and Social Science), 1*(1), 33-42.

วิมลรัตน์ สุนทรโรจน์. (2551). *นวัตกรรมตามแนวคิดแบบ Backward Desing.* มหาสารคาม: ภาควิชาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาสารคาม.

สันติ ภูสงัด. (2559). *แบบฝึกเสริมทักษะวิชาคณิตศาสตร์ เรื่อง โจทย์ปัญหาการบวก ลบ ระคน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1.* (การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม).

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2555). *คู่มือการสอนการออกเสียงพยัญชนะ.* กรุงเทพฯ: กรมการศึกษานอกโรงเรียน.

สินีนารถ รัชณี. (2566). *การพัฒนาหนังสือส่งเสริมการอ่านเรื่องการอ่าน ออกเสียงคำควบกล้ำเพื่อสร้างเสริมความสามารถในการอ่านออกเสียงคำควบกล้ำ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5.* (คุรุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย).

สุเมธ จันทรสมบัติ. (2559). *การเปรียบเทียบความสามารถในการเรียงความของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 เรียนซ่อมเสริมโดยใช้แบบฝึก.* (การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).

อุษณีย์ เสือจันทร์. (2553). *การพัฒนาแบบฝึกทักษะแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์เรื่องวิธี เรียงสับเปลี่ยนและวิธีจัดหมู่ กลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5.* (การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร).

JSSP: Journal of Social Science Panyapat, 2026. 8(2): 287-304.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSSP
Journal of Social Science Panyapat
https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSSP/index

Research Article

Creative Leadership of School Administrators Affecting Teachers' Happiness at Work Under the Nakhon Si Thammarat Primary Educational Service Area Office 1

Hathaiporn Boonkhwan[1*] Thanatcha Rattanaphant[2] and Nopparat Chairuang[2]

[1] *Master's degree student in Educational Administration, Faculty of Education, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University, Thailand*

[2] *Faculty of Education, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University, Thailand*

[*] *Corresponding author. E-mail: 6755701012@nstru.ac.th*

ABSTRACT

This research article aimed to study: 1) the creative leadership of school administrators, 2) teachers' happiness at work, 3) the relationship between the creative leadership of school administrators and teachers' happiness at work, and 4) guidelines for developing the creative leadership of school administrators affecting teachers' happiness at work under the Nakhon Si Thammarat Primary Educational Service Area Office 1. The sample consisted of 287 teachers under the Nakhon Si Thammarat Primary Educational Service Area Office 1, determined using Krejcie and Morgan's sample size table and stratified sampling based on the size of the educational institution. The qualitative informants consisted of five school administrators. The research instruments included a five-point rating scale questionnaire and an interview form. Data were analyzed using percentage, mean, standard deviation, Pearson product-moment correlation coefficient, stepwise multiple regression analysis, and content analysis. The findings revealed that: 1) the creative leadership of school administrators was overall at a high level; 2) teachers' happiness at work was overall at a high level; 3) the creative leadership of school administrators is positively correlated with teachers' happiness at work, with a predictive coefficient of .639, which is statistically significant at the .01 level; and 4) guidelines for developing creative leadership affecting teachers' happiness at work found that school administrators should possess a vision that encourages teacher participation, listen to opinions, adjust their mindset and management approaches to be more flexible, be bold in experimenting with new approaches, understand individual differences and assign tasks appropriate to each person's potential, and build a work culture based on trust, respect, and mutual appreciation.

Keywords: Creative Leadership, School Administrators, Teachers' Happiness at Work

Received: 18 April 2026;
Revised: 2 June 2026;
Accepted: 26 June 2026

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat
ISSN: 3027-6748 (Online)

ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต 1

หทัยพร บุญขวัญ[1*] ธณัฐชา รัตนพันธ์[2] และ นพรัตน์ ชัยเรือง[2]

[1] *นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ประเทศไทย*

[2] *คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ประเทศไทย*

* *Corresponding author. E-mail: 6755701012@nstru.ac.th*

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา 2) ศึกษาความสุขในการทำงานของครู 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษากับความสุขในการทำงานของครู และ 4) ศึกษาแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต 1 กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย ครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต 1 จำนวน 287 คน ซึ่งกำหนดโดยเทียบตารางสำเร็จรูปของ Krejcie & Morgan และสุ่มแบบแบ่งชั้นตามขนาดสถานศึกษา ผู้ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพประกอบด้วยผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 5 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยแบบสอบถามแบบประมาณค่า 5 ระดับ และแบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูล โดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหูคูณ และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) ความสุขในการทำงานของครู โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก 3) ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความสุขในการทำงานของครู โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การทำนายเท่ากับ .639 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ 4) แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของครู พบว่า ผู้บริหารควรมีวิสัยทัศน์ที่เปิดโอกาสให้ครูมีส่วนร่วม รับฟังความคิดเห็น ปรับแนวคิดและวิธีการบริหารให้มีความยืดหยุ่น กล้าทดลองแนวทางใหม่โดยไม่ยึดติดรูปแบบเดิม เข้าใจความแตกต่างระหว่างบุคคล พร้อมมอบหมายงานให้เหมาะสมกับศักยภาพของบุคคล สร้างวัฒนธรรมการทำงานที่มีความไว้วางใจ เคารพ และเห็นคุณค่าซึ่งกันและกัน

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์, ผู้บริหารสถานศึกษา, ความสุขในการทำงานของครู

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat

บทนำ

การศึกษาเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาคน สังคม และเสริมสร้างความมั่นคงของชาติ ถือเป็นกลไกหลักในการยกระดับคุณภาพชีวิตให้สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุขท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของโลกศตวรรษที่ 21 ทั้งยังเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันและทำให้ประเทศสามารถยืนหยัดบนเวทีโลกในบริบทเศรษฐกิจและสังคมที่เป็นพลวัต นานาประเทศทั่วโลกจึงให้ความสำคัญและทุ่มเทในการพัฒนาการศึกษาเพื่อสร้างทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพและทันต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับประเทศ ภูมิภาค และระดับโลก ควบคู่ไปกับการรักษาอัตลักษณ์ของชาติ สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570) ที่เน้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีความสามารถในการแข่งขันในยุคดิจิทัล และส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต สำหรับประเทศไทย ได้ให้ความสำคัญกับการจัดการศึกษา เพื่อพัฒนาศักยภาพและความสามารถของคนไทยให้มีทักษะ ความรู้ และสมรรถนะที่ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานและการพัฒนาประเทศ ภายใต้แรงกดดันจากทั้งกระแสโลกาภิวัตน์และปัญหาวิกฤติภายในประเทศ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของคนไทย และผลักดันให้ประเทศก้าวพ้นกับดักรายได้ปานกลางสู่การเป็นประเทศพัฒนาแล้ว รองรับการเปลี่ยนแปลงของโลกทั้งในปัจจุบันและอนาคตซึ่งล้วนส่งผลโดยตรงต่อระบบ

การศึกษา เศรษฐกิจ และสังคมไทย (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560) การพัฒนาสถานศึกษาและแหล่งเรียนรู้ในบริบทปัจจุบัน มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องยกระดับสถานศึกษาทุกระดับและทุกประเภทให้เป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีคุณภาพ พร้อมทั้งพัฒนาระบบการบริหารจัดการรูปแบบใหม่ เพื่อเสริมสร้างความคล่องตัวและความเป็นอิสระในการบริหารสถานศึกษา ควบคู่กับการยึดหลักธรรมาภิบาล ความสำเร็จของการบริหารงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญคือ ผู้นำ คุณลักษณะภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษามีความสำคัญต่อสถานศึกษาและเป็นการสร้างแรงจูงใจในการทำงานของครู ส่งผลต่อการทำงานของครูทั้งทางตรงและทางอ้อม เนื่องจากผู้บริหารถือเป็นผู้นำที่ครูต้องให้ความไว้วางใจและเป็นผู้นำพาองค์กร หากผู้บริหารขาดคุณสมบัติดังกล่าวย่อมทำให้ครูขาดความเชื่อมั่น ขาดกำลังใจในการทำงานไม่มากก็น้อย ผู้บริหารสถานศึกษาในยุคปัจจุบันจำเป็นต้องแสดงภาวะผู้นำ โดยเฉพาะภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งหมายถึง ความสามารถในการจูงใจและนำบุคลากรด้วยวิสัยทัศน์ชัดเจน พร้อมทั้งกระตุ้นและสนับสนุนให้เกิดการทดลองภายในองค์กร เพื่อเสริมให้บุคลากรกล้าคิดนอกกรอบ กล้าตัดสินใจ คิดสร้างสรรค์ และแสวงหาวิธีการใหม่ๆ ในการบริหารและการสื่อสารภายในองค์กร มีความสามารถ ในการปรับตัวและทำให้กระบวนการทำงานต่าง ๆ ดีมากขึ้น (จินตนา ดีดวงพันธ์, 2565)

ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์นับเป็นแนวคิดสำคัญที่มีส่วนช่วยพัฒนาและยกระดับคุณภาพขององค์กร โดยตั้งอยู่บนมุมมองที่ว่า ในสถานศึกษาไม่จำเป็นต้องมีผู้นำเพียงคนเดียว หากแต่บุคลากรแต่ละคนสามารถแสดงบทบาทความเป็นผู้นำได้ตามศักยภาพและบริบทของตนเอง บทบาทหลักของผู้บริหารสถานศึกษาจึงอยู่ที่การส่งเสริม เปิดพื้นที่ และสนับสนุนให้ครู รวมถึงบุคลากรได้เรียนรู้และพัฒนาศักยภาพอย่างต่อเนื่อง ซึ่งถือเป็นแนวทางสำคัญในการขับเคลื่อนสู่ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ ทั้งนี้ ผู้บริหารสถานศึกษาไม่ได้มีหน้าที่เพียงส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียนเท่านั้น แต่ยังต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาการเรียนรู้ของครูและบุคลากรภายในองค์กรควบคู่กันไป (Robinson, 2007) ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์หมายถึงบุคคลที่มีพฤติกรรมในการขับเคลื่อนและประสานความร่วมมือกับผู้อื่น โดยมุ่งเน้นการกระตุ้นแรงบันดาลใจ เสริมแรงจูงใจ และสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเกิดแนวคิดใหม่ ๆ ผ่านกระบวนการคิดอย่างสร้างสรรค์และแนวทางที่หลากหลาย เพื่อนำไปสู่การพัฒนาและสร้างสิ่งใหม่ (ธีระ รุญเจริญ, 2554)

ความเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยี ได้เข้ามามีอิทธิพลต่อการดำเนินงานในหลายด้านของสถานศึกษา โดยเฉพาะวิชาชีพครูซึ่งถือเป็นอาชีพที่มีความเสี่ยงต่อความเครียดจากการปฏิบัติงาน เนื่องจากต้องรับภาระงานจำนวนมาก ควบคู่กับความรับผิดชอบต่อผู้เรียน รวมถึงการติดต่อประสานงานกับผู้ปกครองอย่างต่อเนื่อง ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อสภาพจิตใจของครู และมีแนวโน้มทำให้ระดับความสุขในการทำงานลดลง นอกจากนี้ ครูยังจำเป็นต้องปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของบริบทสังคม เศรษฐกิจ เทคโนโลยี และรูปแบบการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (กฤตัชญ์ สุริยนต์ และคณะ, 2562) ตามแนวคิดของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์กรสุขภาวะ หรือ “Happy Workplace” ซึ่งหมายถึงการจัดสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เอื้อต่อคุณภาพชีวิตของบุคลากรในทุกมิติ ทั้งด้านร่างกาย จิตใจ สติปัญญา และสังคม เพื่อส่งเสริมให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่กับการดำรงชีวิตอย่างสมดุลและมีความสุข อีกทั้งยังมุ่งลดปัจจัยเสี่ยงและเสริมสร้างปัจจัยเกื้อหนุนด้านสุขภาพอย่างต่อเนื่อง ในบริบทดังกล่าว ความสุขในการทำงานจึงสะท้อนถึงประสบการณ์และความรู้สึกเชิงบวกที่เกิดจากการได้รับการยอมรับและการยกย่องจากสังคม การได้ปฏิบัติงานในองค์กรที่มีความมั่นคง มีโอกาสก้าวหน้าและได้รับการพัฒนาอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม นอกจากนี้ ปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญ ได้แก่ การมีผู้บังคับบัญชาที่เอื้ออาทร เพื่อนร่วมงานที่มีความสัมพันธ์ที่ดีและให้ความช่วยเหลือกัน การได้รับสวัสดิการที่เหมาะสม ตลอดจนการมีสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย ซึ่งเมื่อองค์ประกอบเหล่านี้ได้รับการส่งเสริมอย่างสม่ำเสมอ ย่อมเอื้อต่อการเสริมสร้างความสุขในการทำงานของบุคลากรได้อย่างยั่งยืน (ศิรินันท์ กิตติสุขสถิต และคณะ, 2556)

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต 1 ดำเนินการจัดการศึกษา โดยมีสถานศึกษาในความรับผิดชอบ จำนวนทั้งสิ้น 105 โรงเรียน ประกอบด้วย จำนวนโรงเรียนขนาดเล็ก 60 โรงเรียน โรงเรียนขนาดกลาง 41 โรงเรียน โรงเรียนขนาดใหญ่ 2 โรงเรียน และโรงเรียนขนาดใหญ่พิเศษ 2 โรงเรียน พบว่า อัตรากำลังครูขาดถึง 96 อัตรา ไม่เพียงพอต่อการจัดการเรียนการสอน นอกจากนี้ครู โดยเฉพาะในโรงเรียนขนาดเล็ก และขนาดกลาง ยังต้องปฏิบัติงาน

ในด้านอื่น ๆ ที่ผู้บริหารมอบหมาย ทำให้ครูปฏิบัติหน้าที่ในการจัดการเรียนการสอนไม่เต็มความสามารถ มีผลต่อความสุขในการทำงานของครู และการพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษาโดยภาพรวม กล่าวได้ว่าหากครูไม่มีความสุข อาจเกิดความเครียดในการทำงาน และขาดแรงจูงใจในการพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียน ส่งผลให้บรรยากาศในห้องเรียน ความสัมพันธ์ระหว่างครูกับนักเรียนลดลง และกระทบต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต 1, 2568)

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษากับความสุขในการทำงานของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต 1 อันเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษา นำมาประยุกต์ใช้กับการบริหารจัดการที่มีการปรับเปลี่ยนให้ทันยุคสมัย บุคลากรทำงานอย่างมีความสุข ซึ่งส่งผลต่อการยกระดับคุณภาพการศึกษาเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงด้านสังคม และเศรษฐกิจต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต 1
2. เพื่อศึกษาความสุขในการทำงานของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต 1
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษากับความสุขในการทำงานของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต 1
4. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของครู

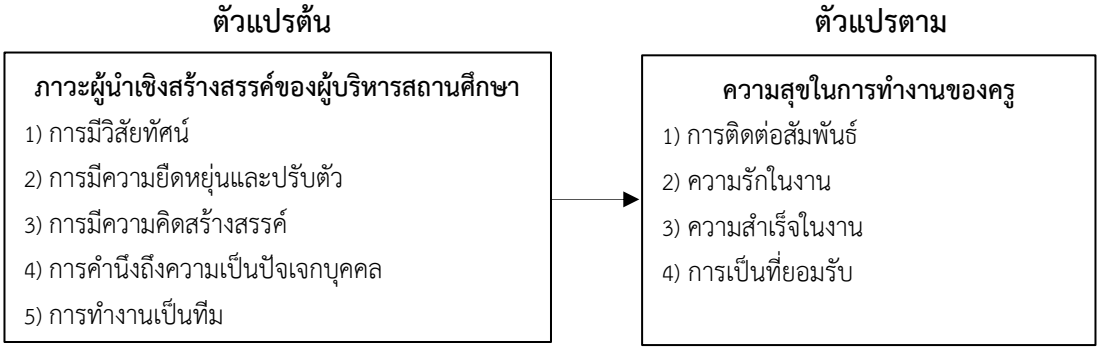
การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีของนักวิชาการ และทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสังเคราะห์และกำหนดตัวแปรในการวิจัย ดังนี้

1. ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ตามแนวคิดของ Robinson (2007) กล่าวว่า ผู้นำเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วยการปรับตัวและยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลง การคิดอย่างสร้างสรรค์ มีเสรีภาพ เน้นการทำงานร่วมกัน และการให้ความสำคัญต่อความเป็นปัจเจกบุคคล โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริวรรณ์ คำภูเงิน (2561) วิชิตรา สุระคำพันธ์ (2565) และนคร ชูสอนสาย (2565) ที่สรุปว่าองค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 1) การมีวิสัยทัศน์ 2) การมีความยืดหยุ่นและปรับตัว 3) การมีความคิดสร้างสรรค์ 4) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล และ 5) การทำงานเป็นทีม

2. ความสุขในการทำงานตามแนวคิดของ Manion (2003) กล่าวว่า ความสุขในการทำงานเกิดเมื่อได้รับการยอมรับและเห็นคุณค่า ส่งผลให้เกิดความภาคภูมิใจ พึงพอใจในงาน รักและอยากที่จะทำงานให้บรรลุผลสำเร็จ โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของจตุรวัฒน์ ผนึกรัมย์ (2560) จิรพันธุ์ วงษ์คำ (2564) และพรพรหมพรรณ บุญโคกล่าม (2567) ที่สรุปว่าองค์ประกอบของความสุขในการทำงาน ประกอบด้วย 1) การติดต่อสัมพันธ์ 2) ความรักในงาน 3) ความสำเร็จในงาน และ 4) การเป็นที่ยอมรับ

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และทวทวนวรรณกรรม สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน โดยมีวิธีวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ประชากร คือ ครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต 1 ปีการศึกษา 2568 จำนวน 1,118 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ ครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต 1 ปีการศึกษา 2568 จำนวน 287 คน ซึ่งได้มาโดยการใช้ตารางกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง Krejcie & Morgan (1970) แล้วทำการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิตามขนาดของสถานศึกษา จากนั้นเลือกตัวแทนของแต่ละชั้นมาเป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยการสุ่มอย่างง่ายด้วยวิธีจับฉลาก จะได้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างจำแนกขนาดของสถานศึกษา

ตำแหน่ง	ขนาดสถานศึกษา	จำนวนประชากร (คน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
ครู	ขนาดใหญ่พิเศษ	198	51
	ขนาดใหญ่	83	21
	ขนาดกลาง	559	144
	ขนาดเล็ก	278	71
	รวม	**1,118**	**287**

ผู้ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 5 คน ได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกคือ เป็นผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต 1 ที่มีวิทยฐานะระดับชำนาญการพิเศษขึ้นไป และมีประสบการณ์ด้านการบริหารสถานศึกษาไม่น้อยกว่า 5 ปี

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 แบบสอบถาม ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเพศ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการปฏิบัติงานและขนาดของโรงเรียนที่สังกัด มีลักษณะเป็นแบบกำหนดให้เลือกตอบ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ โดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน คือ 1) การมีวิสัยทัศน์ 2) การมีความยืดหยุ่นและปรับตัว 3) การมีความคิดสร้างสรรค์ 4) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล และ 5) การทำงานเป็นทีม เป็นลักษณะแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแนวคิดของลิเคอร์ท ซึ่งมีเกณฑ์การพิจารณา 5 ระดับ (พิชิต ฤทธิ์จรูญ, 2554)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสุขในการทำงาน โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ 1) การติดต่อสัมพันธ์ 2) ความรักในงาน 3) ความสำเร็จในงาน และ 4) การเป็นที่ยอมรับ เป็นลักษณะแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแนวคิดของลิเคอร์ท ซึ่งมีเกณฑ์การพิจารณา 5 ระดับ (พิชิต ฤทธิ์จรูญ, 2554)

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือและตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาค้นคว้าเอกสาร หลักฐาน ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดกรอบแนวคิด และขอบข่ายในการสร้างเครื่องมือให้สอดคล้องกับ วัตถุประสงค์

ขั้นตอนที่ 3 สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

ขั้นตอนที่ 4 นำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเสนอต่อประธาน และกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบ และนำข้อเสนอแนะมาแก้ไขปรับปรุง

ขั้นตอนที่ 5 นำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบ พิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยการตรวจสอบพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ ใช้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item - Objective Congruence: IOC) (พิชิต ฤทธิ์จรูญ, 2554) แล้วเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.67 ขึ้นไป มาสร้างแบบสอบถาม ผลที่ได้คือข้อคำถามทุกข้อที่มีค่า IOC เท่ากับ 1.00

ขั้นตอนที่ 6 นำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ตรวจสอบแก้ไขอีกครั้ง

ขั้นตอนที่ 7 นำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยที่ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้กับครู 3 โรงเรียน โรงเรียนละ 10 คน รวมทั้งหมด 30 คน จากนั้นนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ตามแนววิธีของครอนบาค (Cronbach) (พิชิต ฤทธิ์จรูญ, 2554) ได้ค่าเท่ากับ 0.98

ขั้นตอนที่ 8 นำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยที่ผ่านการทดลองแล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบปรับปรุง แก้ไข และจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ แล้วนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

2.2 แบบสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ เรื่อง แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สำหรับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 5 คน ที่มีวิทยฐานะระดับชำนาญการพิเศษขึ้นไป และมีประสบการณ์ด้านการบริหารสถานศึกษาไม่น้อยกว่า 5 ปี ซึ่งได้มาโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) แบ่งเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ประกอบด้วย เพศ ตำแหน่ง/บทบาท วิทยฐานะ ประสบการณ์การปฏิบัติงานในตำแหน่ง และวันเดือนปีที่สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 ประเด็นการสัมภาษณ์ ประกอบด้วย ประเด็นการสัมภาษณ์ เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงาน 5 ด้าน 1) การมีวิสัยทัศน์ 2) การมีความยืดหยุ่นและปรับตัว 3) การมีความคิดสร้างสรรค์ 4) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล 5) การทำงานเป็นทีม

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือและตรวจสอบคุณภาพของแบบแบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาค้นคว้าเอกสาร หลักฐาน ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดกรอบแนวคิด และขอบข่ายในการสร้างเครื่องมือให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

ขั้นตอนที่ 3 สร้างแบบสัมภาษณ์ จากกรอบแนวคิด

ขั้นตอนที่ 4 นำแบบสัมภาษณ์เสนอต่อประธาน และกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบ และนำข้อเสนอแนะ มาแก้ไขปรับปรุง

ขั้นตอนที่ 5 นำแบบสัมภาษณ์ที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง

ขั้นตอนที่ 6 นำแบบสัมภาษณ์ที่ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปเก็บข้อมูล

3. สมมติฐานการวิจัย

ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาส่งผลเชิงบวกต่อความสุขในการทำงานของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 แบบสอบถามเพื่อการวิจัย ที่พัฒนาขึ้นและผ่านการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือเรียบร้อยแล้ว ได้นำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1) ดำเนินการทำหนังสือราชการส่งถึงโรงเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2) นำแบบสอบถามเพื่อการวิจัย พร้อมหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย ไปติดต่อประสานงานกับผู้ประสานงานของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต 1 เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเข้าเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยออกแบบฟอร์มแบบสอบถาม ผ่าน Google Form แสดงเป็น QR Code ผ่านทางระบบ AMSS++ ของแต่ละโรงเรียน

3) นำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้อง และจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามภายหลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นจึงนำแบบสอบถามมาจัดเรียงข้อมูล แยกข้อมูล และตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้

4) นำผลที่ได้มาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ นำเสนอตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานของการวิจัย

4.2 แบบสัมภาษณ์ การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1) ดำเนินการทำหนังสือราชการ เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์

2) นำหนังสือขออนุญาตนำเสนอต่อผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 5 คน

3) ดำเนินการนัดหมายวัน เวลา และสถานที่สำหรับการสัมภาษณ์

4) ดำเนินการสัมภาษณ์ตามขั้นตอนที่กำหนด

5) นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ไปวิเคราะห์และสังเคราะห์ผลต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้รับการวิเคราะห์โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) จากนั้นนำเสนอผลในรูปแบบตาราง พร้อมคำอธิบายประกอบท้ายตาราง

ตอนที่ 2 และตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์และความสุขในการทำงาน โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ในระดับรายข้อ รายด้าน และภาพรวม นำค่าเฉลี่ยที่ได้ไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์การแปลผล ซึ่งกำหนดเป็นระดับคะแนนเฉลี่ย 5 ระดับ ตั้งแต่ “มากที่สุด” (4.50-5.00) ถึง “น้อยที่สุด” (1.00-1.49) (พรรณี ลีกิจวัฒนะ, 2554)

ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product–Moment Correlation Coefficient) กำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าความสัมพันธ์ตามแนวคิดของบุญชม ศรีสะอาด (2560) ดังนี้

ค่า r 0.71-1.00 หมายถึง มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูง

ค่า r 0.31-0.70 หมายถึง มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง

ค่า r 0.01-0.30 หมายถึง มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำ

ค่า r เท่ากับ 0.00 หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ค่า r น้อยกว่า 0.00 หมายถึง มีความสัมพันธ์เชิงลบ

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงาน โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) เพื่อสร้างสมการพยากรณ์ตัวแปรตาม (บุญชม ศรีสะอาด, 2560)

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis Technique) ผ่านกระบวนการตีความและสังเคราะห์ข้อสรุป และนำเสนอผลในรูปแบบการพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีทั้งหมด จำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 100 เป็นเพศหญิงจำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 69.34 และเป็นเพศชายจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 30.66

ผู้ตอบแบบสอบถามมีช่วงอายุส่วนใหญ่ คือ อายุ 30-40 ปี จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 47.74 รองลงมา คือ ต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 21.60 อายุ 41-50 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 และช่วงอายุที่น้อยที่สุด คือ อายุ 51 ปี ขึ้นไป จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 9.41

ผู้ตอบแบบสอบถามมีวุฒิศึกษาส่วนใหญ่ คือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 74.22 รองลงมา คือ ปริญญาโท จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 25.78 และไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวุฒิปริญญาเอก

ผู้ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์ปฏิบัติงานสอนมากที่สุด คือ น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 41.81 รองลงมา คือ มีประสบการณ์ปฏิบัติงานสอน มากกว่า 10 ปี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75 และมีประสบการณ์ปฏิบัติงานสอน 5 – 10 ปี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 25.44

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นครูในสถานศึกษาขนาดกลาง จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 50.17 รองลงมาเป็นสถานศึกษาขนาดเล็ก จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 24.74 สถานศึกษาขนาดใหญ่พิเศษ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 17.77 และน้อยที่สุด คือ สถานศึกษาขนาดใหญ่ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 7.32

1. ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูล มี 5 ด้าน คือ 1) การมีวิสัยทัศน์ 2) การมีความยืดหยุ่นและปรับตัว 3) การมีความคิดสร้างสรรค์ 4) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล และ 5) การทำงานเป็นทีม พบว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = *4.36*) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การทำงานเป็นทีม มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X}$*=4.45, S.D.=.36*) รองลงมาคือ การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล ($\bar{X}$*=4.43, S.D.=.34*) การมีความยืดหยุ่นและปรับตัว ($\bar{X}$*=4.40, S.D.=.36*) การมีความคิดสร้างสรรค์ ($\bar{X}$*=4.29, S.D.=.47*) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ การมีวิสัยทัศน์ ($\bar{X}$*=4.24, S.D.=.52*)

2. ความสุขในการทำงานของครู

การวิเคราะห์ความสุขในการทำงานของครู มี 4 ด้าน คือ 1) การติดต่อสัมพันธ์ 2) ความรักในงาน 3) ความสำเร็จในงาน และ 4) การเป็นที่ยอมรับ พบว่า ความสุขในการทำงานของครู โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$*=4.48*) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความรักในงาน มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X}$*=4.51, S.D.=.36*) รองลงมา คือ การเป็นที่ยอมรับ ($\bar{X}$*=4.49, S.D.=.34*) การติดต่อสัมพันธ์ ($\bar{X}$*=4.48 S.D.=.35*) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ความสำเร็จในงาน ($\bar{X}$*=4.44, S.D.=.40*)

3. ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของครู

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ดำเนินการโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ร่วมกับการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ รายละเอียดดังตารางที่ 2 พบว่า ตัวแปรโดยรวมมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง (r_{xy} = .703**) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างด้านการทำงานเป็นทีมกับด้านการติดต่อสัมพันธ์มีค่าสูงที่สุด (r = .750**) และความสัมพันธ์ระหว่างด้านการมีวิสัยทัศน์กับด้านความรักในงานมีค่าต่ำที่สุด (r = .364**)

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันของความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์กับความสุขในการทำงาน โดยรวมและรายด้าน

ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ (X)	ความสุขในการทำงานของครู (Y)				
	การติดต่อสัมพันธ์ (Y_1)	ความรักในงาน (Y_2)	ความสำเร็จในงาน (Y_3)	การเป็นที่ยอมรับ (Y_4)	**เฉลี่ยรวม (Y)**
การมีวิสัยทัศน์ (X_1)	.421**	.364**	.387**	.365**	.420**
การมีความยืดหยุ่นและปรับตัว (X_2)	.702**	.599**	.639**	.620**	.701**
การมีความคิดสร้างสรรค์ (X_3)	.542**	.442**	.502**	.470**	.535**
การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (X_4)	.724**	.632**	.621**	.607**	.706**
การทำงานเป็นทีม (X_5)	.750**	.687**	.680**	.707**	.772**
เฉลี่ยรวม (X)	.704**	.609**	.636**	.620**	.703**

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษามีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสุขในการทำงานของครูอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงนำตัวแปรภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ที่มีความสัมพันธ์กับความสุขในการทำงานของครูเข้าสู่การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) เพื่อค้นหาตัวแปรที่สามารถร่วมกันพยากรณ์ความสุขในการทำงานของครูดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ของภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่พยากรณ์ความสุขในการทำงานของครู

ตัวแปรพยากรณ์ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์	b	Std.Error	β	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	.810	.167		4.850	0.000
การทำงานเป็นทีม (X_5)	.476	.058	.496	8.249	0.000
การมีความยืดหยุ่นและปรับตัว (X_2)	.184	.059	.197	3.143	0.002
การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (X_4)	.166	.065	.167	2.549	0.011
$R = .799$, $R^2 = .639$, $F = 166.698$, SE est = .20608, $R^2_{adj} = .635$, a= .810					

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน พบว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่สามารถร่วมกันพยากรณ์ความสุขในการทำงานของครู อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ได้แก่ ด้านการทำงานเป็นทีม (X_5) ด้านการมีความยืดหยุ่นและปรับตัว (X_2) และด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (X_4) โดยตัวแปรทั้งหมดสามารถร่วมกันพยากรณ์ความสุขในการทำงานของครูได้ร้อยละ 63.90 ($R^2 = .639$) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Beta) พบว่า ด้านการทำงานเป็นทีมเป็นตัวแปรที่มีอำนาจในการพยากรณ์สูงที่สุด รองลงมา คือ ด้านการด้านการมีความยืดหยุ่นและปรับตัว และคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล ตามลำดับ

สมการพยากรณ์ รูปคะแนนดิบ $\hat{Y} = .810 + .476(X_5) + .184(X_2) + .166(X_4)$

สมการพยากรณ์ รูปคะแนนมาตรฐาน $\hat{z} = .496(X_5) + .197(X_2) + .167(X_4)$

4. แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต 1

ผลการสัมภาษณ์และการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์ ดังนี้

4.1 ด้านการมีวิสัยทัศน์

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 ผลการสัมภาษณ์ มีดังนี้

“ผู้บริหารควรมองภาพการบริหารงานออกเป็น 2 ระบบใหญ่ ๆ คือ ระบบการบริหารนักเรียน และระบบบริหารครูและบุคลากร โดยในระบบบริหารครูและบุคลากรมีการมอบหมายงานที่ตรงตามความสามารถ ไม่ปิดกั้นความคิดเห็น ไม่กดดัน รวมถึงรับฟังปัญหาต่าง ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงาน อีกทั้งยังผลักดันให้ครูที่มีคุณสมบัติครบตามมาตรฐานได้ทำผลงานเพื่อขอเลื่อนวิทยฐานะ โดยยึดหลักทำทันที ซึ่งจะนำไปสู่ความสำเร็จ และความสุขในการทำงาน...”

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 ผลการสัมภาษณ์ มีดังนี้

“มีมุมมองในการบริหารอย่างทั่วถึง มองทุกคนด้วยใจเป็นกลาง ส่งเสริมประสิทธิภาพของแต่ละคน สนับสนุนปัจจัยด้านต่าง ๆ อย่างเต็มที่ มองสถานการณ์ในเชิงบวกเพื่อเปลี่ยนอุปสรรคให้เป็นโอกาสในการก้าวหน้า รวมทั้งบริหารงานบุคคลด้วยความเข้าใจ เชื่อใจ และส่งเสริมให้บุคลากรทำงานอย่างมั่นใจและเรียนรู้เพื่อพัฒนา...”

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 ผลการสัมภาษณ์ มีดังนี้

“กำหนดวิสัยทัศน์ด้านการบริหารงานบุคคล โดยมุ่งเน้นที่ครูต้องมีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานการศึกษาแห่งชาติ สร้างบรรยากาศการทำงานที่เอื้อต่อความสัมพันธ์ที่ดี มีการยกย่องชมเชยและให้กำลังใจ คณะครูและบุคลากรทางการศึกษาสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข...”

ผลการสัมภาษณ์ สรุปได้ว่า ผู้บริหารสถานศึกษาควรให้ความสำคัญกับการกำหนดทิศทางการบริหารที่ชัดเจน โดยยึดครูและบุคลากรเป็นศูนย์กลางในฐานะทรัพยากรที่มีคุณค่าและเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร การบริหารงานจึงควรมุ่งเน้นการมอบหมายหน้าที่ให้สอดคล้องกับความรู้ ความสามารถ และศักยภาพของแต่ละบุคคล พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ อย่างเหมาะสม ควบคู่กับการรับฟังความคิดเห็นอย่างจริงใจ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ผู้บริหารควรลดภาระงานที่ไม่จำเป็นหรือซ้ำซ้อน เพื่อให้ครูสามารถมุ่งเน้นการจัดการเรียนการสอนได้อย่างเต็มที่ รวมถึงส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านความรู้ ทักษะ และความก้าวหน้าในสายงาน นำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความคล่องตัวในการดำเนินงานของสถานศึกษา ทั้งในด้านการสื่อสาร การจัดการข้อมูล และการติดตามประเมินผล นำไปสู่ความสำเร็จของสถานศึกษาและความสุขในการทำงานอย่างยั่งยืนในระยะยาว

4.2 ด้านการมีความยืดหยุ่นและปรับตัว

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 ผลการสัมภาษณ์ มีดังนี้

“ในการบริหารผู้บริหารควรมีการประเมินตนเองอยู่เสมอ เพื่อปรับแนวคิด วิธีการในการบริหารให้มีความเหมาะสมกับบริบท หากผู้บรหารไม่มีความยืดหยุ่นหรือปรับตัวจะส่งผลให้การดำเนินงานของครูไม่สำเร็จและไม่มีความสุข ปฏิบัติตนให้ครูศรัทธาและรัก มีความเป็นกันเอง ไม่แบ่งแยกหรือห่างเหินจนเกินไป อีกทั้งพร้อมรับฟัง ให้คำแนะนำหรือช่วยเหลือ ไม่ปล่อยปละละเลยต่อปัญหาที่เกิด...”

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 ผลการสัมภาษณ์ มีดังนี้

“เน้นการทำงานที่ยืดหยุ่น ไม่ตำหนิในเรื่องเล็กน้อยที่ผิดพลาด แต่ใช้วิธีการพูดคุยเพื่อหาแนวทางร่วมกัน มอบหมายผู้ช่วยเพื่อให้สามารถดำเนินงานให้บรรลุผลร่วมกัน สร้างทีมงานในการทำงาน...”

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 ผลการสัมภาษณ์ มีดังนี้

“ในการยืดหยุ่นและปรับตัวควรเริ่มจากการสร้างทัศนคติเชิงบวกต่อการเปลี่ยนแปลง ส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาทักษะใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างครู บุคลากร ควบคู่กับการสนับสนุนอย่างเข้าใจและให้กำลังใจ...”

ผลการสัมภาษณ์ สรุปได้ว่า ผู้บริหารสถานศึกษาควรพัฒนาตนเองให้สามารถบริหารจัดการภายใต้บริบทที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเริ่มจากการประเมินตนเองอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุงแนวคิด ทัศนคติ และวิธีการบริหารให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของสถานศึกษา ทั้งในด้านนโยบาย เทคโนโลยี และความต้องการของบุคลากร การสร้างความศรัทธาและความเป็นกันเองระหว่างผู้บริหารกับครูและบุคลากรถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้เกิดบรรยากาศการทำงานที่เปิดกว้างและเอื้อต่อการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ โดยผู้บริหารควรเปิดโอกาสให้บุคลากรได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ และรับฟังข้อเสนอแนะด้วยความจริงใจเพื่อนำไปสู่การพัฒนางานร่วมกัน บริหารงานอย่างยืดหยุ่น ลดการใช้อำนาจเชิงสั่งการ โดยเมื่อเกิดปัญหาหรือข้อผิดพลาด ผู้บริหารควรใช้กระบวนการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และร่วมกันวิเคราะห์สาเหตุ เพื่อหาแนวทางแก้ไขอย่างเหมาะสม แทนการตำหนิหรือกล่าวโทษ ซึ่งจะช่วยลดความตึงเครียดและสร้างความไว้วางใจภายในองค์กร

4.3 ด้านการมีความคิดสร้างสรรค์

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 ผลการสัมภาษณ์ มีดังนี้

“ให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์สถานการณ์ของสถานศึกษา ปรับเปลี่ยนวิธีการให้สอดคล้องกับบริบทและสังคมโลกที่เปลี่ยนแปลง ผลักดันด้านคุณภาพการศึกษา โดยการพัฒนาครู บุคลากร ส่งเสริมให้มีการพัฒนาเรียนรู้ทักษะใหม่ ๆ ...”

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 ผลการสัมภาษณ์ มีดังนี้

“ความคิดสร้างสรรค์อยู่ที่ตัวบุคคล การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในการบริหารเน้นการร่วมงานกับคนหลายรูปแบบ นำมาประยุกต์ใช้ ศึกษาแนวคิดความสำเร็จด้านการบริหารจากบุคคลต้นแบบแล้วนำมาปรับใช้ให้เข้ากับบริบทของสถานศึกษา ไม่ผูกมัดการบริหารในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง...”

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 ผลการสัมภาษณ์ มีดังนี้

“เปิดรับนวัตกรรมทางการบริหารใหม่ๆ ฝึกทักษะการคิดนอกกรอบโดยการรับฟังปัญหาของครูและนักเรียนอย่างลึกซึ้ง เพื่อนำมาออกแบบวิธีการบริหารในโรงเรียนที่ตอบโจทย์ความต้องการจริง เน้นการยอมรับความผิดพลาด ส่งเสริมให้ครูมีการลองผิดลองถูก ไม่ต้องกลัวการถูกตำหนิ ซึ่งช่วยลดความตึงเครียดและกระตุ้นให้ครูรู้สึกมีความสุขกับการปฏิบัติรูปแบบใหม่ ๆ...”

ผลการสัมภาษณ์ สรุปได้ว่า ผู้บริหารสถานศึกษาควรพัฒนาศักยภาพในการคิดเชิงนวัตกรรม โดยเริ่มจากการวิเคราะห์บริบทของสถานศึกษาอย่างรอบด้าน ทั้งในด้านทรัพยากร บุคลากร ผู้เรียน และสภาพแวดล้อมทางสังคม เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้กำหนดแนวทางการบริหารที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความเป็นจริงขององค์กร ควบคู่กับการส่งเสริมและพัฒนาครูรวมถึงบุคลากรให้มีทักษะใหม่ ๆ อยู่เสมอ โดยเฉพาะทักษะด้านเทคโนโลยี การคิดวิเคราะห์ และการออกแบบการเรียนรู้ที่หลากหลาย เพื่อให้สามารถปรับตัวและสร้างสรรค์วิธีการทำงานที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น สามารถคาดการณ์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงและจัดลำดับความสำคัญของงานได้อย่างเหมาะสม แสวงหาความรู้จากแหล่งต่าง ๆ รวมถึงการศึกษาแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศที่ประสบความสำเร็จ นำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของสถานศึกษา สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อความคิดสร้างสรรค์ โดยเปิดโอกาสให้ครูและบุคลากรได้แสดงความคิดเห็น ทดลองแนวทางใหม่ ๆ และเรียนรู้จากความผิดพลาดโดยไม่ถูกตำหนิ ช่วยให้บุคลากรกล้าแสดงศักยภาพและริเริ่มสิ่งใหม่ได้อย่างเต็มที่ อันจะนำไปสู่การพัฒนานวัตกรรมทางการศึกษา การยกระดับคุณภาพการจัดการเรียนการสอน และการสร้างความสุขในการทำงานของครูอย่างยั่งยืน

4.4 ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 ผลการสัมภาษณ์ มีดังนี้

“การบริหารบุคคลเป็นสิ่งที่มีความหลากหลายเนื่องจากแต่ละคนมีความแตกต่างกัน จึงจำเป็นต้องมีวิธีในการบริหารที่หลากหลายและเหมาะสม เน้นการใช้จิตวิทยา คำนึงถึงความแตกต่างของตัวบุคคล การประนีประนอมแทนการลงโทษ การเข้าใจ ใส่ใจ รับฟังและช่วยเหลือทั้งในด้านของงานและชีวิตส่วนตัว...”

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 ผลการสัมภาษณ์ มีดังนี้

“บริหารด้วยความเข้าใจ ในด้านความสามารถที่แตกต่างกัน เน้นมอบหมายงานตามความถนัด ไม่ฝืนความรู้สึกจนปฏิบัติหน้าที่ไม่ได้ พร้อมสร้างทีมงานเพื่อแลกเปลี่ยนความสามารถและเติมเต็มซึ่งกันและกัน...”

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 ผลการสัมภาษณ์ มีดังนี้

“ควรบริหารโดยคำนึงถึงความแตกต่างเป็นรายบุคคล ความต้องการและข้อจำกัดที่ต่างกัน โดยใช้หลักการบริหารงานที่ยืดหยุ่น เช่น การมอบหมายงานตามความถนัดที่ตรงกับศักยภาพเฉพาะตัว หรือการสนับสนุนสวัสดิการที่ตอบโจทย์ชีวิตจริงของแต่ละคน ทำให้ครูรู้สึกว่าได้รับการยอมรับจะนำไปสู่ความพึงพอใจและการปฏิบัติงานอย่างเต็มศักยภาพด้วยความเต็มใจ...”

ผลการสัมภาษณ์ สรุปได้ว่า ผู้บริหารสถานศึกษาควรยึดหลักการบริหารที่ให้ความสำคัญกับความแตกต่างระหว่างบุคคล โดยอาศัยความรู้ด้านจิตวิทยาในการทำความเข้าใจศักยภาพ ความถนัด และบริบทชีวิตของครูแต่ละคนอย่างรอบด้าน เพื่อนำไปสู่การมอบหมายงานที่สอดคล้องกับความสามารถ ช่วยให้ครูและบุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดความพึงพอใจในบทบาทหน้าที่ของตนเอง นอกจากนี้ ผู้บริหารควรพิจารณาลดภาระงานที่ซ้ำซ้อนหรือไม่จำเป็น พร้อมทั้งนำเทคโนโลยีมาใช้สนับสนุนการปฏิบัติงาน เพื่อเพิ่มเวลาให้ครูสามารถพัฒนาตนเองและจัดการเรียนรู้ได้อย่างเต็มศักยภาพ ควบคู่กับการสร้างพื้นที่สื่อสารที่เปิดกว้าง ให้ครูสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็น รับคำปรึกษา และสะท้อนปัญหาได้อย่างอิสระ ส่งผลให้ครูรู้สึกได้รับการยอมรับ มีคุณค่า และสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มศักยภาพด้วยความเต็มใจและมีความสุข

4.5 ด้านการทำงานเป็นทีม

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 ผลการสัมภาษณ์ มีดังนี้

“ผู้บริหารควรวางตัวให้มีภาพลักษณ์ที่ดี มีความเชี่ยวชาญ และน่าเชื่อถือ ส่งผลให้ครูมีความเชื่อมั่นพร้อมจะปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจ นอกจากนี้ผู้บริหารควรมองภาพรวมให้ทั่วถึง แก้ปัญหาที่มี และป้องกันปัญหาที่เคยเกิดขึ้นไม่ให้เกิดซ้ำ ขจัดความเป็นกลุ่มอิทธิพล การกลั่นแกล้ง โดยการปรับเปลี่ยนตำแหน่งหน้าที่ พร้อมทั้งสร้างทีมงานที่เข้มแข็ง ทำงานร่วมกันได้อย่างดี ...”

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 ผลการสัมภาษณ์ มีดังนี้

“ส่งเสริมการทำงานเป็นทีม และใช้วิธีการวิพากษ์ผลของงานร่วมกัน เพื่อปรับวิธีการดำเนินงานครั้งต่อไปให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เน้นการดูคน ดูงาน ให้เหมาะสมในการจัดทีมงานเพื่อความเข้าใจ สบายใจ และพร้อมใจทำงานร่วมกัน...”

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 ผลการสัมภาษณ์ มีดังนี้

“ผู้บริหารต้องจัดวางระบบสื่อสารที่โปร่งใสและจัดกิจกรรมกระชับความสัมพันธ์ที่ช่วยลดช่องว่างระหว่างวัย และเข้าใจความแตกต่าง เพื่อให้ครูรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของทีม การกระจายอำนาจการตัดสินใจให้ครูได้มีส่วนร่วมในนโยบายสำคัญช่วยสร้างความรู้สึกภาคภูมิใจและการยอมรับในคุณค่าของกันและกัน ทำให้ครูทำงานร่วมกันได้อย่างมีความสุข...”

ผลการสัมภาษณ์ สรุปได้ว่า ผู้บริหารสถานศึกษาควรแสดงบทบาทความเป็นผู้นำที่น่าเชื่อถือ สามารถบริหารจัดการปัญหาได้อย่างเป็นธรรมและโปร่งใส โดยเฉพาะการป้องกันและลดความขัดแย้ง รวมถึงการจัดการกับกลุ่มอิทธิพลภายในองค์กรอย่างเหมาะสม ซึ่งจะช่วยสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อความร่วมมือในการทำงานร่วมกัน มุ่งเน้นการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความไว้วางใจ การเคารพซึ่งกันและกัน และการเห็นคุณค่าในบทบาท

ของแต่ละบุคคล การส่งเสริมการสื่อสารที่เปิดเผย โปร่งใส และสร้างสรรค์ รวมถึงการเปิดพื้นที่ให้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและวิพากษ์งานอย่างมีเหตุผล ควบคู่กับการยกย่อง ชื่นชม และให้กำลังใจครูอย่างเหมาะสม จะช่วยเสริมสร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของทีม ความภาคภูมิใจในงาน และความผูกพันต่อองค์กร อันจะนำไปสู่การทำงานร่วมกันอย่างมีความสุข

อภิปรายผล

จากการวิจัยครั้งนี้ สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การทำงานเป็นทีม รองลงมา คือ การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ การมีวิสัยทัศน์ ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากผู้บริหารสถานศึกษาให้ความสำคัญกับการสร้างความร่วมมือ ความไว้วางใจ และการมีส่วนร่วมของครูและบุคลากร ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของการขับเคลื่อนงานในสถานศึกษา แสดงออกถึงความใส่ใจในความแตกต่างระหว่างบุคคล การมอบหมายงานตามความถนัด และการดูแลเอาใจใส่อย่างเข้าใจ อีกทั้งผู้บริหารสถานศึกษายังมีคุณลักษณะที่เอื้อต่อการพัฒนาองค์กรในเชิงสร้างสรรค์ ทั้งการส่งเสริมการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสอดคล้องกับบริบทของสถานศึกษาที่ต้องเผชิญความท้าทายทั้งด้านนโยบาย เทคโนโลยี และความคาดหวังของสังคม ทั้งนี้ ผู้บริหารสถานศึกษายังคงต้องปฏิบัติตามนโยบายและกรอบการดำเนินงานจากหน่วยงานต้นสังกัด ทำให้การกำหนดวิสัยทัศน์ระยะยาวยังคงต้องมีการส่งเสริมพัฒนาให้ชัดเจนยิ่งขึ้น เพื่อให้การบริหารจัดการมีทิศทางที่ชัดเจน สร้างแรงบันดาลใจและความสุขในการทำงานของครูและบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับ เพ็ญนภา ศรีภูธร (2562) พบว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การทำงานเป็นทีม เช่นกัน

2. ความสุขในการทำงานของครู โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ความรักในงาน รองลงมาคือ การเป็นที่ยอมรับ การติดต่อสัมพันธ์ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ความสำเร็จในงาน ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากผู้บริหารสถานศึกษาให้ความสำคัญกับบรรยากาศในการทำงาน การสนับสนุนด้านวิชาการและการดูแลเอาใจใส่บุคลากรอย่างเหมาะสม ส่งผลให้ครูมีความผูกพันและศรัทธาในวิชาชีพครู เห็นคุณค่าและความหมายของงานที่ตนปฏิบัติ เมื่อครูได้รับการยอมรับจากผู้บริหาร และเพื่อนร่วมงาน จะทำให้มีความสัมพันธ์อันดีภายในองค์กร ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมความสุขในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับ กฤตัชญ์ สุริยนต์ และคณะ (2562) พบว่า ความสุขในการทำงานของครูโรงเรียนในเครือสวนกุหลาบวิทยาลัย โดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก

3. ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของครู ผลการวิเคราะห์ พบว่า การทำงานเป็นทีม การมีความยืดหยุ่นและปรับตัว และการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของครู แสดงว่าภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ทั้ง 3 ด้าน ร่วมกันพยากรณ์ผลต่อความสุขในการทำงานของครูได้ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากผู้นำที่สร้างสรรค์มุ่งส่งเสริมการทำงานเป็นทีมทำให้ครูรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร เกิดความไว้วางใจและความสัมพันธ์ที่ดี ขณะเดียวกันการมีความยืดหยุ่นและปรับตัวช่วยให้การบริหารสอดคล้องกับบริบทและความเปลี่ยนแปลง ลดความตึงเครียดในการปฏิบัติงาน อีกทั้งการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล การมอบหมายงานอย่างเหมาะสม ยังทำให้ครูรู้สึกได้รับการยอมรับ เห็นคุณค่าในศักยภาพของตน จึงส่งผลให้ครูเกิดความพึงพอใจและมีความสุขในการทำงานเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับ ขวัญฤทัย ภู่สาระ (2562) พบว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ในผู้บริหารสถานศึกษามีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิผลของสถานศึกษา อยู่ในระดับค่อนข้างสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยด้านการทำงานเป็นทีมมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของสถานศึกษาสูงสุด ส่วนด้านการมีวิสัยทัศน์มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของสถานศึกษาต่ำสุด

4. การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน พบว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่สามารถร่วมกันพยากรณ์ความสุขในการทำงานของครู อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สะท้อนให้เห็นว่า การทำงานเป็นทีมของผู้บริหารสถานศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมความสุขในการทำงานของครู ทั้งในด้านการติดต่อสัมพันธ์ ความรักในงาน ความสำเร็จในงาน และการเป็นที่ยอมรับ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการบริหารแบบมีส่วนร่วม การเปิดโอกาสให้ครูทำงานร่วมกัน

และการสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ส่งผลให้ครูเกิดความรู้สึกผูกพันและมีความสุขในการปฏิบัติงานมากขึ้น

5. แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและครู จำนวน 5 ท่าน ซึ่งอภิปรายผลได้ดังนี้

การบริหารสถานศึกษาที่ส่งเสริมความสุขในการทำงานจำเป็นต้องดำเนินการอย่างเป็นระบบและครอบคลุมหลายมิติ โดยผู้บริหารควรเริ่มจากการกำหนดวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนและให้ความสำคัญกับครูและบุคลากรในฐานะทรัพยากรหลักขององค์กร เปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและการตัดสินใจ พร้อมทั้งมอบหมายงานให้สอดคล้องกับความสามารถ และลดภาระงานที่ไม่จำเป็น ควบคู่กับการส่งเสริมความก้าวหน้าในวิชาชีพและการนำเทคโนโลยีมาใช้สนับสนุนการบริหารจัดการ นอกจากนี้ ผู้บริหารควรมีความยืดหยุ่นในการดำเนินงาน สามารถปรับแนวคิดและวิธีการให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลง โดยเน้นการสื่อสารที่สร้างสรรค์ เปิดรับฟังความคิดเห็น และร่วมกันแก้ไขปัญหาแทนการตำหนิ ขณะเดียวกัน การส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ถือเป็นอีกปัจจัยสำคัญ โดยผู้บริหารต้องวิเคราะห์บริบทของสถานศึกษาอย่างรอบด้าน สนับสนุนให้ครูพัฒนาทักษะใหม่ ๆ และเปิดโอกาสให้ทดลองแนวทางที่หลากหลายโดยไม่ยึดติดรูปแบบเดิม ในด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล ผู้บริหารควรเข้าใจความแตกต่างของครูแต่ละคน ทั้งด้านศักยภาพและบริบทชีวิต พร้อมทั้งให้คำปรึกษาและดูแลอย่างเหมาะสม เพื่อเสริมสร้างความรู้สึกมีคุณค่าและการยอมรับในองค์กร อีกทั้งการสร้างบรรยากาศการทำงานเป็นทีมที่เข้มแข็ง โดยอาศัยความไว้วางใจ ความเป็นธรรม การมีส่วนร่วม และการสื่อสารที่เปิดเผย จะช่วยลดความขัดแย้งและเสริมสร้างความร่วมมือภายในองค์กร ซึ่งปัจจัยทั้งหมดนี้ล้วนมีส่วนสำคัญในการส่งเสริมให้ครูเกิดความพึงพอใจ มีความสุขในการทำงาน และสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะนำไปสู่ความเข้มแข็งและความยั่งยืนของสถานศึกษาในระยะยาว ซึ่งสอดคล้องกับ วรรณิษา เพ็ญศรี และชยากานต์ เรืองสุวรรณ(2566) ได้เสนอแนวทางทางการพัฒนาผู้นำเชิงสร้างสรรค์ ไว้ว่า ผู้บริหารควรสนับสนุนการนำเทคโนโลยีมาใช้ร่วมกับการจัดการเรียนการสอนที่หลากหลาย พร้อมทั้งมีความสามารถในการกำหนดวิสัยทัศน์อย่างชัดเจนและสร้างสรรค์ รวมถึงวิเคราะห์บริบทของสถานศึกษาได้อย่างรอบด้าน และสอดคล้องกับ แก้วมณี ปัทมะ (2564) ได้เสนอแนวทางการพัฒนาผู้นำเชิงสร้างสรรค์ ไว้ว่า ผู้บริหารสถานศึกษาควรพัฒนาความยืดหยุ่นในการบริหาร โดยสร้างบรรยากาศการทำงานที่เป็นมิตร เปิดโอกาสให้บุคลากรมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น และรับฟังข้อเสนอแนะอย่างจริงใจ ปรับตัวได้เหมาะสมกับทุกสถานการณ์ มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าและพัฒนาตนเองให้ทันต่อเทคโนโลยี มอบหมายงานตามศักยภาพ ส่งเสริมความก้าวหน้าในวิชาชีพ และเสริมแรงทางบวกเพื่อสร้างขวัญกำลังใจในการทำงาน

องค์ความรู้ใหม่

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปและสังเคราะห์องค์ความรู้ใหม่ได้ ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2 แนวทางพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา

ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนองค์กรทางการศึกษาให้สามารถพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของสังคมและเทคโนโลยี ผู้บริหารจึงจำเป็นต้องมีความสามารถรอบด้าน ซึ่งสามารถพัฒนาตามแนวทางสำคัญ 5 ด้าน ดังนี้

1. การมีวิสัยทัศน์ ผู้บริหารสถานศึกษาควรกำหนดทิศทางขององค์กรให้ชัดเจน มองเห็นภาพอนาคตของสถานศึกษา และสามารถสื่อสารวิสัยทัศน์นั้นให้บุคลากรเข้าใจร่วมกัน เปิดโอกาสให้ครูและบุคลากรมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย และส่งเสริมความก้าวหน้าในวิชาชีพครู เพื่อสร้างแรงจูงใจและความมุ่งมั่นในการทำงาน

2. การมีความยืดหยุ่นและการปรับตัว ผู้บริหารควรปรับวิธีบริหารงานให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนไป เปิดรับความคิดเห็นที่หลากหลาย และใช้การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ สนับสนุนการเรียนรู้ร่วมกันและการพัฒนาทักษะใหม่ ๆ ของบุคลากร เพื่อให้สามารถปรับตัวได้ทันต่อสถานการณ์

3. การมีความคิดสร้างสรรค์ ผู้บริหารควรกล้าคิด กล้าลอง และไม่ยึดติดกับรูปแบบเดิม ๆ สนับสนุนให้เกิดการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ในสถานศึกษา สร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ ลองผิดลองถูก และยอมรับความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

4. การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล ผู้บริหารควรเข้าใจความแตกต่างระหว่างบุคคลเป็นสิ่งสำคัญ มอบหมายงานให้เหมาะสมกับศักยภาพของแต่ละคน เปิดโอกาสให้คำปรึกษาและรับฟังความคิดเห็น ลดภาระงานที่ซ้ำซ้อน เพื่อให้บุคลากรสามารถทำงานได้อย่างเต็มศักยภาพและมีความสุขในการทำงาน

5. การทำงานเป็นทีม ผู้บริหารควรสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความไว้วางใจและเคารพซึ่งกันและกัน ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ลดความขัดแย้ง และสร้างความเป็นธรรมในองค์กร พร้อมทั้งสื่อสารอย่างเปิดเผยและชื่นชมให้กำลังใจบุคลากร เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานร่วมกัน

สรุปผลการวิจัย

ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต 1 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ด้านการทำงานเป็นทีม รองลงมาคือ ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล ด้านการมีความยืดหยุ่นและปรับตัว ด้านการมีความคิดสร้างสรรค์ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ด้านการมีวิสัยทัศน์

ความสุขในการทำงานของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต 1 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ด้านความรักในงาน รองลงมาคือ ด้านการเป็นที่ยอมรับ ด้านการติดต่อสัมพันธ์ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านความสำเร็จในงาน

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันของภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต 1 พบว่า ภาพรวมมีความสัมพันธ์กันเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์สูงสุดกับความสุขในการทำงานของครู คือ การทำงานเป็นทีม และตัวแปรที่มีความสัมพันธ์น้อยที่สุด คือ การมีวิสัยทัศน์

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน พบว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่สามารถร่วมกันพยากรณ์ความสุขในการทำงานของครูได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 มีจำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการทำงานเป็นทีม ด้านการมีความยืดหยุ่นและปรับตัว และด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล โดยตัวแปรทั้ง 3 ด้านสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความสุขในการทำงานของครูได้ร้อยละ 63.90

แนวทางการเสริมสร้างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อส่งเสริมความสุขในการทำงานของครู ผู้บริหารสถานศึกษาต้องมีการกำหนดวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน เปิดโอกาสให้ทดลองแนวทางใหม่ ๆ และส่งเสริมการทำงานเป็นทีม ซึ่งจะช่วยสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการมีส่วนร่วมและการแสดงศักยภาพของครู เมื่อผู้บริหารสถานศึกษาให้การสนับสนุนความคิดที่หลากหลาย กล้าปรับเปลี่ยนวิธีการบริหาร และสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ จะส่งผลให้ครูเกิดความรู้สึกมั่นคงปลอดภัย และได้รับการยอมรับ อีกทั้งการเปิดโอกาสให้พัฒนาและตัดสินใจอย่างอิสระยังช่วยเสริมสร้างความภาคภูมิใจและคุณค่าในตนเอง ดังนั้น ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาจึงเป็นกลไกสำคัญที่กระตุ้นให้เกิดทัศนคติเชิงบวกต่อการทำงาน และนำไปสู่ความสุขในการทำงานของครูอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ผู้บริหารสถานศึกษาควรส่งเสริมการทำงานเป็นทีมอย่างเป็นระบบ เนื่องจากเป็นด้านที่มีความสัมพันธ์และมีอำนาจพยากรณ์ความสุขในการทำงานของครูสูงสุด จึงควรกำหนดเป้าหมายร่วม สร้างวัฒนธรรมความไว้วางใจ เปิดโอกาสให้ครูมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายในโรงเรียนอย่างต่อเนื่อง

1.2 ผู้บริหารสถานศึกษาพัฒนาด้านการสื่อสารวิสัยทัศน์ เนื่องจากเป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด โดยการสื่อสารวิสัยทัศน์ให้เข้าใจง่าย ชัดเจน เชื่อมโยงกับการปฏิบัติงานจริง และสร้างแรงบันดาลใจให้ครูเห็นทิศทางเดียวกันอย่างชัดเจน

1.3 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต 1 ควรนำผลการวิจัยไปใช้เป็นฐานข้อมูลเชิงประจักษ์ในการออกแบบแผนพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาอย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับการกำหนดตัวชี้วัดด้านความสุขในการทำงานของครู

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ปัจจัยการบริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต 1 เพื่อนำไปแก้ไข ปรับปรุง และพัฒนาการทำงานอย่างมีความสุขภายในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 ควรศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อเสริมสร้างบรรยากาศการทำงานที่มีความสุข สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต 1 เพื่อออกแบบและสร้างรูปแบบการพัฒนาผู้บริหารอย่างเป็นรูปธรรม

เอกสารอ้างอิง

กฤตัชญ์ สุริยนต์, ภารดี อนันต์นาวี และ เจริญวิชญ์ สมพงษ์ธรรม. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างความสุขในการทำงานของครูกับประสิทธิผลของโรงเรียนในเครือสวนกุหลาบวิทยาลัย สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. *วารสารสังคมศาสตร์วิจัย, 10*(2), 1-17.

แก้วมณี ปัทมะ. (2564). *แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุรินทร์*. (การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม).

ขวัญฤทัย ภู่สาระ. (2562). *ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 1*. (ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา).

จตุรวัฒน์ ผนึกรัมย์. (2560). *การศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสุขของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ปีการศึกษา 2559* (รายงานวิจัย). นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

จินตนา ดีดวงพันธ์. (2565). *ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามุกดาหาร*. (ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร).

จิรพันธุ์ วงษ์คำ. (2564). *ความสุขในการทำงานกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของข้าราชการ กรุงเทพมหานครสามัญ*. (วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์).

ธีระ รุญเจริญ และ วาสนา ศรีไพโรจน์. (2554). *กลยุทธ์การพัฒนาความเป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้*. กรุงเทพฯ: คุรุสภาลาดพร้าว.

นคร ชูสอนสาย. (2565). *ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ในยุคชีวิตวิถีใหม่ของผู้บริหารสถานศึกษา*. (ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา).

บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวัดและประเมินผลทางการศึกษา*. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

พรพรหมพรรณ บุญโคกล่าม. (2567). *ภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาสตรีที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาจันทบุรี-ตราด*. (ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี).

พรรณี ลีกิจวัฒนะ. (2554). *วิธีการวิจัยทางการศึกษา*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: มีนเซอร์วิสซัพพลาย.

พิชิต ฤทธิ์จรูญ. (2554). *การวัดและประเมินผลทางการศึกษา*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เพ็ญนภา ศรีภูธร. (2562). *การศึกษาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาระยอง*. (ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี).

วรรณิษา เพ็ญศรี และ ชยากานต์ เรืองสุวรรณ. (2566). แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย จังหวัดมหาสารคาม. *วารสารวิชาการและวิจัยสหวิทยาการ, 3*(6), 947–966.

วิชิตรา สุระคำพันธ์. (2565). *ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1*. (ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกริก).

ศิรินันท์ กิตติสุขสถิต, กาญจนา ตั้งชลทิพย์, สุภรต์ จรัสสิทธิ์, เฉลิมพล สายประเสริฐ, พอตา บุนยตีรณะ และ วรรณภา อารีย์. (2556). *คู่มือการวัดความสุขด้วยตนเอง HAPPINOMETER*. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.

ศิริวรรณ์ คำภูเงิน. (2561). *การศึกษาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาในศูนย์เครือข่ายการศึกษาตำบลเวียงสันทรายงาม อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย*. (การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยพะเยา).

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต 1. (2568). *แผนอัตรากำลังครูและบุคลากรทางการศึกษา: มาตรฐานวิชาเอกในสถานศึกษา*. สืบค้นจาก http://www.nst1.go.th/home/wp-content/uploads/2026/01/2-ข้อมูลอัตรากำลัง-10-มิย.68.-เข้า-อ.ก.ค.ศ.pdf.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). *แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2560-2579*. กรุงเทพฯ: พริกหวานกราฟฟิค

Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement, 30*(3), 607-610.

Manion, J. (2003). Joy at work: Creating a positive workplace. *Journal of Nursing Administration, 33*(12), 652–655.

Robinson, K. (2007). *The Principles of Creative Leadership*. New York: McGraw-Hill.

JSSP: Journal of Social Science Panyapat, 2026. 8(2): 305-320.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSSP
Journal of Social Science Panyapat
https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSSP/index

Research Article

The Effects of the Jigsaw Method on Vocabulary Learning of English Program Students in a Thai Public School

Andrew Thony Miralles[1] and Thitapa Sinturat[1*]

[1] *Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Thanyaburi, Thailand*

[*] *Corresponding author. E-mail: thitapa_s@rmutt.ac.th*

ABSTRACT

This study aimed to 1) investigate the effects of the Jigsaw method on English vocabulary acquisition among Grade 9 English Program (EP) students in a public school and 2) examine the students' overall attitude in learning through the Jigsaw method. A quasi-experimental one-group pretest–posttest research design was employed. The participants consisted of 30 Grade 9 EP students selected through convenience sampling method. Research instruments included a 30-item vocabulary pretest and posttest aligned with the CEFR B1 level, and a six-item Likert-scale questionnaire designed to measure students' attitudes toward learning through the Jigsaw method. Quantitative data were analyzed using a dependent samples t-test, while descriptive statistics were used to interpret students' attitudinal responses. The findings revealed a statistically significant improvement in students' vocabulary performance following the intervention ($t(29) = 16.02$, $p < .001$), with an average score gain of 6.67 points. Furthermore, the results of the attitude questionnaire indicated a high level of positive student perception toward the Jigsaw method, particularly in terms of active participation, collaborative learning, clarity of understanding, and enjoyment of the learning process. The findings indicated that the Jigsaw method is associated with the improved vocabulary scores and positive student attitudes among English Program students in the Thai public school.

Keywords: Jigsaw Method, Cooperative Learning, Vocabulary Learning, English Program Students

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat

Introduction

In the dawn of the 21st century, teachers are constantly reminded of the importance of using various techniques in teaching other than the lecture method. The National Education Act of B.E. 2551 (2008) proposes several sections as to how education should be given to the students. Section 24 expresses how educational institutions are to organize the learning process, which emphasizes in the shift from traditional to student - centered learning. According to this section, educational institutions should design the learning process to match students' interests, abilities, and individual differences. They must develop learners' thinking skills, decision-making abilities, and problem-solving competence by teaching them how to apply knowledge in real-life situations. Schools should also provide meaningful, authentic

Received: 30 January 2026;
Revised: 12 May 2026;
Accepted: 26 June 2026

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat
ISSN: 3027-6748 (Online)

experiences that encourage critical thinking, strong reading habits, and a lifelong desire to learn. Furthermore, learning should be collaborative, with both teachers and students engaging with diverse media and knowledge sources together. Finally, education should promote lifelong learning, allowing individuals to learn anytime and anywhere. (Ministry of Education, 2008)

English proficiency has become an increasingly important skill in today's globalized society, particularly in countries where English is learned as a foreign language. In Thailand, English serves as a crucial medium for academic advancement, international communication, higher education opportunities, and future career development. Consequently, the development of English language proficiency remains a significant priority within the Thai educational system. Among the various components of language proficiency, vocabulary knowledge plays a fundamental role in effective communication, reading comprehension, writing, listening, and speaking. According to Schmitt (2010), learners without sufficient vocabulary repertoire struggle to understand texts, express ideas clearly, and unable to participate meaningfully in academic and social interactions. Thus, limited vocabulary knowledge can impede language development and negatively affect students' overall academic performance (Nation, 2022).

For students enrolled in English Program (EP) schools in Thailand, vocabulary acquisition is particularly important because English is used extensively across different subjects and learning activities. Despite receiving greater exposure to English than students in regular programs, many EP students continue to experience challenges in learning, retaining, and applying vocabulary effectively. Recent studies have identified vocabulary acquisition as one of the most persistent difficulties faced by English as a Foreign Language (EFL) learners. Vocabulary instruction in many EFL classrooms continues to rely heavily on memorization, translation, and teacher-directed explanations, which often provide limited opportunities for active language use and meaningful interaction. In Thai EFL classrooms, vocabulary instruction has frequently been characterized by explicit teacher-led explanations and form-focused activities, with fewer opportunities for learners to actively construct meaning through interaction and collaborative use of language (Liangpanit, 2024). Similar patterns have been reported in other EFL contexts, where repetition drills and translation continue to be commonly employed due to their perceived practicality and effectiveness for immediate recall (Kusumawati & Arifin, 2024).

Evidence from the research setting further indicates the need for instructional approaches that strengthen English language proficiency. According to Thanyaburi School's TOEFL Junior performance report for Grade 9 students during the 2023 academic year, 42.11% of students were classified at the A1 level, 26.32% at the A2 level, 26.32% at the B1 level, and only 5.26% at the B2 level (Thanyaburi School, 2023). These results indicate that approximately 68.43% of the students remained below the B1 proficiency level. Since B1 is generally regarded as an intermediate level at which learners can understand and communicate about familiar topics with greater independence, the results suggest that a substantial proportion of students continued to experience difficulties in developing the language proficiency expected of English Program learners. Given that English Program students receive enhanced English exposure compared with students in the regular program, the finding that more than two-thirds of the cohort remained below the B1 proficiency level underscores the need for more effective instructional strategies to support language development.

Classroom observations conducted by the researcher further revealed that many students struggled to recall previously learned vocabulary, use target words appropriately in context, and apply vocabulary knowledge during classroom activities. Students often demonstrated limited participation during vocabulary-learning tasks and relied heavily on teacher explanations rather than actively engaging with peers or independently constructing meaning. Because vocabulary knowledge serves as a foundation for overall language proficiency, these observations highlighted the need for instructional approaches that could increase student engagement, promote active participation, and provide meaningful opportunities for vocabulary practice and peer interaction (Beck et al., 2013; McKeown, 2019).

To address these challenges, educators have increasingly explored cooperative learning strategies that encourage learner engagement and knowledge construction through social interaction (Johnson & Johnson, 2009). One such strategy is the Jigsaw Method, a cooperative learning approach developed by Aronson et al. (1978). The Jigsaw Method requires students to work collaboratively in small groups, become responsible for learning specific content, and subsequently teach that content to their peers (Aronson & Patnoe, 2011). Through expert-group discussions, peer teaching, and collaborative problem-solving activities, students actively participate in constructing knowledge rather than passively receiving information. The method is grounded in Cooperative Learning Theory and Vygotsky's Sociocultural Theory, both of which emphasize the importance of interaction, collaboration, and peer support in facilitating learning and cognitive development. (Aronson et al., 1978; Vygotsky, 1978)

Recent research has demonstrated the effectiveness of cooperative learning strategies in English language instruction. Haghnia et al. (2024) found that collaborative learning activities significantly enhanced vocabulary acquisition among EFL learners by promoting meaningful interaction and deeper cognitive engagement. Previous research in Thailand has yielded similar results. For example, Tanapanyaworakul (2021) found that the Jigsaw method significantly improved vocabulary retention and engagement among Thai secondary students. These findings echo international studies showing that cooperative learning strategies like Jigsaw foster positive interdependence, reduce passive learning, and increase academic achievement (Gömleksiz, 2007; Mengduo & Xiaoling, 2010). Similarly, Harnsamer (2024) reported that cooperative learning activities improved vocabulary knowledge and created positive learning experiences among Thai EFL learners. Khan et al. (2018) further found that cooperative learning approaches positively influenced students' academic achievement and attitudes toward learning by encouraging active participation and shared responsibility. These findings suggest that cooperative learning strategies such as the Jigsaw Method have considerable potential to address many of the challenges associated with vocabulary instruction in EFL classrooms.

Despite the growing body of research supporting cooperative learning approaches, limited studies have specifically examined the effectiveness of the Jigsaw Method in teaching CEFR-aligned English vocabulary among Grade 9 English Program students in Thai public schools, particularly in Pathum Thani Province. Furthermore, relatively few studies have simultaneously investigated both students' vocabulary achievement and their attitudes toward learning vocabulary through the Jigsaw Method. Addressing this gap is important because effective vocabulary instruction should not only improve academic

performance but also foster positive learner attitudes that contribute to sustained language development and engagement.

Therefore, this study aimed to investigate the effectiveness of the Jigsaw Method in teaching English vocabulary to Grade 9 English Program students in a public school in Pathum Thani Province, Thailand. Specifically, the study sought to determine whether the implementation of the Jigsaw Method could improve students' vocabulary achievement and examine their attitudes toward learning vocabulary through the instructional approach. The findings of the study are expected to contribute to the growing body of knowledge on cooperative learning and provide practical implications for English language teachers seeking effective learner-centered approaches to vocabulary instruction.

Research Objectives

1. To investigate the effectiveness of using the Jigsaw method in teaching English vocabulary to grade 9 students.

2. To examine the students' overall attitudes toward learning through the Jigsaw method.

Literature Review and The Conceptual Framework

This study is anchored in Cooperative Learning Theory and Vygotsky's Sociocultural Theory, which emphasize the importance of social interaction, collaboration, and peer-assisted learning in promoting cognitive development. According to Vygotsky (1978), learning occurs through interaction with others, particularly within the learner's Zone of Proximal Development (ZPD), where guidance from more knowledgeable peers or teachers helps learners achieve higher levels of understanding.

Based on these theoretical foundations, the study investigates the effectiveness of the Jigsaw Method in teaching English vocabulary to Grade 9 students. The Jigsaw Method is a cooperative learning strategy in which students work together in small groups and become responsible for learning and teaching specific portions of the lesson content to their peers. Through collaborative learning, students actively participate in the learning process, share knowledge, and support one another's understanding of vocabulary concepts.

In this study, the independent variable is the implementation of the Jigsaw Method through a series of structured learning activities. The dependent variables are (1) students' academic achievement in English vocabulary, as measured by pretest and posttest scores, and (2) students' attitudes toward learning vocabulary through the Jigsaw Method, as measured by the attitude questionnaire.

The conceptual framework proposes that the implementation of the Jigsaw Method influences students' vocabulary achievement and their attitudes toward learning.

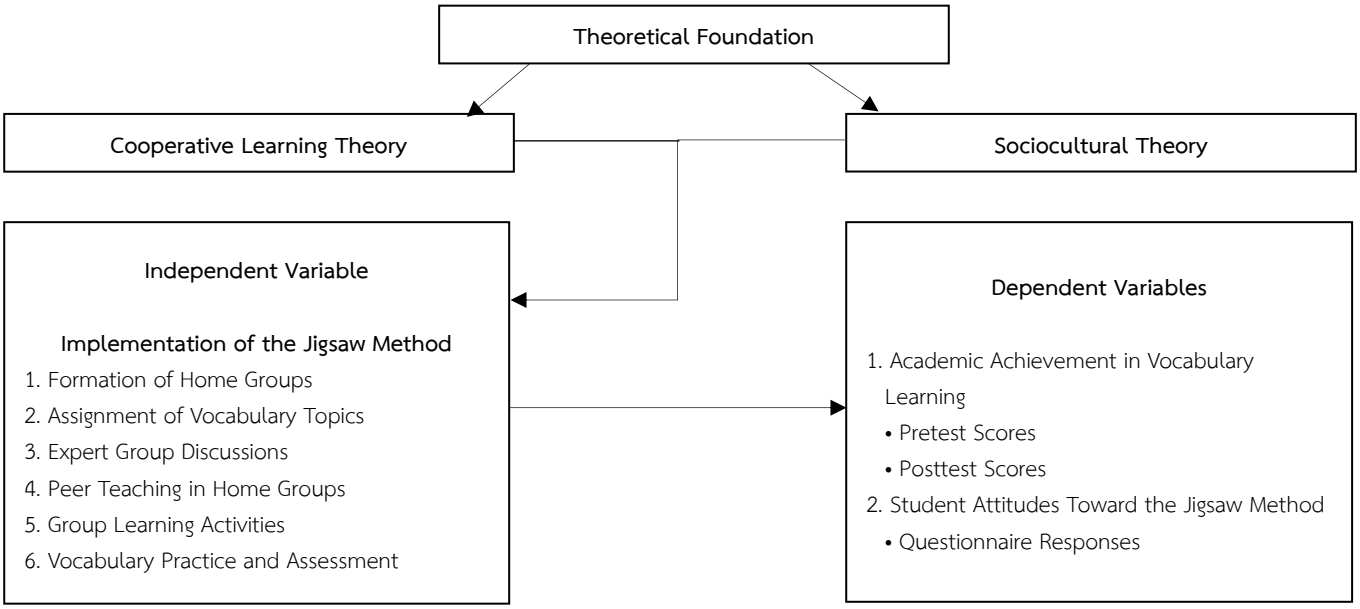


Figure 1 Conceptual Framework of the Study

Research Methodology

This study employed a quasi-experimental research design, specifically the one-group pretest-posttest design. In this design, a single group of participants is measured before and after an intervention to determine whether significant changes occur as a result of the intervention.

1. Population and Sample

The population of the study consisted of 502 Grade 9 students enrolled in a government secondary school in Pathum Thani Province, Thailand, during the academic year 2024. The students were distributed among twelve Grade 9 sections, including regular, gifted, and English Program classes.

The sample consisted of 30 Grade 9 students enrolled in the English Program. The participants were selected using convenience sampling, as they were readily accessible to the researcher and available during the period of data collection.

The English Program class was chosen because the researcher had direct access to the students and was able to implement the intervention within the regular classroom schedule. The use of convenience sampling enabled the researcher to conduct the study efficiently while maintaining consistency in the delivery of instruction and assessment procedures.

2. Research Instruments

Three research instruments were utilized in this study: (1) a vocabulary pretest and posttest, (2) an attitude questionnaire, and (3) Jigsaw-based lesson plans.

2.1 Vocabulary Pretest and Posttest - The vocabulary pretest and posttest were developed to measure students' vocabulary knowledge before and after the implementation of the Jigsaw Method. The test consisted of 30 multiple-choice items derived from the B1-level vocabulary list of the Common European Framework of Reference for Languages (CEFR).

To ensure content validity, the test items were reviewed and evaluated by three experts in English language teaching and assessment. The Item-Objective Congruence (IOC) technique was

employed to determine the alignment between the test items and the learning objectives. The IOC values equaled to 1.00, indicating acceptable content validity.

A pilot test was conducted with students who possessed characteristics similar to those of the target participants but were not included in the actual study. The reliability of the test was calculated using the Kuder-Richardson Formula 20 (KR-20), which is appropriate for dichotomously scored items. The analysis yielded a reliability coefficient of 0.88, indicating high internal consistency and reliability.

2.2 Attitude Questionnaire - A researcher-developed questionnaire was utilized to determine students' attitudes toward learning vocabulary through the Jigsaw Method. The questionnaire consisted of six statements measured using a five-point Likert scale, where:

1 = Strongly Disagree, 2 = Disagree, 3 = Neutral, 4 = Agree, 5 = Strongly Agree

The questionnaire measured students' perceptions regarding participation, cooperation, motivation, engagement, confidence, and overall satisfaction with the learning process.

To establish content validity, the questionnaire was evaluated by three experts in English language teaching and educational research. The IOC values equaled to 1.00, indicating satisfactory content validity.

A pilot test was conducted prior to the implementation of the study. The internal consistency reliability of the questionnaire was determined using Cronbach's Alpha, yielding a coefficient of .87, which indicates a high level of reliability.

2.3 Jigsaw-Based Lesson Plans

Five 1-hour Jigsaw-based lesson plans were developed and implemented throughout the intervention period of seven weeks. Each lesson plan covered one vocabulary topic aligned with the Grade 9 English curriculum and CEFR B1 vocabulary requirements. The topics included Family and Relationships, Sports and Recreation, Shopping and Consumer Activities, Education and School Life, and Feelings and Emotions

Each lesson plan followed the core principles of the Jigsaw Method. Students were first assigned to home groups consisting of six members. Each member was assigned a specific vocabulary subtopic to study. Students then joined expert groups, where members from different home groups who had the same assigned vocabulary topic studied and discussed the vocabulary items. After completing the expert group discussions, students returned to their home groups and taught their assigned vocabulary to their peers.

The teacher acted as the facilitator throughout the learning process by providing instructional guidance, monitoring group interactions, clarifying misunderstandings, and ensuring active participation among all students. Individual accountability was maintained through vocabulary exercises, participation monitoring, group tasks, and formative assessments conducted during each lesson.

The lesson plans underwent expert validation using the IOC method and obtained an overall IOC score of 1.00, indicating excellent alignment between the lesson objectives, learning activities, instructional materials, and assessment procedures.

3. Data Collection

The data collection process was conducted over a seven-week period.

During the first week, the researcher introduced the objectives of the study and explained the procedures of the Jigsaw Method to the participants. Students were informed of their roles and responsibilities within the cooperative learning environment. Following the orientation, the vocabulary pretest was administered to determine the students' baseline vocabulary knowledge.

During the second to sixth weeks, the intervention was implemented through the five Jigsaw-based lesson plans. Students participated in structured cooperative learning activities involving home-group discussions, expert-group discussions, peer teaching, collaborative exercises, and vocabulary application tasks. Throughout the intervention period, the researcher monitored student participation and provided assistance when necessary.

During the seventh week, the vocabulary posttest was administered to measure changes in students' vocabulary knowledge after the intervention. Immediately after completing the posttest, the students were asked to complete the attitude questionnaire to determine their perceptions of learning vocabulary through the Jigsaw Method.

4. Data Analysis

The collected data were analyzed using both descriptive and inferential statistics. The students' pretest and posttest scores were analyzed using mean (M) and standard deviation (SD) to determine their overall vocabulary performance.

A paired-samples t-test was employed to determine whether there was a statistically significant difference between the pretest and posttest scores of the participants at the 0.05 level of significance.

The responses from the attitude questionnaire were analyzed using mean scores and standard deviations. The mean scores were interpreted according to the following criteria:

Mean Range	Interpretation
4.51 – 5.00	Very High
3.51 – 4.50	High
2.51 – 3.50	Moderate
1.51 – 2.50	Low
1.00 – 1.50	Very Low

The results of the statistical analyses were used to determine the effectiveness of the Jigsaw Method in improving Grade 9 students' vocabulary learning and to examine students' attitudes toward the intervention.

Research Results

The research study found that:

1. To investigate the effectiveness of using the Jigsaw method in teaching English vocabulary to grade 9 students.

To address the first research question as to whether there is a significant improvement to the vocabulary skills of Grade 9 students when taught using the Jigsaw method, a dependent t-test was conducted to compare the pretest and posttest scores and the results are shown in Table 1.

Table 1. Comparison of the Pretest and Post Test of the Students before and after the Use of Jigsaw Method

Testing	Full Score	$\bar{x}$	S.D.	($\overline{D}$)	S.D. ($\overline{D}$)	t	df	Sig
Pre-test	30	13.70	6.31	6.67	2.28	16.02	29	< 0.001
Post-test	30	20.37	5.20					

Note: *Statistically significant at 0.05 level.

As shown in Table 1, students obtained a mean pretest score of 13.70 (SD = 6.31), which increased to a mean posttest score of 20.37 (SD = 5.20) following the implementation of the Jigsaw-based instructional activities. The analysis revealed a statistically significant difference between the pretest and posttest scores, $t(29) = 16.02$, $p < .001$, indicating that students performed significantly better after the intervention.

The mean difference between the two assessments was 6.67 points (SD = 2.28), suggesting a substantial improvement in students' vocabulary achievement after participating in the Jigsaw Method. Furthermore, the magnitude of the intervention effect was very large, as indicated by Cohen's d value of 2.92. This finding suggests that the improvement observed was not only statistically significant but also educationally meaningful. These results support the first objective of the study, which sought to determine the effectiveness of the Jigsaw Method in enhancing the English vocabulary achievement of Grade 9 English Program students.

2. To examine the students' overall attitude in using the Jigsaw method.

To complement the test score data, a six-item questionnaire was administered to explore students' attitudes toward the Jigsaw method in vocabulary instruction. The results, summarized in Table 3, revealed positive perceptions throughout the sample. Students responded to statements using a 5-point Likert scale ranging from "Strongly Disagree" (1) to "Strongly Agree" (5). All six statements received high average scores, indicating favorable student sentiment across multiple dimensions of the learning experience.

Table 2 Students' Opinions on the Use of Jigsaw Method in Teaching Vocabulary

Statement	$\bar{x}$	S.D.	Interpretation
1. I felt that my participation mattered during the class.	4.13	0.68	High
2. I saw that every one of my classmates gave inputs during the class.	4.10	0.71	High
3. I believe that my classmates and I worked well during the class.	4.17	0.79	High
4. I understood the topics clearer when discussed with my classmates.	4.23	0.63	High
5. I didn't feel bored during the class.	4.23	0.68	High
6. Overall, I liked working/discussing with my classmates during the class.	4.57	0.73	Highest
Total	4.24	0.70	High

The first statement, "I felt that my participation mattered during the class," received a mean score of 4.13 with a standard deviation of 0.68, interpreted as a high level of agreement. This shows that the students felt valued and believed their presence and contributions had an impact during the Jigsaw sessions. The second item, "I saw that every one of my classmates gave inputs during the class," scored a mean of 4.10 and a standard deviation of 0.71, also interpreted as high. This suggests that students perceived their classmates as being actively involved, although this item received the lowest mean among the six. The third item, "I believe that my classmates and I worked well during the class," received a mean of 4.17 and a standard deviation of 0.79, reinforcing the collaborative spirit fostered by the Jigsaw method.

The fourth statement, "I understood the topics clearer when discussed with my classmates," received a mean of 4.23 and a standard deviation of 0.63, which shows that peer discussions greatly facilitated comprehension. Similarly, the fifth item, "I didn't feel bored during the class," had the same mean of 4.23 and a slightly higher standard deviation of 0.68, indicating that the Jigsaw method maintained student engagement and reduced classroom boredom. Finally, the sixth statement, "Overall, I liked working/discussing with my classmates during the class," received the highest mean score of 4.57 and a standard deviation of 0.73. This demonstrates the students' strong preference for cooperative learning and their enjoyment of the Jigsaw process. The overall mean across all items was 4.24 with a standard deviation of 0.70, categorically interpreted as a "High" level of satisfaction. The findings indicate that students held positive attitudes toward learning vocabulary through the Jigsaw method, suggesting that this cooperative learning approach was favorably perceived by the participants.

Discussions

Based on the study results, the discussion is as follows:

1. Effect of the Jigsaw Method on Students' Vocabulary Achievement

The findings of this study revealed that the implementation of the Jigsaw Method significantly improved the vocabulary achievement of Grade 9 students. The posttest scores were substantially higher than the pretest scores, indicating that the intervention was effective in enhancing students' vocabulary knowledge. These findings suggest that cooperative learning environments provide learners with meaningful opportunities to engage with vocabulary through discussion, explanation, and peer interaction, which contribute to deeper vocabulary processing and retention.

The results can be explained through Vygotsky's Sociocultural Theory (1978), which emphasizes that learning occurs through social interaction and collaborative meaning-making. Through the Jigsaw Method, students worked within their Zone of Proximal Development (ZPD), where peers provided support and scaffolding that enabled learners to understand and use new vocabulary more effectively. As students assumed the role of "experts" and taught vocabulary items to their group members, they were required to process information more deeply, thereby strengthening vocabulary acquisition and retention.

The findings are also consistent with Cooperative Learning Theory, which posits that positive interdependence, individual accountability, and peer teaching contribute to improved academic achievement (Slavin, 1995). In the Jigsaw Method, students become responsible not only for their own learning but also for assisting their peers' learning. Such responsibility encourages active participation, repeated exposure to vocabulary items, and meaningful communication, all of which are essential elements of vocabulary acquisition.

Recent empirical studies provide further support for these findings. For example, Harnsamer (2024) found that collaborative learning significantly enhanced Thai EFL learners' vocabulary knowledge and positively influenced students' perceptions of vocabulary learning. Their findings suggested that cooperative learning activities increased opportunities for interaction and meaningful engagement with vocabulary, resulting in improved learning outcomes. Similarly, Haghnia et al. (2024) reported that collaborative learning tasks significantly improved EFL learners' vocabulary acquisition, particularly when learners actively interacted and negotiated meaning during learning activities. These studies support the present finding that collaborative approaches such as the Jigsaw Method facilitate vocabulary development by encouraging active learner participation and social interaction.

The results also align with contemporary vocabulary acquisition research. Eskandari et al. (2024) found that vocabulary learning tasks requiring deeper cognitive processing resulted in significantly greater vocabulary gains than more passive learning activities. The Jigsaw Method similarly requires learners to analyze, explain, and teach vocabulary to others, thereby promoting deeper processing and long-term retention. Furthermore, Gao et al. (2023) demonstrated that interactive vocabulary activities contributed to greater vocabulary acquisition among EFL learners because students actively engaged with language rather than simply memorizing word meanings.

The findings of the present study are therefore consistent with both theoretical perspectives and recent empirical evidence indicating that collaborative learning strategies enhance vocabulary

acquisition. However, the current findings extend previous research by demonstrating that the Jigsaw Method can also be effective among Grade 9 English Program students in a Thai public-school context.

Despite these positive outcomes, caution must be exercised when interpreting the results. The study employed a one-group pretest-posttest quasi-experimental design without a control group. Although the improvement in posttest scores suggests that the Jigsaw Method contributed to vocabulary development, the very large effect size observed in the present study (Cohen's d = 2.92) should be interpreted carefully. The substantial improvement may be attributable to the intensive and highly interactive nature of the Jigsaw activities, which provided repeated opportunities for peer explanation, vocabulary rehearsal, and meaningful engagement with target lexical items. Nevertheless, alternative explanations such as testing effects, maturation, prior exposure to the target vocabulary, or external learning experiences cannot be entirely ruled out. Therefore, causal conclusions should be drawn cautiously. Future studies employing randomized or controlled experimental designs are recommended to confirm the magnitude of the intervention effect and provide stronger evidence regarding the effectiveness of the Jigsaw Method.

2. Students' Attitudes Toward Learning Vocabulary Through the Jigsaw Method

The findings also revealed that students demonstrated highly positive attitudes toward learning vocabulary through the Jigsaw Method. The overall mean score indicated a high level of satisfaction with the instructional approach, suggesting that students viewed the learning experience as engaging, enjoyable, and beneficial.

This finding can be explained through Sociocultural Theory (Vygotsky, 1978), which highlights the importance of social interaction in promoting engagement and learning. The collaborative nature of the Jigsaw Method provided students with opportunities to communicate, exchange ideas, and support one another during the learning process. Such interactions may have increased students' confidence and reduced anxiety, thereby fostering more positive attitudes toward vocabulary learning.

The findings are likewise supported by motivational perspectives in second language learning. When students perceive learning activities as meaningful, interactive, and learner-centered, they are more likely to participate actively and sustain their engagement. The Jigsaw Method encourages students to assume responsibility for learning and teaching vocabulary, which may strengthen their sense of ownership and involvement in classroom activities (Aronson & Patnoe, 2011).

Recent studies support these interpretations. For example, Harnsamer (2024) reported that Thai EFL learners developed positive perceptions toward collaborative learning, with participants expressing appreciation for the opportunities to work with peers and learn through interaction. Similarly, research by Gao et al. (2023) found that interactive and collaborative language-learning activities increased learners' engagement and motivation, resulting in more favorable attitudes toward language learning. Furthermore, studies examining collaborative vocabulary-learning tasks have consistently reported that students value opportunities for peer discussion and cooperative problem-solving because such activities make learning more enjoyable and meaningful.

The findings of this study therefore support the growing body of evidence suggesting that cooperative learning strategies contribute not only to cognitive outcomes but also to affective outcomes such as motivation, engagement, and positive attitudes toward learning. In the context of English

vocabulary instruction, these positive attitudes may play an important role in sustaining learners' interest and encouraging continued vocabulary development.

Nevertheless, the findings concerning students' attitudes should also be interpreted with caution. Attitudes were measured using a self-report questionnaire, which may be subject to response bias or social desirability effects. Students may have provided favorable responses because they were aware that they had participated in the intervention. Future research may incorporate interviews, focus-group discussions, or classroom observations to obtain a more comprehensive understanding of students' perceptions and experiences with the Jigsaw Method.

Originality and Body of Knowledge

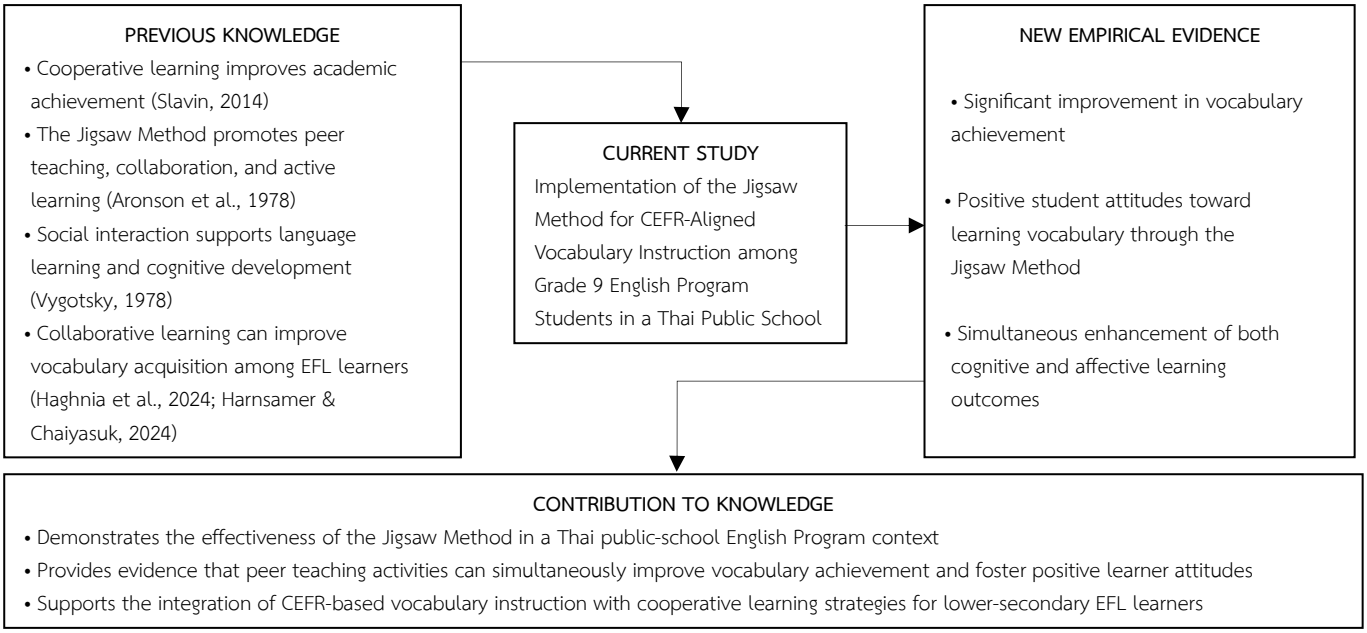


Figure 2 Originality and Body of Knowledge

The present study contributes to the growing body of literature on cooperative learning and English vocabulary instruction by providing context-specific empirical evidence regarding the effectiveness of the Jigsaw Method among Grade 9 English Program students in a Thai public-school setting. While previous studies have established that cooperative learning strategies can improve language learning outcomes and promote learner engagement (Slavin, 2014; Khan et al., 2021), limited research has examined the implementation of the Jigsaw Method in CEFR-aligned vocabulary instruction among lower-secondary English as a Foreign Language (EFL) learners in Thailand.

The findings of this study demonstrated that the Jigsaw Method significantly improved students' vocabulary achievement, as evidenced by higher posttest scores compared with pretest scores. These results support previous research indicating that collaborative learning environments promote vocabulary acquisition by encouraging meaningful interaction, peer explanation, and active engagement with learning materials (Haghnia et al., 2024; Harnsamer, 2024). The findings further reinforce the principles of Sociocultural Theory, which emphasize the role of social interaction in cognitive development (Vygotsky,

1978), and Cooperative Learning Theory, which highlights the importance of positive interdependence and peer teaching in promoting academic achievement (Slavin, 2014).

Beyond vocabulary achievement, the study also revealed that students developed positive attitudes toward learning vocabulary through the Jigsaw Method. The participants reported favorable perceptions of collaborative learning activities, peer discussions, and shared responsibility for learning. These findings are consistent with recent studies suggesting that cooperative learning strategies positively influence learners' motivation, engagement, and attitudes toward language learning (Khan et al., 2018; Harnsamer, 2024).

The primary contribution of this study lies in its demonstration that peer-teaching activities embedded within the Jigsaw Method can simultaneously support both cognitive and affective learning outcomes. Specifically, the findings indicate that structured collaboration not only enhanced students' vocabulary achievement but also fostered positive attitudes toward vocabulary learning. While previous studies have often examined academic achievement or learner attitudes separately, the present study provides evidence that both outcomes can be developed concurrently through a single instructional intervention.

Furthermore, the study extends existing knowledge by demonstrating the applicability of CEFR-aligned vocabulary instruction through cooperative learning in a lower-secondary Thai EFL context. The integration of expert-group discussions, peer teaching, collaborative problem-solving, and vocabulary practice activities provided learners with opportunities to actively construct knowledge while developing confidence in using English vocabulary. These findings offer practical guidance for English language teachers seeking learner-centered instructional approaches that address both language development and learner engagement.

Consequently, the study contributes additional empirical evidence supporting the implementation of the Jigsaw Method in secondary-level EFL classrooms and strengthens the evidence base for cooperative vocabulary instruction in contexts similar to Thai public schools. The findings suggest that structured peer interaction can serve as an effective pedagogical approach for enhancing vocabulary learning while simultaneously cultivating positive attitudes within the context of an English learning classroom at a lower secondary level.

Conclusions

This study examined the effectiveness of the Jigsaw Method in improving the English vocabulary achievement of Grade 9 English Program students and explored their attitudes toward learning vocabulary through the method. The findings revealed that the implementation of the Jigsaw Method resulted in a statistically significant improvement in students' vocabulary achievement, as evidenced by the higher posttest scores compared with the pretest scores. These results indicate that the Jigsaw Method was effective in enhancing students' vocabulary learning.

The findings also showed that students demonstrated positive attitudes toward learning vocabulary through the Jigsaw Method. The participants reported favorable perceptions of the collaborative learning activities, peer interactions, and shared learning responsibilities that characterized the instructional approach.

Taken together, the results suggest that the Jigsaw Method can serve as an effective learner-centered strategy for English vocabulary instruction among lower-secondary EFL learners. The method not only contributed to improved vocabulary achievement but also fostered positive attitudes toward learning. Therefore, the integration of cooperative learning strategies such as the Jigsaw Method may provide valuable opportunities for enhancing both the academic and affective dimensions of vocabulary learning in English language classrooms.

Recommendations

1. Policymaking Recommendations

1.1 English language teachers may consider piloting the Jigsaw Method as a supplementary instructional strategy for vocabulary instruction, particularly in contexts where student interaction and collaborative learning are encouraged. The positive outcomes observed in this study suggest that the method has potential for improving vocabulary achievement and fostering positive attitudes toward learning.

1.2 Schools may support teachers who are interested in implementing cooperative learning strategies by providing opportunities for professional development, peer collaboration, and the sharing of instructional practices. However, broader implementation should be accompanied by continued monitoring and evaluation of student learning outcomes.

1.3 Educational practitioners may adapt the Jigsaw Method to suit the needs of their learners and instructional contexts. Future classroom applications may explore the use of the method with different proficiency levels, content areas and learning environments to determine its broader applicability.

2. Recommendations for Future Research

2.1 Future studies should investigate the long-term retention of vocabulary knowledge by administering delayed posttests several weeks or months after the intervention. Such research would help determine whether the learning gains observed through the Jigsaw Method are sustained over time.

2.2 Future researchers should employ experimental or quasi-experimental designs that include comparison or control groups. Such designs would strengthen causal interpretations regarding the effectiveness of the Jigsaw Method and reduce potential threats to internal validity.

2.3 Studies involving larger sample sizes and participants from different schools, educational programs, and geographical locations are recommended to improve the generalizability of the findings.

2.4 Future research may examine the effectiveness of the Jigsaw Method across different English language skills, such as reading comprehension, speaking, writing, and listening, to determine whether the benefits extend beyond vocabulary learning.

2.5 Qualitative approaches, including classroom observations, focus-group discussions, and student interviews, may be employed to gain deeper insights into learners' experiences, peer interactions, and perceptions of cooperative learning.

References

Aronson, E., & Patnoe, S. (2011). *The jigsaw classroom: Building cooperation in the classroom*. (3rd ed.). London: Pinter & Martin.

Aronson, E., Stephan, C., Sikes, J., Blaney, N., & Snapp, M. (1978). *The Jigsaw Classroom*. Thousand Oaks: Sage Publication.

Beck, I. L., McKeown, M. G., & Kucan, L. (2013). *Bringing words to life: Robust vocabulary instruction* (2nd ed.). Guilford Press.

Eskandari, Z., Khatin-Zadeh, O., Farsani, D., & Banaruee, H. (2024). The effect of type of task on EFL learners' vocabulary learning. *Frontiers in Psychology, 15*, 1306306.

Gao, Y. L., Wang, F. Y., & Lee, S. Y. (2023). The effects of three different storytelling approaches on the vocabulary acquisition and response patterns of young EFL students. *Language Teaching Research, 27*(5), 1078-1098.

Gömleksi˙ z, M. N. (2007). Effectiveness of cooperative learning (jigsaw II) method in teaching English as a foreign language to engineering students (Case of Firat University, Turkey). *European journal of engineering education, 32*(5), 613-625.

Haghnia, M., Karimi, S. N., & Marzban, A. (2024). The Combined Effect of Task Complexity and Task Condition through Collaborative Activities on EFL Learners' Vocabulary Learning: A Focus on L2 Proficiency. *Journal of New Trends in English Language Learning, 3*(3). 113-126.

Harnsamer, S. (2024). *Effects of collaborative learning on Thai EFL learners' vocabulary knowledge*. (Master of Education, Mahasarakham University)

Johnson, D. W., & Johnson, R. T. (2009). An educational psychology success story: Social interdependence theory and cooperative learning. *Educational researcher, 38*(5), 365-379.

Khan, K. A., Ali, H., Khattak, S. A., & Khan, S. (2017). Impact of cooperative learning on the achievement of EFL tertiary level learners: A case-study of a mainstream university in a Middle Eastern country. *International Journal of English Linguistics, 8*(2), 168.

McKeown, M. G. (2019). Effective vocabulary instruction fosters knowing words, using words, and understanding how words work. *Language, speech, and hearing services in schools, 50*(4), 466-476.

Mengduo, Q., & Xiaoling, J. (2010). Jigsaw Strategy as a Cooperative Learning Technique: Focusing on the Language Learners. *Chinese Journal of Applied Linguistics (Foreign Language Teaching & Research Press),* 33(4), 113-125.

Ministry of Education. (2008). *Basic Education Core Curriculum B.E. 2551 (A.D. 2008)*. Office of the Basic Education Commission.

Nation, I. S. P. (2020). *Learning vocabulary in another language*. (2nd ed.). Cambridge: Cambridge University Press.

Schmitt, N. (2010). *Researching vocabulary: A vocabulary research manual*. Hampshire: Palgrave Macmillan.

Slavin, R. E. (1996). Cooperative learning in middle and secondary schools. *The Clearing House, 69*(4), 200-204.

_____. (2014). *Cooperative learning and academic achievement: Why does groupwork work?. Annals of Psychology, 30*(3), 785-791.

Tanapanyaworakul, W. (2021). *Improving reading comprehension of EFL students using the jigsaw technique*. (Master of Arts, Thammasat University).

Thanyaburi School. (2023). *TOEFL Junior English proficiency test report for Grades 7-9 English Program students*. Pathum Thani: Thanyaburi School.

Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in society: The development of higher psychological processes*. Cambridge: Harvard University Press.

JSSP: Journal of Social Science Panyapat, 2026. 8(2): 321-334.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSSP
Journal of Social Science Panyapat
https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSSP/index

Research Article

21st-Century Teaching Enhancement Based on Four Bala Dhamma of Teachers at Phra Pariyattidhamma School, Dhamma Section, Sangha of Roi Et Province

Phrakhrubidika Chanyut Jirasupho (Phumpruk)[1*] Phrasriwatcharasanbandit[1] and Kotchaphat Sanguankhruea[1]

[1] *Department of Buddhist Educational Administration, Roi Et Buddhist College, Thailand*

[*] *Corresponding author e-mail: Chanyut.pho@mcu.ac.th*

ABSTRACT

This research aims to (1) examine the current state of 21st-century teaching and learning management among teachers in Buddhist monastic schools (Dhamma section) in Roi Et Province; (2) investigate teaching and learning methods based on the Four Strengths (Pala 4); and (3) propose guidelines for enhancing 21st-century teaching based on the Four Powers (Pala 4): A case study of teachers in Phrapariyatti Dhamma Schools, Roi Et Province. This research employs a mixed-methods approach, combining quantitative research using a sample of 217 individuals who responded to opinion questionnaires with 10 experts who evaluated the suitability, feasibility, and usefulness of the project. The statistical methods used for data analysis included percentages, means, and standard deviations. Qualitative research involved content analysis of interviews with nine experts using descriptive content analysis techniques. The study found that 1) the overall state of 21st-century teaching and learning management among teachers of Buddhist monastic schools in Roi Et Province was at a high level in all aspects; and 2) the 21st-century teaching and learning methods based on the Four Strengths (Pancha Bala 4) were also at a high level. There is conscious integration of digital media, flexible curricula, and the development of academically excellent exemplary teachers to drive education to keep pace with the world while maintaining Buddhist identity. 3) The results of proposing guidelines for 21st-century teaching and learning based on the Four Strengths of Teaching (Pancha Bala 4) for teachers, considering their suitability, feasibility, and usefulness, showed that the overall level was very high. When considered individually, the appropriateness aspect had the highest average score, followed by feasibility and usefulness.

Keywords: Teaching And Learning in The 21st Century, The Four Pala Dhammas, The Buddhist Monastic School, Dhamma Section

Received: 3 April 2026;
Revised: 27 June 2026;
Accepted: 27 June 2026

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat
ISSN: 3027-6748 (Online)

การจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด

พระครูใบฎีกาชาญยุทธ จิรสุโภ (ภูมิพฤกษ์)[1*] พระศรีวัชรสารบัณฑิต[1] และ กชภัทร์ สงวนเครือ[1]

[1] สาขาวิชาพุทธบริหารการศึกษา วิทยาลัยสงฆ์ร้อยเอ็ด ประเทศไทย

* Corresponding author e-mail: Chanyut.pho@mcu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด 2) ศึกษาวิธีการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 และ 3) เพื่อเสนอแนวทางการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด การวิจัยนี้เป็นแบบผสมวิธี คือ งานวิจัยเชิงปริมาณใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 217 คน ในการตอบแบบสอบถามความคิดเห็น และใช้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 10 คน ตอบแบบประเมินความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน งานวิจัยเชิงคุณภาพ วิเคราะห์เนื้อหาการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 9 รูป/คน โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา ผลการศึกษาพบว่า 1) สภาพการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน 2) วิธีการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 มีการ บูรณาการสื่อดิจิทัลอย่างมีสติ หลักสูตรที่ยืดหยุ่น และการสร้างครูต้นแบบที่เลิศทั้งวิชาการ เพื่อขับเคลื่อนการศึกษาให้เท่าทันโลกโดยยังคงอัตลักษณ์พุทธศาสนา 3) ผลการเสนอแนวทางการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครู ตามความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเหมาะสมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านความเป็นไปได้ และด้านความเป็นประโยชน์

คำสำคัญ: การจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21, หลักพละ 4, โรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat

บทนำ

การศึกษาคือกลไกสำคัญในการพัฒนา “ทุนมนุษย์” เพื่อสร้างรากฐานการพัฒนาประเทศที่ยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพชีวิตประชากรทุกช่วงวัยให้มีความพร้อมรอบด้าน ทั้งทางร่างกาย จิตใจ สติปัญญา และคุณธรรม สอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติและแผนการศึกษาแห่งชาติ (พ.ศ. 2560-2579) เพื่อบ่มเพาะเยาวชนให้เป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนประเทศชาติให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ, 2560)

การจัดการเรียนการสอนตามหลักสูตรแกนกลางฯ 2551 มุ่งพัฒนาผู้เรียนให้สามารถสร้างองค์ความรู้และทักษะชีวิตด้วยตนเองเพื่อเท่าทันศตวรรษที่ 21 ที่เน้นการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) ให้ผู้เรียนมีบทบาทหลักผ่านกิจกรรมที่หลากหลาย โดยครูต้องปรับบทบาทเป็นผู้อำนวยการเรียนรู้ (Facilitator) เพื่อชี้แนะและออกแบบระบบการสอน การจัดสภาพแวดล้อมเชิงรุกมีส่วนสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาทักษะองค์รวมทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม ทักษะสารสนเทศและเทคโนโลยี และทักษะชีวิตและอาชีพ อันจะส่งผลให้ผู้เรียนสามารถเติบโตได้อย่างมีคุณภาพและมีความสุขอย่างยั่งยืน (สิริกร ชาติดี และสุทธิพงศ์ บุญผดุง, 2568)

ในยุคโลกาภิวัตน์ศตวรรษที่ 21 ที่เทคโนโลยีและนวัตกรรมก้าวหน้าอย่างรวดเร็วและไร้พรมแดน ส่งผลกระทบต่อทุกภาคส่วนของสังคมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การปรับตัวจึงเป็นหัวใจสำคัญเพื่อความอยู่รอดในบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป

ความพลิกผันทางการศึกษาในยุคส่งผ่านดิจิทัลเป็นปัจจัยเร่งให้ผู้บริหารสถานศึกษาต้องปรับตัวและยกระดับสมรรถนะตนเอง โดยเฉพาะการขับเคลื่อนกลยุทธ์การบริหารจัดการทรัพยากรทางการศึกษาอย่างมีประสิทธิภาพและการส่งเสริมการจัดระบบนิเวศการเรียนรู้เชิงรุกเพื่อนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายและยกระดับคุณภาพการศึกษาให้เท่าทันโลกสมัยใหม่ได้อย่างยั่งยืน (ลัดดาวัลย์ จันลา และคณะ, 2568)

การจัดการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ของโรงเรียนพระปริยัติธรรม จังหวัดร้อยเอ็ด มุ่งเน้นการแก้ปัญหาด้วยพุทธธรรมที่ร่วมสมัยและเป็นเหตุเป็นผล โดยเฉพาะการบูรณาการ หลักพละ 4 เข้ากับภาวะผู้นำและการบริหารองค์กร อันประกอบด้วย ปัญญาพละ (พลังความรู้), วิริยะพละ (พลังความเพียร), อนวัชชพละ (พลังความสุจริต) และ สังคหพละ (พลังการสงเคราะห์) ซึ่งการนำหลักธรรมทั้ง 4 ประการนี้มาปรับใช้นับว่ามีความสอดคล้องกับบริบททางสังคมไทยมากกว่าการพึ่งพาหลักการบริหารจากตะวันตกเพียงอย่างเดียว (อารุณ สิทธิวงศ์, 2562)

การศึกษาพระปริยัติธรรมแผนกธรรม หรือ หลักสูตรนักธรรม มุ่งเน้นการเรียนรู้พระธรรมวินัยด้วยภาษาไทย เพื่อให้ภิกษุสามเณรเข้าถึงคำสอนได้อย่างทั่วถึง อันเป็นรากฐานสำคัญในการปฏิบัติและการเผยแผ่พระพุทธศาสนา โดยสมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระยาวชิรญาณวโรรส ทรงวางรากฐานหลักสูตรให้ครอบคลุมหลากหลายมิติ ทั้งหลักธรรม พุทธประวัติ พระวินัย และทักษะการแต่งแก้กระทู้ธรรม เพื่อสร้างศาสนทายาทที่มีคุณภาพในการสืบทอดพระศาสนาสืบไป โรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด ทั้ง 23 แห่ง ภายใต้การกำกับดูแลของกองพุทธศาสนศึกษา ยังคงมีรูปแบบการจัดการเรียนการสอนที่ไม่สอดคล้องกับทักษะจำเป็นในศตวรรษที่ 21 จึงมีความจำเป็นเร่งด่วนในการพัฒนาสมรรถนะครูให้มีความเชี่ยวชาญในการใช้รูปแบบการเรียนรู้ที่ทันสมัย เพื่อปรับปรุงวิธีการสอนให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของโลกและส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถปรับตัวดำรงชีวิตในยุคปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ (กองพุทธศาสนศึกษา, 2568)

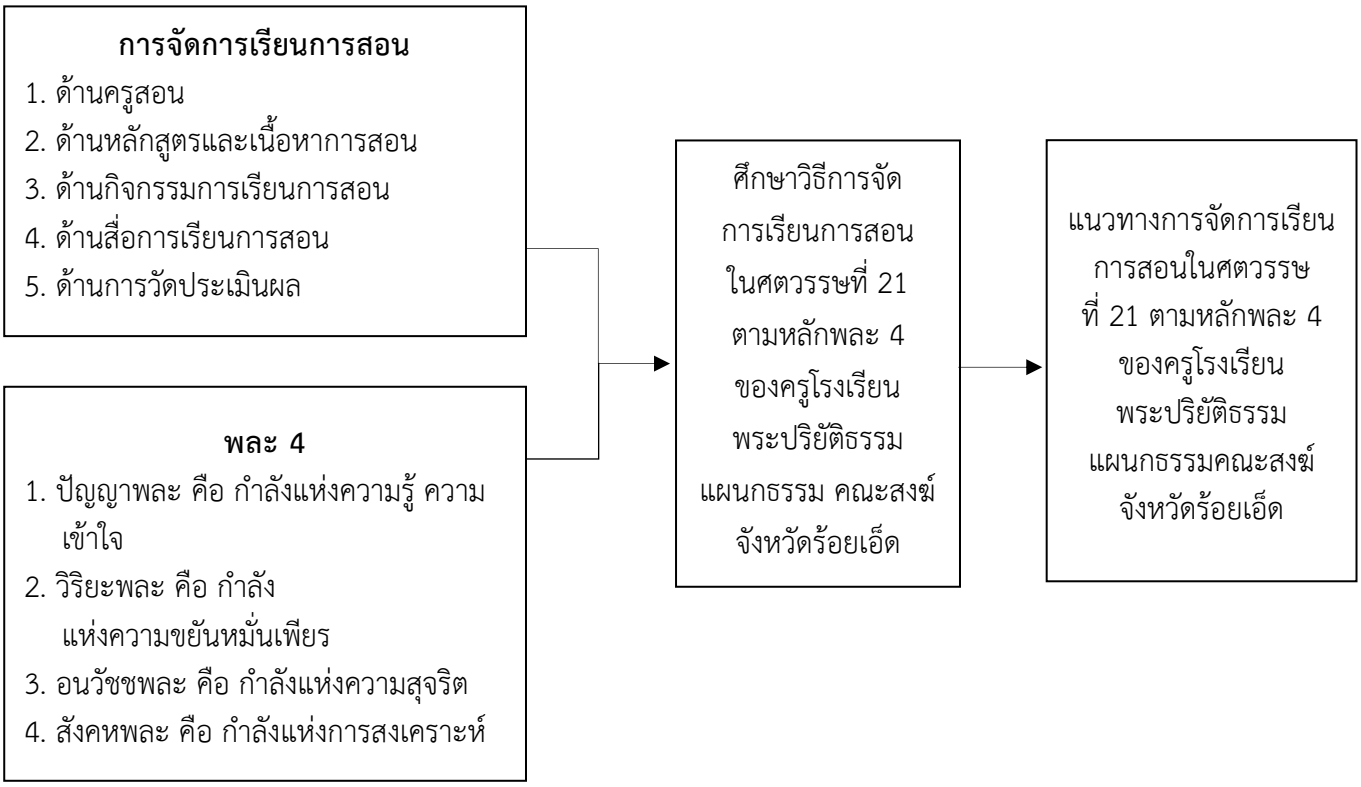
งานวิจัยมุ่งศึกษาโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งเป็นบริบทเฉพาะที่ยังไม่ได้รับการศึกษาอย่างแพร่หลายเมื่อเทียบกับโรงเรียนทั่วไปในสังกัด สพฐ. หรือแผนกสามัญศึกษา ผู้วิจัยได้ผสานรวมกรอบแนวคิดสากลในการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 เข้ากับหลักพุทธธรรมอย่าง “หลักพละ 4” ซึ่งเน้นการสร้างกำลังปัญญา ความเพียร ความสุจริต และการผสานสัมพันธ์มาเป็นแกนหลักในการขับเคลื่อนศักยภาพของครูผู้สอนแทนการใช้หลักธรรมทั่วไป ความแตกต่างเชิงมิติพื้นที่และแนวคิดนี้ช่วยสร้างองค์ความรู้ใหม่ที่เป็นข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติในการพัฒนาครูพระและครูคฤหัสถ์ ให้สามารถออกแบบการเรียนรู้ธรรมะได้อย่างทันสมัยและดึงดูดใจผู้เรียนยุคใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด
2. เพื่อศึกษาวิธีการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด
3. เพื่อเสนอแนวทางการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษานี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 จำนวน 5 ด้าน จาก Good (1973) Hessong & Weeks (1987) Oliva (1992) สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ (2562) สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ (2566) เงาแข เดือดขุนทด (2464) ณัฐวัฒน์ ด้วงฉุน (2565) วชิระ โมราชาติ (2567) และหลักพละ 4 ได้แก่ 1) ปัญญาพละ คือ กำลังแห่งความรู้ ความเข้าใจ 2) วิริยะพละ คือ กำลังแห่งความขยันหมั่นเพียร 3) อนวัชชพละ คือ กำลังแห่งความสุจริต 4) สังคหพละ คือ กำลังแห่งการสงเคราะห์ ผู้วิจัยสามารถสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Method) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา ครูและบุคลากรโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 23 โรงเรียน รวม 474 รูป/คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ การเลือกผู้บริหารสถานศึกษา ครูและบุคลากรทางการศึกษา ในสังกัดโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด โดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ซึ่งใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 217 รูป/คน และนำมาสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ

1.3 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

1.3.1 ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ได้แก่ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารสถานศึกษา จำนวน 9 รูป/คน โดยผู้วิจัยได้ทำการเลือกตามสัดส่วน ดังนี้ 1) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการบริหาร จำนวน 3 คน 2) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการสอน จำนวน 3 คน 3) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านศาสนา จำนวน 3 รูป

1.3.2 ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญจำนวน 10 ท่าน โดยพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ที่สอดคล้องกับเนื้อหาการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 และหลักพละ 4 เพื่อทำหน้าที่ประเมินความเหมาะสม ความเป็นประโยชน์ และความเป็นไปได้

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษางานวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นโดยอ้างอิงกรอบแนวทางแนวทางการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย สถานภาพทางเพศ อายุ วุฒิการศึกษา โดยใช้รูปแบบคำถามแบบเลือกตอบ (Check List)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านครูสอน จำนวน 5 ข้อคำถาม 2) ด้านหลักสูตรและเนื้อหาการสอน จำนวน 5 ข้อคำถาม 3) ด้านกิจกรรมการเรียนการสอน จำนวน 5 ข้อคำถาม 4) ด้านสื่อการเรียนการสอน จำนวน 5 ข้อคำถาม และ 5) ด้านการวัดประเมินผล จำนวน 5 ข้อคำถาม

สำหรับแบบสอบถามในส่วนนี้ มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) ดังนี้

5 หมายถึง มีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด
4 หมายถึง มีความเห็นด้วยในระดับมาก
3 หมายถึง มีความเห็นด้วยในระดับปานกลาง
2 หมายถึง มีความเห็นด้วยในระดับน้อย
1 หมายถึง มีความเห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับวิธีการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการหาความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ดังนี้

1) แบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด ได้รับการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาโดยการหาค่าความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ซึ่งดำเนินการโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ซึ่งเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านการสอน ด้านพระพุทธศาสนา และด้านการบริหารการศึกษา เพื่อพิจารณาความเที่ยงตรงของเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษา และความสอดคล้องของเนื้อหารายข้อ จากนั้นจึงนำผลการประเมินมาคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (Item-Objective Congruence Index: IOC) โดยคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ซึ่งค่าที่ได้ของแบบสอบถามคือ 1.00 เกณฑ์การให้คะแนนความสอดคล้องระหว่างเนื้อหากับวัตถุประสงค์การวิจัยกำหนดดังนี้

ความสอดคล้อง +1 หมายถึง การจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ความสอดคล้อง 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด มีเนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์หรือไม่

ความสอดคล้อง -1 หมายถึง ข้อคำถามนั้นไม่มีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหา การจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด กับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

2) การหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ภายหลังการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 30 ชุด เพื่อประเมินค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งเป็นดัชนีชี้วัดความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.951 จากนั้น แบบสอบถามการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด ที่ได้รับการปรับปรุงแล้ว ได้ถูกนำเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์เพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบ ก่อนที่จะดำเนินการจัดพิมพ์ฉบับสมบูรณ์เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามวิจัยไปขอความอนุเคราะห์จากสำนักศาสนศึกษา ให้ส่งต่อแบบสอบถามไปให้โรงเรียนในโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 23 โรงเรียน ในรูปแบบของ Google From โดยกำหนดให้ส่งแบบสอบถามภายใน 2 สัปดาห์

3.2 ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ไปดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านการบริหาร จำนวน 3 คน ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการสอน จำนวน 3 คน และผู้ทรงคุณวุฒิด้านศาสนา จำนวน 3 รูป ด้วยตนเอง ตามวัน เวลาที่นัดหมายการสัมภาษณ์ไว้ ด้วยวิธีการที่หลากหลาย เช่น การจด บันทึกการสัมภาษณ์/ภาพนิ่ง เครื่องบันทึกเสียง

3.3 ผู้วิจัยนำแบบประเมินไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 10 ท่าน ได้ประเมินความเหมาะสม ความเป็นประโยชน์และความเป็นไปได้ตามวัน เวลา ที่นัดหมาย

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปโดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

4.1 สภาพการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมที่ได้รับคืนมาทั้งหมด มาตรวจสอบความสมบูรณ์ ครบถ้วนของแบบสอบถามแต่ละชุดแล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ดังนี้

1) วิเคราะห์แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย สถานภาพ อายุ วุฒิการศึกษา ซึ่งวิเคราะห์โดยใช้ความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2) วิเคราะห์แบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นการเก็บข้อมูลแบบสอบถามความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้บริหารสถานศึกษา ครูและบุคลากรทางการศึกษา ในสังกัดโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ตามเกณฑ์คะแนนค่าเฉลี่ยระดับคะแนน (สุวิมล ว่องวาณิช, 2558) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51–5.00 สภาพปัจจุบันที่เป็นอยู่และสภาพที่ควรจะเป็นอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51–4.50 สภาพปัจจุบันที่เป็นอยู่และสภาพที่ควรจะเป็นอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51–3.50 สภาพปัจจุบันที่เป็นอยู่และสภาพที่ควรจะเป็นอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51–2.50 สภาพปัจจุบันที่เป็นอยู่และสภาพที่ควรจะเป็นอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00–1.50 สภาพปัจจุบันที่เป็นอยู่และสภาพที่ควรจะเป็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

4.2 วิธีการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด

การวิจัยเชิงคุณภาพผู้วิจัยนำผลการสัมภาษณ์จากผู้เชี่ยวชาญเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์เกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด

1) การเข้าสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลเป็นการบันทึกเสียงหรือการบันทึกเป็นข้อความจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

2) ผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่บันทึกเสียงและจดบันทึกข้อความการสัมภาษณ์มาคัดเลือกเพื่อเรียบเรียงคำจากผลการสัมภาษณ์ให้สมบูรณ์ แล้วจึงนำไปวิเคราะห์ต่อไป

3) ผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ดนำไปวิเคราะห์เนื้อหาด้วยเทคนิควิธีการที่หลากหลาย (Content Analysis Technique) ใช้แบบสัมภาษณ์ โดยวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ (Thematic/Matrix Analysis) ตามกรอบพละ 4 และทักษะศตวรรษที่ 21 เพื่อตอบวัตถุประสงค์วิจัยอย่างตรงประเด็น

4) วิเคราะห์ข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด ที่ผู้เชี่ยวชาญให้ข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด

5) นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ผลจากการสัมภาษณ์ มาสังเคราะห์เพื่อนำเสนอเป็นการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และนำเสนอโดยวิธีการพรรณนา การอ้างอิงคำพูดบุคคล ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับวิธีการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด

4.3 แนวทางการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด

ผู้วิจัยนำแบบประเมินความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด ใช้ในการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

วิเคราะห์แบบประเมินความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ ตามเกณฑ์คะแนนค่าเฉลี่ยระดับคะแนนดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51–5.00 หมายความว่า ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ อยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51–4.50 หมายความว่า ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ อยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51–3.50 หมายความว่า ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ อยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51–2.50 หมายความว่า ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ อยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00–1.50 หมายความว่า ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. สภาพการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษ ที่ 21 ตามหลัก พละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด โดยภาพรวม

ข้อ	การจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด	n = 217 คน ระดับการจัดการเรียนการสอน			
		$\bar{x}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
1	ด้านครูสอน	4.09	1.12	มาก	5
2	ด้านหลักสูตรและเนื้อหาการสอน	4.26	0.96	มาก	4
3	ด้านกิจกรรมการเรียนการสอน	4.28	0.93	มาก	2
4	ด้านสื่อการเรียนการสอน	4.30	1.01	มาก	1
5	ด้านการวัดประเมินผล	4.27	1.08	มาก	3
	โดยภาพรวม	4.28	1.02	มาก	

จากตาราง 1 พบว่า สภาพการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ *= 4.28, S.D. = 1.02*) จำแนกตามรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับความคิดเห็นในระดับสูงสุดเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านสื่อการเรียนการสอน ($\bar{x}$ *= 4.30, S.D. = 1.01)* รองลงมาคือ ด้านกิจกรรมการเรียนการสอน ($\bar{x}$ *= 4.28, S.D. = 0.93*) และน้อยที่สุด คือ ด้านครูสอน ($\bar{x}$ *= 4.09, S.D. = 1.12*)

2. วิธีการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด

2.1 ด้านสื่อการเรียนการสอน คือ ผู้บริหารควรวางโครงสร้างเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างเป็นระบบเพื่อสร้างปัญญาพละ ในการเข้าถึงความรู้ บริหารงบประมาณจัดซื้อจัดจ้างอย่างโปร่งใสตามหลัก อนวัชชพละ และส่งเสริมการแบ่งปันคลังสื่อดิจิทัลร่วมกันตามหลัก สังคหพละ เพื่อใช้เทคโนโลยีอย่างมี วิริยพละ และเกิดประโยชน์สูงสุด

2.2 ด้านกิจกรรมการเรียนการสอน คือ ผู้บริหารมุ่งสร้างนิเวศการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) เพื่อกระตุ้นวิริยพละ ในการแก้ปัญหาผ่านนวัตกรรม โดยผู้บริหารควรนิเทศการสอนเชิงกัลยาณมิตรตามหลัก สังคหพละ และกำกับดูแลกิจกรรมให้ถูกต้องตามศีลธรรมและระเบียบวินัยตามหลัก อนวัชชพละ

2.3 ด้านการวัดและประเมินผล คือ ผู้บริหารควรกำหนดนโยบายการประเมินเพื่อพัฒนา (Formative) ที่สะท้อนศักยภาพรายบุคคลด้วย ปัญญาพละ เน้นความโปร่งใสยุติธรรมตามหลัก อนวัชชพละ และให้ข้อมูลสะท้อนกลับด้วยความเมตตาตามหลัก สังคหพละ เพื่อสร้างแรงจูงใจและ วิริยพละ ในการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง

2.4 ด้านหลักสูตรและเนื้อหาการสอน ผู้บริหารควรใช้ ปัญญาพละ ในการพัฒนาหลักสูตรพุทธบูรณาการที่เชื่อมโยงทักษะสากล กลั่นกรองเนื้อหาให้ถูกต้องแม่นยำตามหลัก อนวัชชพละ และออกแบบหลักสูตรให้ยืดหยุ่นเพื่อส่งเสริม วิริยพละ ในการเรียนรู้ตลอดชีวิตควบคู่กับการเสียสละเพื่อส่วนรวมตามหลัก สังคหพละ

2.5 ด้านครูผู้สอน ผู้บริหารควรส่งเสริมการพัฒนาครูสู่มืออาชีพผ่านกระบวนการ PLC บนพื้นฐานความเกื้อกูลตามหลัก สังคหพละ โดยผู้บริหารต้องสนับสนุนให้ครูเป็นแบบอย่างที่มี ปัญญาพละ ดำรงตนตามจรรยาบรรณวิชาชีพอย่างบริสุทธิ์ตามหลัก อนวัชชพละ และมีความมุ่งมั่นพัฒนาตนเองด้วยวิริยพละ

3. แนวทางการเสริมสร้างวินัยสำหรับนักเรียนตามหลักพุทธธรรมของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาร้อยเอ็ด

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับผลการประเมินด้านความเหมาะสม ของการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด

รายการ	ความเหมาะสม		แปลผล
	$\bar{x}$	S.D.	
1. ด้านสื่อการเรียนการสอน	4.50	0.85	มากที่สุด
2. ด้านกิจกรรมการเรียนการสอน	4.30	0.82	มาก
3. ด้านการวัดและประเมินผล	4.50	0.70	มาก
4. ด้านหลักสูตรและเนื้อหา	4.60	0.69	มากที่สุด
5. ด้านครูผู้สอน	4.70	0.67	มากที่สุด
โดยรวม	4.52	0.75	มากที่สุด

จากตาราง 2 พบว่า ผลการประเมินด้านความเหมาะสม ของการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ *= 4.52, S.D. = 0.75*) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านสื่อการเรียนการสอน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ *= 4.50, S.D. = 0.85*) ด้านกิจกรรมการเรียนการสอน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ *= 4.30, S.D. = 0.82*) ด้านการวัดและประเมินผล อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ *= 4.50, S.D. = 0.70*) ด้านหลักสูตรและเนื้อหา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ *= 4.60, S.D. = 0.69*) ด้านครูผู้สอน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ *= 4.70, S.D. = 0.67*)

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับผลการประเมินด้านความเป็นไปได้ ของการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด

รายการ	ความเป็นไปได้		แปลผล
	$\bar{x}$	S.D.	
1. ด้านสื่อการเรียนการสอน	4.40	0.96	มาก
2. ด้านกิจกรรมการเรียนการสอน	4.40	0.96	มาก
3. ด้านการวัดและประเมินผล	4.30	0.82	มาก
4. ด้านหลักสูตรและเนื้อหา	4.80	0.63	มากที่สุด
5. ด้านครูผู้สอน	4.50	0.85	มาก
โดยรวม	4.48	0.84	มาก

จากตาราง 3 พบว่า ผลการประเมินด้านความเป็นไปได้ ของการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ *= 4.48 S.D. = 0.84)* และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านสื่อการเรียนการสอน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ *= 4.40 S.D. = 0.96*) ด้านกิจกรรมการเรียนการสอน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ *= 4.40 S.D. = 0.96*) ด้านการวัดและประเมินผล อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ *= 4.30 S.D. = 0.82)* ด้านหลักสูตรและเนื้อหา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ *= 4.80 S.D. = 0.63*) ด้านครูผู้สอน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ *= 4.50 S.D. = 0.85*)

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับผลการประเมินด้านความเป็นประโยชน์ ของการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด

รายการ	ความเป็นประโยชน์		แปลผล
	$\bar{x}$	S.D.	
1. ด้านสื่อการเรียนการสอน	4.20	0.91	มาก
2. ด้านกิจกรรมการเรียนการสอน	4.20	0.91	มาก
3. ด้านการวัดและประเมินผล	4.10	1.10	มาก
4. ด้านหลักสูตรและเนื้อหา	4.60	0.69	มากที่สุด
5. ด้านครูผู้สอน	4.60	0.84	มากที่สุด
โดยรวม	4.38	0.89	มาก

จากตาราง 4 พบว่า ผลการประเมินด้านความเป็นประโยชน์ ของการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = *4.38 S.D. = 0.89*) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านสื่อการเรียนการสอน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = *4.20 S.D. = 0.91*) ด้านกิจกรรมการเรียนการสอน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = *4.20 S.D. = 0.91*) ด้านการวัดและประเมินผล อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = *4.10 S.D. = 1.10*) ด้านหลักสูตรและเนื้อหา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = *4.60 S.D. = 0.69*) ด้านครูผู้สอน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = *4.60 S.D. = 0.84*)

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาสามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. การจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านสื่อการเรียนการสอน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ผู้บริหาร “ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยอธิบายเนื้อหา” และ “จัดหา/พัฒนาสื่อที่ตอบสนองศตวรรษที่ 21” แสดงให้เห็นถึงการมุ่งเน้นสร้างกำลังทางปัญญา ครูจึงมีเครื่องมือที่ทันสมัยในการถ่ายทอดหลักธรรมและวิชาการ ทำให้การจัดการเรียนรู้มีความชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับกับงานวิจัยของ ลัดดาวัลย์ สะอิ้งทอง (2564) พบว่า ครูมีความต้องการพัฒนาด้านการสร้างและพัฒนาสื่อ นวัตกรรม เทคโนโลยี และแหล่งเรียนรู้ ครูในปัจจุบันมองเห็นว่าสื่อและเทคโนโลยีคือ หัวใจสำคัญ ที่จะช่วยยกระดับการจัดการเรียนรู้ให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงในศตวรรษที่ 21

2. ผลการศึกษาวิธีการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด โดยการสัมภาษณ์ เพื่อนำมาวิเคราะห์การจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครู ดังนี้ 1) ด้านสื่อการเรียนการสอน 2) ด้านกิจกรรมการเรียนการสอน 3) ด้านการวัดประเมินผล 4) ด้านหลักสูตรและเนื้อหาการสอน 5) ด้านครูสอน

2.1 วิธีการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด ด้านสื่อการเรียนการสอน คือ ผู้บริหารสถานศึกษามีบทบาทสำคัญในการจัดหาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล เช่น ระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และห้องเรียนสื่อประสม เพื่อให้สื่อทำหน้าที่เป็นเครื่องมือขยายขอบเขตสติปัญญา ช่วยให้ศาสนทายาทเข้าถึงแหล่งข้อมูลธรรมะและวิชาการระดับสากลได้อย่างไร้ขีดจำกัด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อมรรัตน์ เตชะนอก และคณะ (2563) พบว่า การจัดการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีที่ผู้เรียนเข้าถึงได้ง่าย การมีระบบอินเทอร์เน็ตที่เสถียรและอุปกรณ์ที่พร้อมใช้งาน เปรียบเสมือนการสร้างทางเดินแห่ง ปัญญาพละ ให้ศาสนทายาทสามารถเข้าถึงคลังความรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา

2.2 วิธีการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด ด้านกิจกรรมการเรียนการสอน คือ ผู้บริหารสถานศึกษามีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนให้ครูเปลี่ยนวิธีการสอนแบบเดิม (Passive Learning) มาเป็นแบบรุก (Active Learning) โดยเน้นการคิดวิเคราะห์มากกว่าการท่องจำ ซึ่งสะท้อนถึงการใช้ ปัญญาพละ ในการมองเห็นความสำคัญของทักษะศตวรรษที่ 21 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลัดดาวัลย์ สะอิ้งทอง (2564) พบว่า ครูมีความต้องการพัฒนาทักษะด้านการออกแบบหน่วยการเรียนรู้และกลยุทธ์การจัดการชั้นเรียนในระดับมากสถานศึกษาต้องส่งเสริมให้ครูวิเคราะห์หลักสูตรเพื่อสร้างสมรรถนะผู้เรียน ซึ่งเป็นการใช้ปัญญาพละ ในการวางแผนกิจกรรมที่ตอบโจทย์ทักษะศตวรรษที่ 21 มากกว่าการท่องจำ

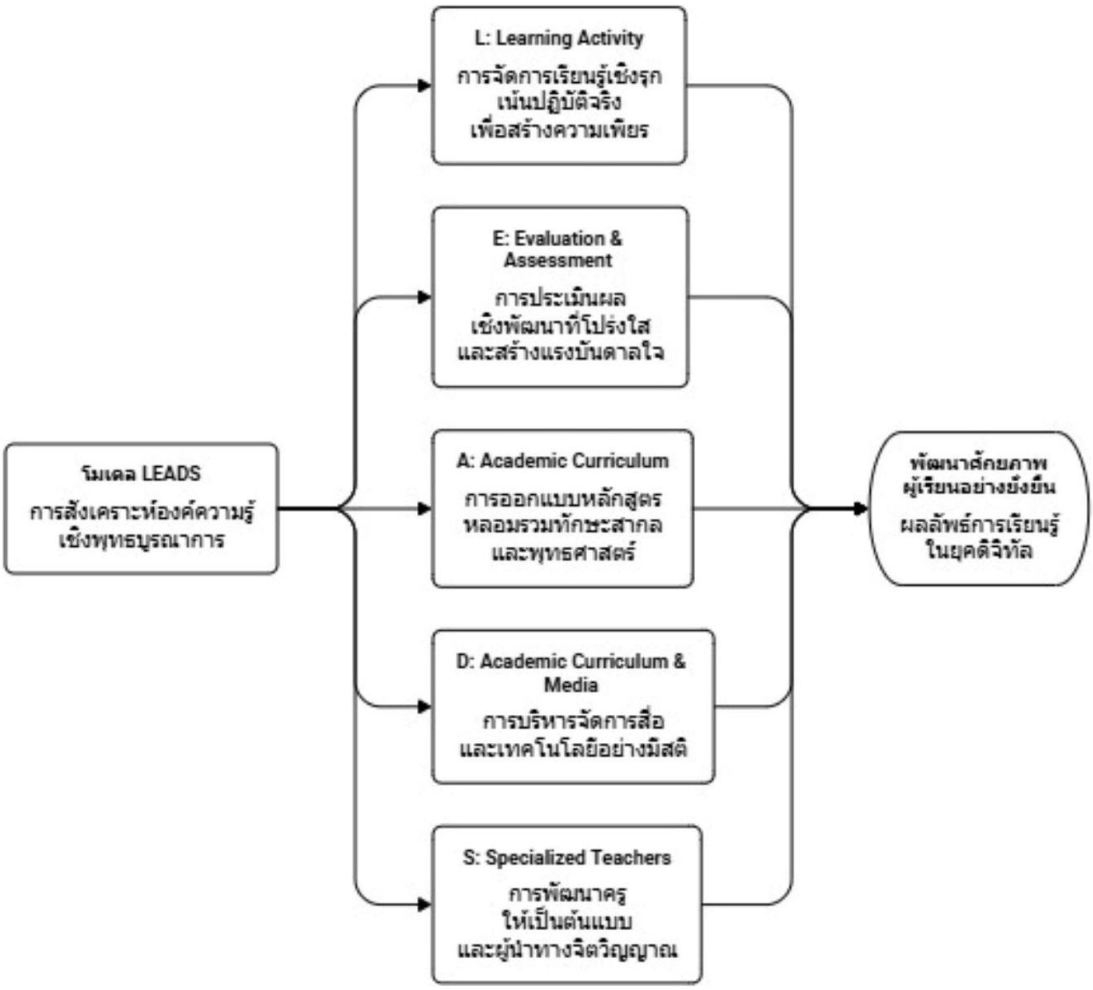
2.3 วิธีการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการวัดประเมินผล คือ ผู้บริหารสถานศึกษาควรสนับสนุนให้ครูใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (เช่น ระบบจัดเก็บคะแนนออนไลน์ หรือแอปพลิเคชันทดสอบ) เพื่อให้การประเมินผลมีความรวดเร็ว แม่นยำ และสามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนของผู้เรียนได้ทันที ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พระมหาสุทัศน์ อุตฺตโร (จันอากาศ) และคณะ (2566) พบว่า รูปแบบการจัดการเรียนรู้นักธรรมยุคใหม่จำเป็นต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารจัดการข้อมูลการเรียนการสอน การที่เทคโนโลยีช่วยให้วิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนได้ทันที สะท้อนถึงการใช้ ปัญญาพละ เพื่อการตัดสินใจเชิงนโยบายที่ถูกต้องและรวดเร็ว

2.4 วิธีการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด ด้านหลักสูตรและเนื้อหาการสอน คือ ผู้บริหารสถานศึกษาควรมี ปัญญาพละ คือความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในการนำหลักสูตรแกนกลางมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับบริบทของโรงเรียนพระปริยัติธรรม โดยเน้นเนื้อหาที่เหมาะสมกับระดับความสามารถของสามเณร ไม่ยากหรือหรือง่ายจนเกินไป และต้องบูรณาการความรู้ทางธรรมเข้ากับทักษะทางโลกได้อย่างลงตัว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ระพีพัฒน์ หาญโสภา และคณะ (2563) พบว่า หัวใจสำคัญของการพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 สำหรับโรงเรียนพระปริยัติธรรม คือการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่ยืดหยุ่นและสอดรับกับพื้นฐานของศาสนทายาท การที่เนื้อหา “ไม่ยากหรือไม่ง่ายจนเกินไป” จะช่วยกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยไม่ท้อถอย

2.5 วิธีการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ตามหลักพละ 4 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกธรรม คณะสงฆ์จังหวัดร้อยเอ็ด ด้านครูสอน คือ ผู้บริหารควรใช้ สังคหพละ (การสงเคราะห์) เพื่อสร้างความสุขในการทำงาน เมื่อครูพระและครูคฤหัสถ์รู้สึกได้รับการดูแลเอาใจใส่จากผู้บริหาร ย่อมเกิดพลังใจในการทุ่มเทเพื่อศิษย์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พระมหาสุทัศน์ อุตฺตโร (จันอากาศ) และคณะ (2566) พบว่า รูปแบบการจัดการเรียนรู้พระปริยัติธรรมที่มีประสิทธิภาพ ต้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการสำนักศาสนศึกษาที่ส่งเสริมบรรยากาศการทำงานและการอยู่ร่วมกันอย่างกัลยาณมิตร การที่ครูพระและครูคฤหัสถ์ได้รับการสนับสนุนด้านทรัพยากรและสภาพแวดล้อมที่ดี จะช่วยลดความตึงเครียดและเพิ่มพลังใจในการถ่ายทอดความรู้

องค์ความรู้ใหม่

โมเดล **LEADS** คือการสังเคราะห์องค์ความรู้เชิงพุทธบูรณาการที่ผสานหลักพละ 4 เข้ากับการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ได้อย่างเป็นระบบผ่าน 5 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ **L (Learning Activity)** คือการจัดการเรียนรู้เชิงรุกที่เน้นการปฏิบัติจริงเพื่อสร้างความเพียร **E (Evaluation & Assessment)** คือการประเมินผลเชิงพัฒนาที่มุ่งเน้นความโปร่งใสและสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้เรียน **A (Academic Curriculum)** คือการออกแบบหลักสูตรที่หลอมรวมทักษะสากลเข้ากับพุทธศาสตร์เพื่อสร้างปัญญาที่เท่าทันโลก **D (Academic Curriculum & Media)** คือการบริหารจัดการสื่อและเทคโนโลยีอย่างมีสติเพื่อให้เป็นเครื่องมือในการแบ่งปันความรู้ที่ปลอดภัย และ **S (Specialized Teachers)** คือการพัฒนาครูให้เป็นต้นแบบแห่งวิชาชีพและเป็นผู้นำทางจิตวิญญาณที่เปี่ยมด้วยเมตตา ซึ่งทั้งหมดนี้หลอมรวมกันเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้เรียนอย่างยั่งยืนในยุคดิจิทัล ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 องค์ความรู้จากการวิจัย LEADS MODEL
ที่มา: จากการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัย สามาถสรุปผลการวิจัยได้ว่า สภาพการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ของครูโดยรวมอยู่ในระดับมากในทุกด้าน สำหรับวิธีการจัดการเรียนรู้นั้นมีการบูรณาการสื่อดิจิทัลอย่างมีสติ เน้นหลักสูตรที่ยืดหยุ่น และการสร้างครูต้นแบบเพื่อพัฒนาผู้เรียนให้เท่าทันโลกควบคู่กับการรักษาอัตลักษณ์พุทธศาสนาอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ ผลการเสนอแนวทางการจัดการเรียนการสอนที่พัฒนาขึ้นได้รับการประเมินความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ในระดับมากที่สุด โดยด้านความเหมาะสมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 โรงเรียนพระปริยัติธรรม สังกัดสำนักเขตการศึกษาพระปริยัติธรรม แผนกธรรม เขต 10 ควรกำหนดให้การบูรณาการหลักพละ 4 เป็นมาตรฐานการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ของครูโรงเรียนพระปริยัติธรรมทุกแห่งในจังหวัดร้อยเอ็ด

1.2 โรงเรียนพระปริยัติธรรม สังกัดสำนักเขตการศึกษาพระปริยัติธรรม แผนกธรรม เขต 10 ควรสนับสนุนนโยบายการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการจัดการเรียนการสอนโดยยึด “หลักสติ” เป็นแกนกลาง เพื่อให้ผู้เรียนเท่าทันโลกยุคใหม่โดยไม่ละทิ้งอัตลักษณ์ทางพุทธศาสนา

1.3 โรงเรียนพระปริยัติธรรม สังกัดสำนักเขตการศึกษาพระปริยัติธรรม แผนกธรรม เขต 10 ควรจัดตั้งกลุ่มครูต้นแบบพละ 4 เพื่อแลกเปลี่ยนแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices) ในการนำหลักธรรมมาประยุกต์ใช้กับเทคนิคการสอนเชิงรุกที่ยืดหยุ่นและตอบโจทย์ผู้เรียน

1.4 โรงเรียนพระปริยัติธรรม สังกัดสำนักเขตการศึกษาพระปริยัติธรรม แผนกธรรม เขต 10 ควรให้อำนาจโรงเรียนพระปริยัติธรรมในการปรับหลักสูตรสถานศึกษาให้ยืดหยุ่น เพื่อให้ครูสามารถออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับพละ 4 และบริบทท้องถิ่นของจังหวัดร้อยเอ็ด

1.5 โรงเรียนพระปริยัติธรรม สังกัดสำนักเขตการศึกษาพระปริยัติธรรม แผนกธรรม เขต 10 ควรนำเกณฑ์ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ ตามที่ผู้วิจัยได้นำเสนอ มาใช้เป็นเครื่องมือติดตามและประเมินประสิทธิภาพการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ของครูอย่างต่อเนื่อง

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการวิจัยเชิงทดลองเพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหรือการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้เรียนก่อนและหลังการใช้แนวทางการจัดการเรียนการสอนตามหลักพละ 4 เพื่อยืนยันประสิทธิภาพของนวัตกรรมในเชิงประจักษ์

2.2 ควรทำการวิจัยเพื่อศึกษาความสามารถในการปรับใช้ (Transferability) ของแนวทางการจัดการเรียนการสอนนี้ในบริบทของโรงเรียนพระปริยัติธรรมในจังหวัดอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยความสำเร็จและข้อจำกัดที่แตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่

2.3 ควรมีการวิจัยและพัฒนาสื่อการสอนหรือแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ออกแบบมาเพื่อส่งเสริม “การใช้สื่อดิจิทัลอย่างมีสติ” ตามหลักพละ 4 โดยเฉพาะ เพื่อให้ครูมีเครื่องมือที่จับต้องได้และสอดคล้องกับอัตลักษณ์พุทธศาสนาในการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21

เอกสารอ้างอิง

กองพุทธศาสนศึกษา. (2568). *ประวัติการศึกษาพระปริยัติธรรม แผนกธรรม*. สืบค้นจาก https://deb.onab.go.th/th/content/page/index/id/6121.

เงาแข เดือดขุนทด. (2464). *รูปแบบการพัฒนาทักษะการจัดการเรียนรู้สำหรับครูในศตวรรษที่ 21 ของโรงเรียนฉะเชิงเทราปัญญานุกูล จังหวัดฉะเชิงเทรา* (รายงานการวิจัย). ฉะเชิงเทรา: โรงเรียนฉะเชิงเทราปัญญานุกูล จังหวัดฉะเชิงเทรา สำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.

ณัฐวัฒน์ ด้วงฉุน. (2565). *การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนผ่านชุมชนเรียนรู้วิชาชีพ โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อส่งเสริมความสามารถในด้านการสอน สำหรับนักศึกษาหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมในสถาบันอุดมศึกษา*. (ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร).

บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

พระมหาสุทัศน์ อุตฺตโร (จันอากาศ), วิทยา ทองดี, ปาณจิตร สุกุมาลย์ และ อังคณา ตุงคะสมิต. (2566). การศึกษารูปแบบการจัดการเรียนรู้พระปริยัติธรรมแผนกธรรม ของสำนักศาสนศึกษาในเขตอำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น. *วารสารสถาบันวิจัยพิมลธรรม, 10*(3), 23–38.

ระพีพัฒน์ หาญโสภา, พระมหาศุภชัย ศุภกิจโจ และ ประยุทธ ชูสอน. (2563). การพัฒนาทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 สำหรับโรงเรียนร่มโพธิ์ทองธรรมวิทย์. *วารสารมานุษยวิทยาเชิงพุทธ, 5*(11), 18–31.

ลัดดาวัลย์ จันลา, วีระกุล อรัณยะนาค และ สุวิทย์ ภาณุจารี. (2568). กลยุทธ์การบริหารโรงเรียน สู่ความเป็นเลิศทางการศึกษา. *วารสารนิสิตวัง, 27*(1), 131–141.

ลัดดาวัลย์ สะอิ้งทอง. (2564). *แนวทางการพัฒนาทักษะการจัดการเรียนรู้ของครูในศตวรรษที่ 21 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1*. (ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา).

วชิระ โมราชาติ. (2567). *การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนกลับด้านโดยใช้เทคโนโลยีเป็นฐาน เพื่อเสริมสร้างการรู้ดิจิทัล สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะครุศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏ*. (ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม).

สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ. (2566). *แนวทางการจัดทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21ที่เน้นสมรรถนะทางสาขาวิชาชีพ.* สืบค้นจาก https://ops.moe.go.th/wp-content/uploads/2023/05/1.-%E0%B9%81%E0%B8%99%E0%B8%A7%E0%B8%97%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%88%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%97%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%A9%E0%B8%B0%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%80%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%99%E0%B8%A3%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B8%A8%E0%B8%95%E0%B8%A7%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%A9%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88-21.pdf.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ. (2560). *แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.

_____. (2562). *เครื่องมือส่งเสริม การขับเคลื่อนประสิทธิภาพ การจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษา ระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สำหรับครู)*. กรุงเทพฯ: พริกหวานกราฟฟิค.

สิริกร ชาติดี และ สุทธิพงศ์ บุญผดุง. (2568). การพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21. *วารสารสันตยาภิวัฒน์ วัดหนองนกกด, 3*(5), 400-412.

สุวิมล ว่องวาณิช. (2558). *การวิจัยประเมินความต้องการจำเป็น*. (พิมพ์ครั้งที่ 3 ฉบับปรับปรุง). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อมรรัตน์ เตชะนอก, รัชนี จรุงศิริวัฒน์ และ พระฮอนด้า วาทสทฺโท. (2563). การจัดการศึกษาในศตวรรษที่ 21. *วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์, 7*(9), 1-14.

อารุณ สิทธิวงศ์. (2562). เคล็ดลับพุทธวิธีภาวะของผู้นำกับการบริหารงานในพระพุทธศาสนา. *วารสารสังคมศาสตร์วิชาการ, 12*(1), 65-71.

Good, C.V. (1973). *Dictionary of Education*. New York: McGraw-Hill

Hessong, R. F., & Weeks, T. H. (1987). *Introduction to Education*. New York: Macmillan

Oliva, P.F. (1992). *Developing the Curriculum*. (3rd edition). New York: Harper Collins.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3rd ed.). New York: Harper and Row.

JSSP: Journal of Social Science Panyapat, 2026. 8(2): 335-348.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSSP
Journal of Social Science Panyapat
https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSSP/index

Academic Article

Buy Now Pay Later (BNPL): Implications for Consumption Behavior and Household Financial Risk

Kobkan Panphong[1*] Pimonsiri Wattanasomwong[2] Chonlapin Pakpoom[2] Thiptaida Raktham[2] Suphicha Sapkhot[2] Phanlasa Channarong[2] and Peerawong Mumthong[2]

[1] *Department of Applied Economics, Faculty of Economics at Sriracha, Kasetsart University Sriracha Campus, Thailand*

[2] *Bachelor of Economics, Faculty of Economics at Sriracha, Kasetsart University Sriracha Campus, Thailand*

[*] *Corresponding author. E-mail: kobkan.pa@ku.th*

ABSTRACT

This academic article aims to present the effects of Buy Now Pay Later (BNPL) services on changes in consumption behavior and household financial risk in the context of the digital economy. It explains the characteristics of BNPL as a financial innovation that increases convenience and flexibility in payment, particularly for consumers with limited access to traditional credit. The article also applies the concepts of intertemporal consumption, the budget line, and indifference curves to explain that BNPL relaxes current liquidity constraints, enabling consumers to increase present consumption in exchange for future repayment obligations and a reduction in future consumption capacity. Although BNPL services can expand opportunities for access to liquidity and support economic activities, they may also create risks related to excessive spending, debt accumulation, liquidity risk arising from installment obligations that exceed cash flow or income in each period, and household financial vulnerability. In addition, this article highlights the problem of information asymmetry among consumers, service providers, and financial institutions, which may lead to adverse selection and moral hazard. Therefore, the development of BNPL services should proceed alongside appropriate regulation, transparent information disclosure, and the promotion of financial literacy, so that such services can generate benefits for both consumers and the economy.

Keywords: Buy Now Pay Later, Consumption Behavior, Household Financial Risk

Received: 28 April 2026;
Revised: 29 May 2026;
Accepted: 27 June 2026

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat
ISSN: 3027-6748 (Online)

ซื้อก่อนจ่ายทีหลัง: การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคและความเสี่ยงทางการเงินของครัวเรือน

กอบกาญจน์ ปั้นพงษ์[1*] พิมลสิริ วัฒนสมวงศ์[2] ชลพินทุ์ ภาคภูมิ[2] ทิพย์ทัยฎา รักธรรม[2] สุพิชฌาย์ ทรัพย์คต[2] พรรณลษา ชาญณรงค์[2] และ ภีรวงศ์ มุมทอง[2]

[1] *ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ คณะเศรษฐศาสตร์ ศรีราชา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา ประเทศไทย*

[2] *หลักสูตรเศรษฐศาสตรบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ ศรีราชา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา ประเทศไทย*

* *Corresponding author. E-mail: kobkan.pa@ku.th*

บทคัดย่อ

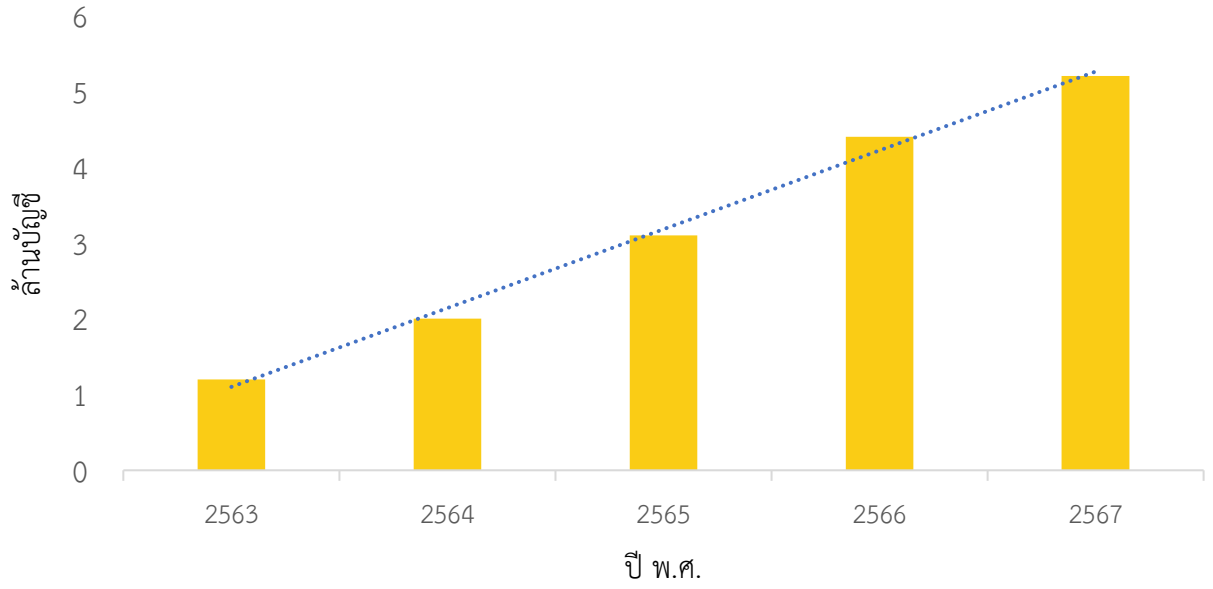
บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอผลของบริการซื้อก่อนจ่ายทีหลัง (Buy Now Pay Later: BNPL) ต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคและความเสี่ยงทางการเงินของครัวเรือนในบริบทเศรษฐกิจดิจิทัล โดยอธิบายลักษณะของบริการซื้อก่อนจ่ายทีหลัง ในฐานะนวัตกรรมทางการเงินที่ช่วยเพิ่มความสะดวกและความยืดหยุ่นในการชำระเงิน โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคที่เข้าถึงสินเชื่อแบบดั้งเดิมได้จำกัด รวมทั้งประยุกต์ใช้แนวคิดการบริโภคข้ามช่วงเวลา เส้นงบประมาณ และเส้นอรรถประโยชน์ เพื่ออธิบายว่าการซื้อก่อนจ่ายทีหลังช่วยผ่อนคลายข้อจำกัดด้านสภาพคล่องในปัจจุบัน ทำให้ผู้บริโภคสามารถเพิ่มการบริโภคในช่วงเวลาปัจจุบันได้ โดยแลกกับภาระการชำระคืนและการลดความสามารถในการบริโภคในอนาคต ทั้งนี้ แม้บริการซื้อก่อนจ่ายทีหลังจะช่วยขยายโอกาสในการเข้าถึงสภาพคล่องและสนับสนุนกิจกรรมทางเศรษฐกิจ แต่ก็อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงจากการใช้จ่ายเกินตัว การสะสมภาระหนี้ ความเสี่ยงด้านสภาพคล่องจากภาระผ่อนชำระที่สูงเกินกว่ากระแสเงินสดหรือรายได้ในแต่ละช่วงเวลา และความเปราะบางทางการเงินของครัวเรือน นอกจากนี้ บทความยังชี้ให้เห็นปัญหาความไม่สมมาตรของข้อมูลระหว่างผู้บริโภค ผู้ให้บริการ และสถาบันการเงิน ซึ่งอาจนำไปสู่ปัญหาการเลือกที่ไม่เป็นธรรมและความเสี่ยงทางศีลธรรม ดังนั้น การพัฒนาบริการซื้อก่อนจ่ายทีหลังจึงควรดำเนินควบคู่กับการกำกับดูแลที่เหมาะสม การเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส และการส่งเสริมความรู้ทางการเงิน เพื่อให้บริการดังกล่าวเกิดประโยชน์ต่อผู้บริโภคและเศรษฐกิจ

คำสำคัญ: ซื้อก่อนจ่ายทีหลัง, พฤติกรรมการบริโภค, ความเสี่ยงทางการเงินของครัวเรือน

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat

บทนำ

ในช่วงปี พ.ศ. 2563-2567 การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เป็นปัจจัยสำคัญที่เร่งให้พฤติกรรมการบริโภคของประชาชนเปลี่ยนแปลงไปอย่างชัดเจน โดยผู้บริโภคหันมาใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในการซื้อสินค้าและบริการมากขึ้น สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านรายได้ ราคา และความสะดวกในการชำระเงิน ดังนั้น เมื่อระบบการชำระเงินมีความยืดหยุ่นมากขึ้น เช่น บริการซื้อก่อนจ่ายทีหลัง หรือ Buy Now Pay Later (BNPL) ที่เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าและบริการได้ทันทีโดยยังไม่ต้องชำระเงินเต็มจำนวนในขณะซื้อ แต่สามารถแบ่งชำระเป็นงวดในภายหลัง จึงส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการได้ง่ายขึ้น อีกทั้งยังทำให้บริการดังกล่าวได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วในประเทศไทย โดยเฉพาะภายใต้บริบทของเศรษฐกิจดิจิทัลและการขยายตัวของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ (บริษัท เอสบีซีเอส จำกัด, 2569) แนวโน้มดังกล่าวสะท้อนให้เห็นจากจำนวนผู้ใช้บริการ BNPL ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ. 2563-2567 โดยจำนวนบัญชีผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นจาก 1.2 ล้านบัญชีในปี พ.ศ. 2563 เป็น 5.2 ล้านบัญชีในปี พ.ศ. 2567 หรือเพิ่มขึ้นมากกว่า 4 เท่าภายในระยะเวลา 5 ปี ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 จำนวนผู้ใช้บริการซื้อก่อนจ่ายทีหลัง (Buy Now Pay Later: BNPL)
ที่มา: ณัฐชิต บุรันทวีคูณ (2568); ธนาคารแห่งประเทศไทย (2568)

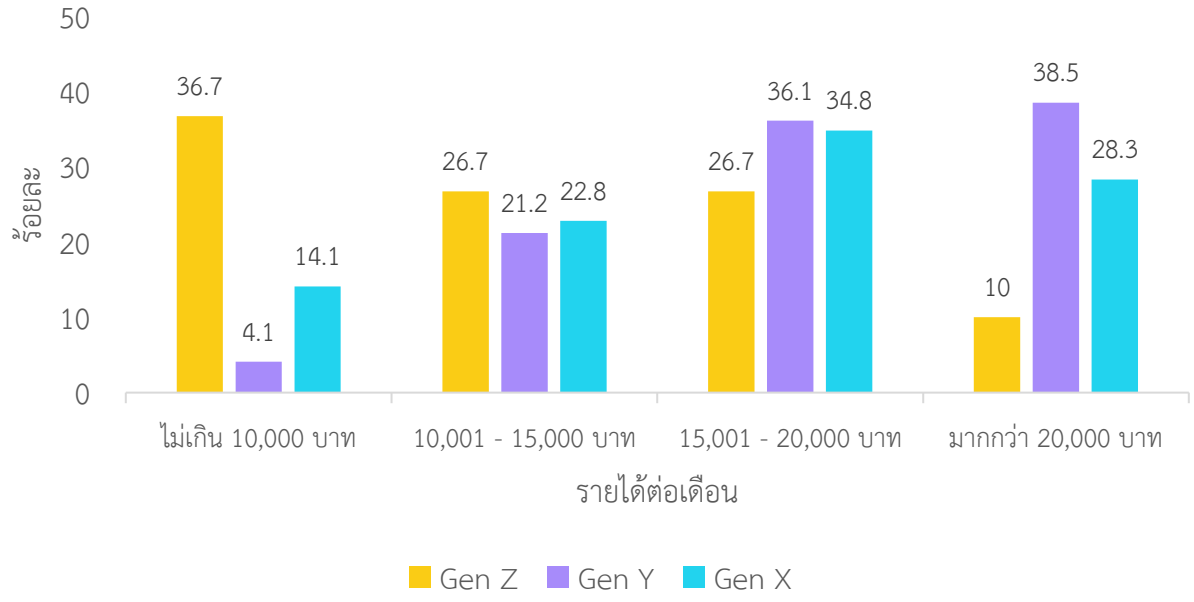
การเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ใช้บริการ BNPL สะท้อนให้เห็นถึงการเติบโตอย่างรวดเร็วของบริการทางการเงินดิจิทัลที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ โดยเฉพาะผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความสะดวก ความรวดเร็ว และความยืดหยุ่นในการชำระเงิน บริการ BNPL จึงกลายเป็นทางเลือกหนึ่งที่ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้ง่ายขึ้น สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจดิจิทัลและการขยายตัวของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ ซึ่งเอื้อให้การซื้อขายสินค้าและบริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันมากขึ้น (ณัฐชิต บุรันทวีคูณ, 2568) นอกจากนี้ การเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของผู้ใช้บริการยังบ่งชี้ว่าบริการ BNPL มีแนวโน้มขยายบทบาทในระบบเศรษฐกิจไทยต่อไปในอนาคต โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการเข้าถึงสินเชื่อระยะสั้น หรือกลุ่มที่อาจยังไม่สามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์สินเชื่อแบบดั้งเดิมได้อย่างเต็มที่ เช่น บัตรเครดิตหรือสินเชื่อส่วนบุคคล อย่างไรก็ตาม แม้บริการ BNPL จะช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงสภาพคล่องและสนับสนุนการบริโภคในระยะสั้น แต่การใช้งานที่สะดวกและเข้าถึงง่ายอาจทำให้ผู้บริโภคบางส่วนประเมินภาระทางการเงินของตนต่ำกว่าความเป็นจริง ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้จ่ายเกินตัว การสะสมภาระผ่อนชำระจากหลายแพลตฟอร์ม และอาจนำไปสู่ปัญหาหนี้สินในระยะยาวได้

งานศึกษาเกี่ยวกับ BNPL ที่ผ่านมาส่วนใหญ่มักให้ความสำคัญกับการอธิบายการเติบโตของบริการ การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน พฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล หรือบทบาทของบริการ BNPL ในฐานะเครื่องมือที่ช่วยเพิ่มความสะดวกในการชำระเงินและขยายโอกาสในการเข้าถึงสินค้าและบริการของผู้บริโภค ขณะที่การวิเคราะห์ในเชิงเศรษฐศาสตร์เกี่ยวกับผลกระทบของบริการ BNPL ต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภค ภาระผูกพันทางการเงินข้ามเวลา และความเสี่ยงทางการเงินของครัวเรือนยังมีอยู่อย่างจำกัด ดังนั้น การเติบโตของบริการ BNPL จึงควรพิจารณาทั้งในมิติของโอกาสและความเสี่ยง กล่าวคือ ในด้านหนึ่งการขยายตัวของบริการ BNPL ช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นทางการเงินและสนับสนุนกิจกรรมทางเศรษฐกิจในระบบดิจิทัล (Kumar et al., 2024) แต่อีกด้านหนึ่ง ยังนำไปสู่ประเด็นที่ควรพิจารณาในเชิงความเสี่ยงทางการเงินด้วย เนื่องจากการซื้อสินค้าและบริการโดย ไม่ต้องชำระเงินเต็มจำนวนในทันที อาจทำให้ผู้บริโภคบางส่วนรับรู้ภาระค่าใช้จ่ายต่ำกว่าความเป็นจริง และตัดสินใจบริโภคได้ง่ายขึ้นกว่าการชำระเงินสดหรือการชำระเต็มจำนวนในครั้งเดียว (Donou-Adonsou & Leslie-Piper, 2025; Hayashi & Routh, 2025) ในบริบทดังกล่าวบริการ BNPL จึงเป็นเครื่องมือทางการเงินที่มีทั้งด้านที่ช่วยสนับสนุนกิจกรรมทางเศรษฐกิจในระบบดิจิทัล และด้านที่อาจเพิ่มความเปราะบางทางการเงินของผู้บริโภค หากขาดความเข้าใจเกี่ยวกับเงื่อนไขการใช้บริการ ต้นทุนที่แท้จริง ภาระการผ่อน

ชำระ และผลกระทบจากการผิดนัดชำระหนี้ ประเด็นเหล่านี้จึงควรได้รับการพิจารณาอย่างรอบด้าน ทั้งในมิติของพฤติกรรมผู้บริโภค การเข้าถึงสินเชื่อระยะสั้น ความสามารถในการชำระคืน และความเหมาะสมของกลไกกำกับดูแลบริการทางการเงินดิจิทัล

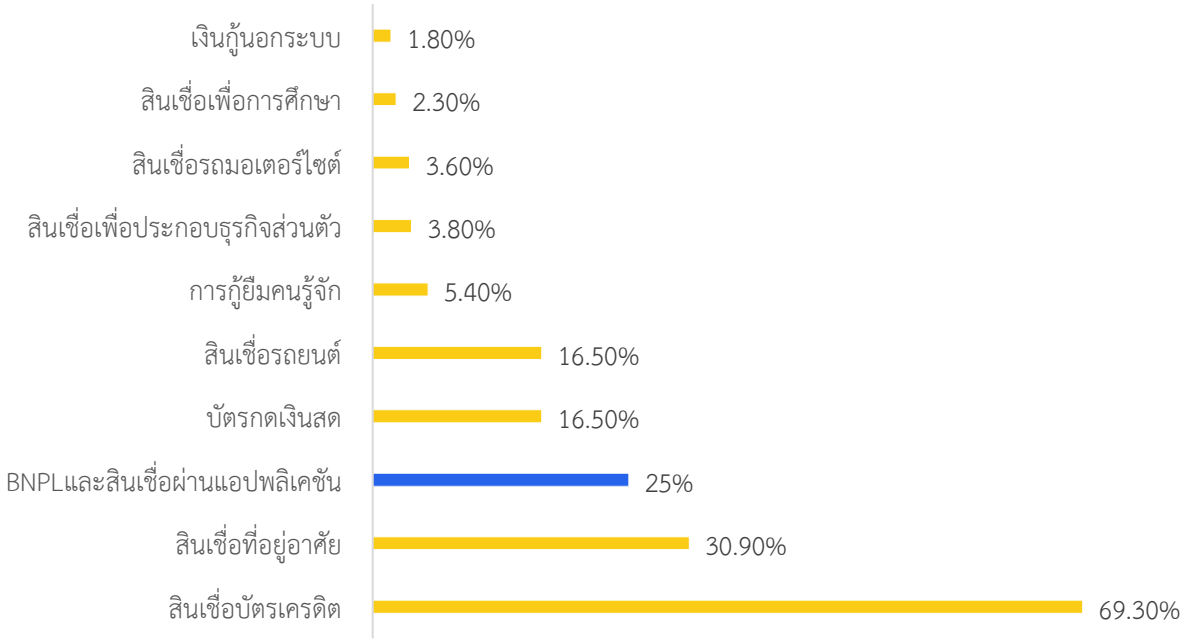
ความแตกต่างของบัตรเครดิตและบริการซื้อก่อนจ่ายทีหลัง

บริการซื้อก่อนจ่ายทีหลัง (Buy Now Pay Later: BNPL) และบัตรเครดิตเป็นเครื่องมือทางการเงินที่มีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมการบริโภคในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะในช่วงหลัง COVID-19 ที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสภาพคล่องและความยืดหยุ่นในการใช้จ่ายมากขึ้น จากรายงาน SCB EIC Consumer Survey (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์, 2568) ระบุว่าบริการ BNPL เติบโตอย่างรวดเร็ว และกลายเป็นหนึ่งในทางเลือกของการชำระเงินที่ได้รับความนิยม โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ต้องการซื้อสินค้าออนไลน์ ซึ่งบริการ BNPL เป็นสินเชื่อระยะสั้น โดยเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าก่อนและทยอยแบ่งชำระเงินเป็นงวดในภายหลัง จุดเด่นของบริการ BNPL คือ มีขั้นตอนการสมัครที่ง่าย สะดวกรวดเร็ว มีการตรวจสอบประวัติทางการเงินน้อยกว่าบัตรเครดิต ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูล ที่พบว่าผู้ใช้บริการ BNPL ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่ยังไม่มีบัตรเครดิต หรือเข้าถึงบัตรเครดิตได้ยาก เช่น กลุ่ม Gen Y ที่พึ่งเข้าสู่ตลาดแรงงาน และกลุ่ม Gen Z ดังภาพที่ 2 ที่แสดงให้เห็นถึงสัดส่วนการใช้บริการ BNPL ของแต่ละช่วงวัย จำแนกตามระดับรายได้ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566)



ภาพที่ 2 สัดส่วนการใช้บริการซื้อก่อนจ่ายทีหลัง (Buy Now Pay Later: BNPL) ของแต่ละช่วงวัย จำแนกตามระดับรายได้
ที่มา: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2566)

จากข้อมูลเชิงสถิติพบว่า ผู้บริโภคที่มีภาระหนี้จากการใช้บริการ BNPL และสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชันมีสัดส่วนอยู่ในลำดับที่ 3 เมื่อเปรียบเทียบกับสินเชื่อประเภทอื่น รองจากสินเชื่อบัตรเครดิตและสินเชื่อที่อยู่อาศัย โดยมีสัดส่วนภาระหนี้อยู่ที่ร้อยละ 25 ของประเภทสินเชื่อทั้งหมด ข้อมูลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าบริการ BNPL ไม่ได้เป็นเพียงทางเลือกในการชำระเงินเท่านั้น แต่ยังมีลักษณะเป็นภาระหนี้ทางการเงินที่มีนัยสำคัญต่อครัวเรือน ประกอบกับผู้ใช้บริการบางส่วนมีพฤติกรรมชำระหนี้ล่าช้ากว่ากำหนด ซึ่งอาจเกิดจากการประเมินความสามารถในการชำระคืนของตนเองต่ำกว่าภาระที่เกิดขึ้นจริง เนื่องจากบริการ BNPL เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าได้ทันทีและเลื่อนการชำระเงินออกไปในอนาคต ทำให้ผู้บริโภคอาจไม่ตระหนักถึงภาระหนี้ในขณะตัดสินใจซื้อ ความเสี่ยงดังกล่าวจึงอาจนำไปสู่การใช้จ่ายเกินตัวและการสะสมภาระหนี้ในอนาคตได้ (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์, 2568)



ภาพที่ 3 สัดส่วนผู้มีภาระหนี้จากบริการซื้อก่อนจ่ายทีหลัง (Buy Now Pay Later: BNPL) เทียบกับสินเชื่อประเภทอื่น
ที่มา: ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ (2568)

ลักษณะการตัดสินใจบริโภคภายใต้บริการ BNPL ดังกล่าวสามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ผ่านแนวคิดอคติต่อปัจจุบัน (Present Bias) ซึ่งอธิบายว่าผู้บริโภคมักให้ความสำคัญกับความพึงพอใจในปัจจุบันมากกว่าสภาพคล่องทางการเงินหรือภาระผูกพันที่จะเกิดขึ้นในอนาคต (O'donoghue & Rabin, 1999) ส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้นเมื่อมีทางเลือกในการผ่อนชำระ แม้ในบางกรณีอาจยังไม่มีความพร้อมทางการเงินอย่างแท้จริง นอกจากนี้ การแบ่งชำระเป็นงวดขนาดเล็กยังทำให้ผู้บริโภครับรู้ภาระค่าใช้จ่ายในลักษณะที่กระจายออกไป แทนที่จะรับรู้เป็นภาระเงินก้อนใหญ่ในครั้งเดียว (Hayashi & Routh, 2025) ส่งผลให้ผู้บริโภครู้สึกว่าสามารถเข้าถึงสินค้าได้ง่ายขึ้น และมีแนวโน้มใช้จ่ายเพิ่มขึ้นโดยไม่รู้ตัว ทั้งนี้ พฤติกรรมดังกล่าวไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะในกรณีของบริการ BNPL เท่านั้น แต่ยังอาจพบได้ในกรณีของบัตรเครดิตเช่นกัน เนื่องจากบัตรเครดิตเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคสามารถใช้จ่ายในปัจจุบันและเลื่อนการชำระเงินออกไปในรอบบัญชีถัดไปได้ อย่างไรก็ตาม ความแตกต่างสำคัญอยู่ที่บัตรเครดิตมีลักษณะเป็นสินเชื่อหมุนเวียนที่มีวงเงินชัดเจน มีรอบการชำระหนี้ที่กำหนดไว้ และมักอยู่ภายใต้กระบวนการประเมินความสามารถในการชำระหนี้ รวมถึงมีการรายงานข้อมูลเข้าสู่ระบบเครดิตอย่างเป็นระบบมากกว่าบริการ BNPL

สำหรับผู้บริโภคที่มีรายได้มั่นคง บัตรเครดิตยังคงเป็นเครื่องมือทางการเงินที่มีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวัน ทั้งในด้านการชำระค่าสินค้าและบริการ การบริหารสภาพคล่องระยะสั้น และการสร้างประวัติเครดิต เนื่องจากข้อมูลการใช้จ่ายและการชำระหนี้ของผู้ถือบัตรจะถูกรายงานเข้าสู่ระบบเครดิตโดยตรง หากผู้ใช้มีวินัยทางการเงินและชำระยอดค้างชำระอย่างสม่ำเสมอ ย่อมช่วยเสริมความน่าเชื่อถือทางการเงินในระยะยาวได้ แตกต่างจากบริการ BNPL ซึ่งในหลายกรณียังไม่ได้มีการรายงานข้อมูลเครดิตอย่างครบถ้วน จึงอาจไม่สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างประวัติเครดิตได้อย่างมีประสิทธิภาพเท่ากับบัตรเครดิต (นฤชยา สาตแฟง, 2568)

จากลักษณะดังกล่าว จะเห็นได้ว่าบัตรเครดิตและบริการ BNPL แม้จะมีบทบาทร่วมกันในฐานะเครื่องมือที่ช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นในการชำระเงิน แต่มีความแตกต่างกันในด้านเงื่อนไขการเข้าถึงสินเชื่อ กลุ่มผู้ใช้บริการ กระบวนการพิจารณาวงเงิน ค่าธรรมเนียม กลไกการกำกับดูแล และรูปแบบการใช้งานทั้งในช่องทางหน้าร้านและช่องทางออนไลน์ รายละเอียดการเปรียบเทียบระหว่างเครื่องมือทางการเงินทั้งสองประเภทแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความแตกต่างระหว่างบัตรเครดิต (Credit Card) และบริการซื้อก่อนจ่ายทีหลัง (Buy Now Pay Later: BNPL)

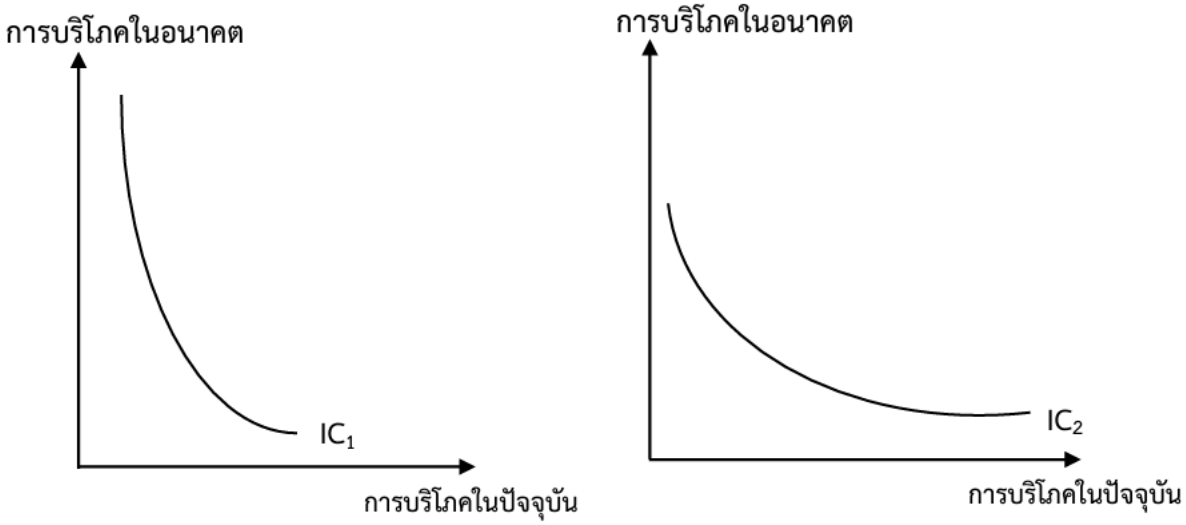
ประเด็น	บัตรเครดิต (Credit Card)	บริการซื้อก่อนจ่ายทีหลัง (Buy Now Pay Later: BNPL)
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ผู้ผู้มีรายได้ประจำ โดยทั่วไปต้องมีรายได้ตั้งแต่ 15,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป	ผู้มีรายได้น้อย รายได้ไม่แน่นอน หรือผู้ที่ยังเข้าถึงบัตรเครดิตได้จำกัด
คุณสมบัติผู้สมัคร	มีการกำหนดรายได้ขั้นต่ำ และตรวจสอบประวัติเครดิตบูโร	โดยทั่วไปไม่กำหนดรายได้ขั้นต่ำ หรือมีการตรวจสอบประวัติเครดิตน้อยกว่าบัตรเครดิต
เอกสารประกอบการสมัคร	บัตรประชาชน สลิปเงินเดือน และรายการเดินบัญชีย้อนหลังของธนาคาร	บัตรประชาชน เบอร์โทรศัพท์ บัญชีธนาคาร บัตรเดบิต หรือบัตรเครดิต แล้วแต่เงื่อนไขของผู้ให้บริการ
ค่าธรรมเนียม	อาจมีค่าธรรมเนียมรายปี แต่สามารถขอยกเว้นได้หากเป็นไปตามเงื่อนไขของผู้ออกบัตร	โดยทั่วไปไม่มีค่าธรรมเนียมรายปี หรืออาจมีค่าธรรมเนียมบางรายการขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ
ขั้นตอนการสมัครและระยะเวลาอนุมัติ	มีกระบวนการพิจารณาคุณสมบัติและอนุมัติวงเงิน โดยใช้เวลาประมาณ 1-15 วัน	สมัครง่าย อนุมัติรวดเร็ว และสามารถใช้วงเงินได้ภายในระยะเวลาอันสั้น โดยทั่วไปน้อยกว่า 1 วัน
วงเงิน	ขึ้นอยู่กับรายได้และประวัติเครดิต โดยโดยทั่วไปวงเงินสูงสุดไม่เกิน 5 เท่าของรายได้ต่อเดือน	ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของผู้ให้บริการ และในบางกรณีหากผูกการชำระเงินกับบัตรเครดิต อาจได้รับวงเงินสูงกว่า
การชำระเงินหน้าร้าน	สามารถใช้ชำระเงินได้ในร้านค้าที่รับบัตรเครดิต	สามารถใช้ได้เฉพาะร้านค้าที่เข้าร่วมกับผู้ให้บริการ BNPL
การชำระเงินออนไลน์	สามารถใช้ชำระค่าสินค้าและบริการออนไลน์ได้อย่างแพร่หลาย	สามารถใช้ได้กับแพลตฟอร์มหรือร้านค้าออนไลน์ที่เข้าร่วมกับผู้ให้บริการ BNPL

ที่มา: ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ (2566)

การเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคข้ามช่วงเวลาภายใต้บริการซื้อก่อนจ่ายทีหลัง

แม้ว่าผู้บริโภคในปัจจุบันจะมีทางเลือกในการบริโภคที่หลากหลายมากขึ้นจากความก้าวหน้าของระบบการเงินและเทคโนโลยี อย่างไรก็ตาม การตัดสินใจบริโภคยังคงถูกกำหนดโดยข้อจำกัดด้านงบประมาณและสภาพคล่องทางการเงินเป็นสำคัญ ภายใต้บริบทดังกล่าว บริการ BNPL จึงเข้ามามีบทบาทในฐานะกลไกทางการเงินที่ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงการบริโภคในช่วงเวลาปัจจุบันได้สะดวกยิ่งขึ้น โดยไม่จำเป็นต้องชำระเงินเต็มจำนวนในทันที ลักษณะดังกล่าวสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่ม Generation Y และ Generation Z ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีดิจิทัล การซื้อสินค้าออนไลน์ และการใช้บริการทางการเงินผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล (Statista, 2025; Omni Calculator, 2026) อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับความสะดวก ความรวดเร็ว และความยืดหยุ่นในการชำระเงิน การศึกษานี้จึงประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดการบริโภคข้ามช่วงเวลา (Intertemporal Consumption Theory) ร่วมกับเส้นงบประมาณ (Budget Line) และเส้นอรรถประโยชน์ (Indifference Curve: IC) เพื่ออธิบายการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่ม Generation Y และ Generation Z ซึ่งถือเป็นกลุ่มผู้ใช้งานหลักของบริการ BNPL ภายใต้การเข้าถึงเครื่องมือทางการเงินที่ช่วยผ่อนคลายข้อจำกัดด้านงบประมาณในปัจจุบัน และเลื่อนภาระการชำระเงินไปยังอนาคต

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคดังกล่าวสามารถอธิบายได้ผ่านแนวคิดเส้นอรรถประโยชน์ ซึ่งแสดงชุดของการบริโภคในช่วงเวลาปัจจุบันและช่วงเวลาอนาคต ที่ให้ระดับความพึงพอใจเท่ากันแก่ผู้บริโภค เส้น IC มีความชันเป็นลบและมีลักษณะโค้งนูนเข้าหาจุดกำเนิด สะท้อนการแลกเปลี่ยนการบริโภคระหว่างช่วงเวลา (Nicholson & Snyder, 2012) ในบริบทของบริการ BNPL เส้นอรรถประโยชน์ช่วยอธิบายว่าการเพิ่มการบริโภคในช่วงเวลาปัจจุบันเกิดจากการปรับตำแหน่งการบริโภคภายใต้ข้อจำกัดทางการเงินเดิม มากกว่าการเปลี่ยนแปลงรสนิยมหรือการเพิ่มขึ้นของรายได้รวมตลอดช่วงชีวิต



ภาพที่ 4 ลักษณะเส้นอรรถประโยชน์ภายใต้การเลือกบริโภคระหว่างช่วงเวลา เปรียบเทียบกรณีผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการบริโภคในปัจจุบันและอนาคตแตกต่างกัน

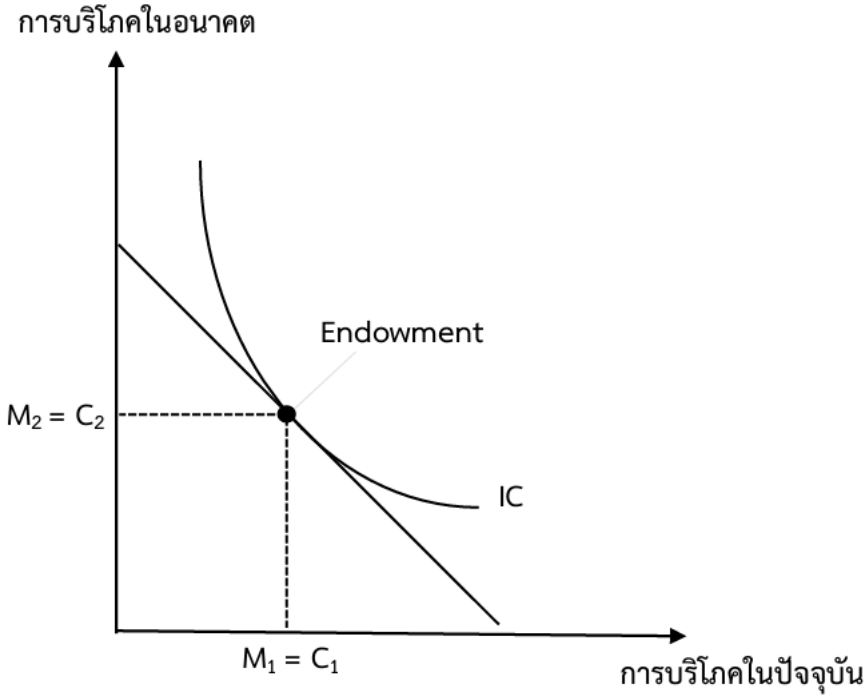
จากภาพที่ 4 เส้นอรรถประโยชน์ IC_1 สะท้อนพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับการบริโภคในช่วงเวลาปัจจุบันมากกว่าช่วงเวลาอนาคต โดยเส้นอรรถประโยชน์มีลักษณะค่อนข้างชัน แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยอมลดการบริโภคในอนาคตลงในสัดส่วนที่ค่อนข้างมาก เพื่อแลกกับการเพิ่มการบริโภคในปัจจุบันเพียงเล็กน้อย ลักษณะดังกล่าวสะท้อนถึงระดับความไม่อดทนต่อการรอคอย และสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าผู้บริโภคที่เผชิญข้อจำกัดด้านสภาพคล่องมักมีแนวโน้มบริโภคตามรายได้ปัจจุบันมากขึ้น (Attanasio, 1995) กล่าวคือ ผู้บริโภคไม่สามารถกระจายการบริโภคระหว่างช่วงเวลาได้อย่างราบรื่น เมื่อรายได้ในปัจจุบันมีจำกัดและผู้บริโภคไม่สามารถเข้าถึงเงินทุนหรือแหล่งกู้ยืมได้อย่างเพียงพอ ส่งผลให้การตัดสินใจบริโภคต้องพึ่งพารายได้ หรือเงินสดที่มีอยู่ในช่วงเวลาปัจจุบันเป็นหลัก ผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าวจึงมักให้ความสำคัญกับความสามารถในการใช้จ่ายในปัจจุบัน และมีแนวโน้มตอบสนองต่อบริการทางการเงินที่ช่วยผ่อนคลายข้อจำกัดดังกล่าว หรือ บริการ BNPL ซึ่งเอื้อให้ผู้บริโภคสามารถนำรายได้ในอนาคตมาใช้เพื่อการบริโภคในปัจจุบันได้ง่ายขึ้น

ในทางตรงกันข้าม เส้นอรรถประโยชน์ IC_2 สะท้อนพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับการบริโภคในอนาคตมากกว่าการบริโภคในปัจจุบัน โดยเส้นอรรถประโยชน์มีลักษณะค่อนข้างลาดแบน แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยอมลดการบริโภคในปัจจุบันลงในสัดส่วนที่มาก เพื่อแลกกับการเพิ่มการบริโภคในอนาคตเพียงเล็กน้อย ซึ่งสะท้อนถึงระดับความอดทนต่อการรอคอยที่สูงกว่า

เมื่อพิจารณาบริการ BNPL ภายใต้กรอบเส้นอรรถประโยชน์ จะเห็นได้ว่าบริการ BNPL มีความสอดคล้องกับลักษณะของเส้น IC_1 กล่าวคือ การเข้าถึงบริการ BNPL ไม่ได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรสนิยมหรือระดับอรรถประโยชน์ของผู้บริโภค หากแต่เป็นกลไกที่เอื้อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกจุดบริโภคที่แตกต่างออกไปบนเส้นอรรถประโยชน์เดิมได้ โดยเพิ่มการบริโภคในช่วงเวลาปัจจุบันและแลกกับการลดการบริโภคในช่วงเวลาอนาคต การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจึงสะท้อนการปรับการจัดสรรการบริโภคภายใต้ข้อจำกัดด้านสภาพคล่องที่ผ่อนคลายลง มากกว่าการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของความต้องการบริโภค

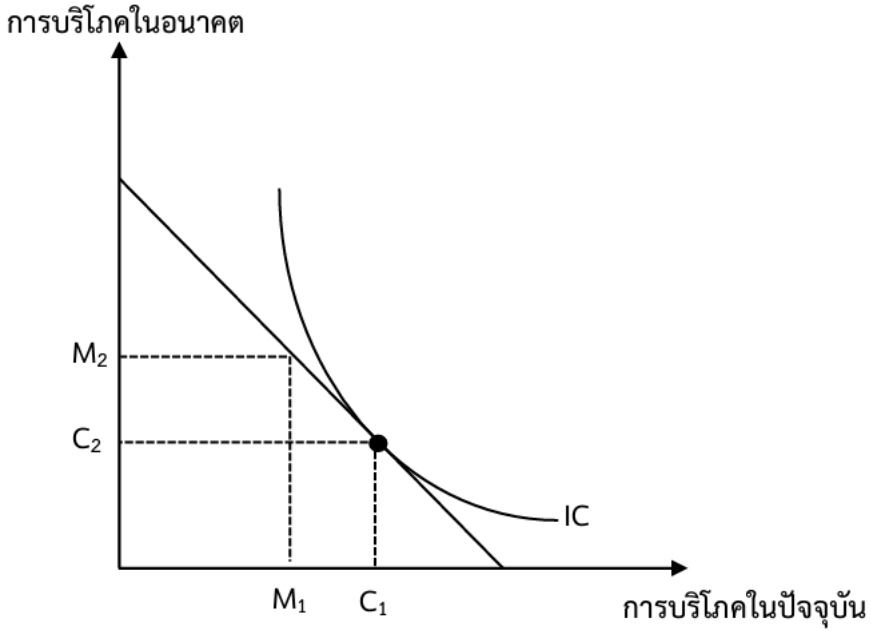
จากกรอบแนวคิดการบริโภคข้ามช่วงเวลา ผู้บริโภคต้องตัดสินใจจัดสรรการบริโภคระหว่างช่วงเวลาปัจจุบันและช่วงเวลาอนาคต โดยมีรายได้รวมตลอดช่วงชีวิตเป็นข้อจำกัดสำคัญ ผู้บริโภคสามารถเลือกบริโภคในปัจจุบันมากกว่ารายได้ที่มีอยู่ผ่านการกู้ยืม และยอมรับภาระการชำระคืนในอนาคต หรือเลือกออมในปัจจุบันเพื่อลดการบริโภคลงและเพิ่มการบริโภคในอนาคต การตัดสินใจดังกล่าวสะท้อนการแลกเปลี่ยนการบริโภคระหว่างช่วงเวลา (อภิญญา วนเศรษฐ, 2565) ซึ่งสามารถอธิบายได้ผ่านเส้นงบประมาณที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการบริโภคในปัจจุบัน (C_1) และการบริโภคในอนาคต (C_2) ภายใต้ระดับรายได้และอัตราดอกเบี้ยที่กำหนด

หากรายได้รวมตลอดช่วงชีวิตไม่เปลี่ยนแปลง เส้นงบประมาณจะไม่เกิดการขยับหรือขยายออก อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติผู้บริโภคยังสามารถปรับตำแหน่งการบริโภคไปตามเส้นงบประมาณดังกล่าวได้ผ่านการกู้ยืมหรือการออม (Varian, 2014) โดยในบริบทของระบบการเงินสมัยใหม่ บริการ BNPL สามารถตีความได้ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการกู้ยืมระยะสั้นที่ช่วยผ่อนคลายข้อจำกัดด้านสภาพคล่องในช่วงเวลาปัจจุบัน ทำให้ผู้บริโภคสามารถนำรายได้ในอนาคตมาใช้เพื่อการบริโภคในปัจจุบันได้ง่ายขึ้น แม้รายได้รวมตลอดช่วงชีวิตจะยังคงเดิม



ภาพที่ 5 พฤติกรรมการบริโภคข้ามช่วงเวลา ณ จุดทรัพยากรเริ่มแรกก่อนการเข้าถึงบริการซื้อก่อนจ่ายทีหลัง (Buy Now Pay Later: BNPL)

จากภาพที่ 5 แสดงสถานการณ์เริ่มต้นของผู้บริโภคก่อนการใช้บริการ BNPL โดยจุดทรัพยากรเริ่มแรก (Endowment) (M_1, M_2) แทนระดับรายได้ที่ผู้บริโภคได้รับในช่วงเวลาปัจจุบันและช่วงเวลาอนาคต หากไม่มีการกู้ยืมหรือการออม ผู้บริโภคจะบริโภคอยู่ ณ จุดดังกล่าว ซึ่งสะท้อนข้อจำกัดทางการเงินภายใต้โครงสร้างรายได้ตามช่วงเวลา



ภาพที่ 6 การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคภายหลังการเข้าถึงบริการซื้อก่อนจ่ายทีหลัง (Buy Now Pay Later: BNPL)

จากภาพที่ 6 แสดงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคภายหลังสามารถเข้าถึงบริการ BNPL โดยที่เส้นงบประมาณไม่เกิดการขยับหรือขยายออก เนื่องจากรายได้รวมตลอดช่วงชีวิตไม่ได้เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามการผ่อนคลายข้อจำกัดด้านสภาพคล่องในช่วงเวลาปัจจุบันทำให้ผู้บริโภคสามารถเคลื่อนที่ไปตามเส้นงบประมาณเดิม โดยเลือกเพิ่มการบริโภคในปัจจุบันจากระดับ M_1 เป็น C_1 ผ่านการดึงรายได้ในอนาคตมาใช้ ส่งผลให้การบริโภคในอนาคตลดลงจากระดับ M_2 เป็น C_2 การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจึงสะท้อนการจัดสรรการบริโภคข้ามช่วงเวลาใหม่ของผู้บริโภค ซึ่งไม่ได้เกิดจากการเพิ่มขึ้นของรายได้หรือการเปลี่ยนแปลงรสนิยม หากแต่เป็นผลจากกลไกการชำระเงินที่มีความยืดหยุ่นมากขึ้นภายใต้บริการ BNPL

โดยภาพรวม บริการ BNPL จึงช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นในการบริโภคของผู้บริโภคในช่วงเวลาปัจจุบันผ่านการเลื่อนภาระการชำระไปยังอนาคต แม้ว่ารายได้รวมตลอดช่วงชีวิตจะไม่ได้เปลี่ยนแปลง อย่างไรก็ตาม หากผู้บริโภคขาดการวางแผนทางการเงินที่เหมาะสม การใช้บริการดังกล่าวอาจนำไปสู่ภาระหนี้สะสมและความเปราะบางทางการเงินในระยะยาว ทั้งนี้ การวิเคราะห์ในบทความนี้ยังอยู่ภายใต้สมมติฐานว่าผู้บริโภคมีเหตุผลสมบูรณ์ และตัดสินใจบนพื้นฐานของการเพิ่มอรรถประโยชน์สูงสุด อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติการตัดสินใจบริโภคอาจได้รับอิทธิพลจากปัจจัยเชิงพฤติกรรมอื่น ๆ ร่วมด้วย เช่น พฤติกรรมการซื้อแบบฉับพลัน การประเมินภาระหนี้ต่ำกว่าความเป็นจริง การขาดวินัยทางการเงิน อิทธิพลจากสื่อสังคมออนไลน์ หรือการบริโภคตามกระแสนิยม ซึ่งปัจจัยเหล่านี้อาจส่งผลให้ผู้บริโภคใช้บริการ BNPL มากเกินความสามารถในการชำระคืน

บริการซื้อก่อนจ่ายทีหลังภายใต้กรอบปัญหาความไม่สมมาตรของข้อมูล

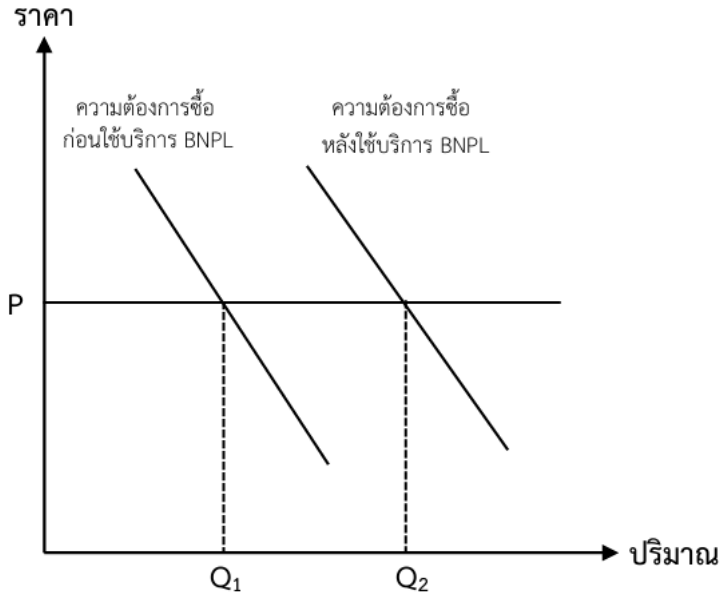
บริการซื้อก่อนจ่ายทีหลังเป็นทางเลือกทางการเงินที่ได้รับความสนใจจากผู้บริโภคยุคใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่คุ้นเคยกับการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน เนื่องจากมีความสะดวก สมัครใช้งานง่าย ใช้เอกสารประกอบการสมัครไม่มาก และในหลายแพลตฟอร์มสามารถสมัครได้เพียงใช้บัตรประชาชนโดยไม่จำเป็นต้องยื่นเอกสารแสดงรายได้ ลักษณะดังกล่าวทำให้บริการ BNPL เข้าถึงได้ง่ายกว่าการสมัครบัตรเครดิต ซึ่งโดยทั่วไปต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบคุณสมบัติ รายได้ และประวัติเครดิตอย่างเป็นระบบ อีกทั้งบริการ BNPL ยังมีขั้นตอนการอนุมัติที่รวดเร็ว จึงตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกและความยืดหยุ่นในการใช้จ่ายในระยะสั้นได้เป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตาม ความสะดวกและความรวดเร็วในการอนุมัติดังกล่าวอาจก่อให้เกิดข้อจำกัดในเชิงการประเมินความเสี่ยง เนื่องจากผู้ให้บริการบางรายอาจไม่สามารถตรวจสอบความสามารถในการชำระหนี้ของผู้บริโภคได้อย่างครบถ้วน โดยเฉพาะในกรณีที่ไม่มีการตรวจสอบข้อมูลเครดิตบูโรหรือไม่มีข้อมูลรายได้ที่ชัดเจน ประกอบกับผู้ให้บริการ BNPL อาจมีแรงจูงใจในการเร่งขยายฐานผู้ใช้บริการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน จึงใช้กลยุทธ์การอนุมัติที่ง่าย รวดเร็ว และมีเงื่อนไขไม่ซับซ้อนเป็นจุดขายหลัก ส่งผลให้กระบวนการคัดกรองลูกหนี้อาจมีความเข้มงวดน้อยกว่าสินเชื่อในระบบการเงินแบบดั้งเดิม

นอกจากนี้ การใช้บริการ BNPL ในหลายกรณียังอาจไม่ได้ถูกรายงานเข้าสู่ระบบข้อมูลเครดิตอย่างครบถ้วน ทำให้ภาระหนี้ของผู้บริโภคบางส่วนไม่ปรากฏในฐานข้อมูลของสถาบันการเงิน ส่งผลให้เกิดการประเมินความเสี่ยงด้านเครดิตต่ำกว่าความเป็นจริง ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคที่มีภาระผ่อนชำระจากบริการ BNPL หลายบัญชี แต่ไม่มีข้อมูลดังกล่าวปรากฏในระบบเครดิตบูโร อาจยังคงได้รับการอนุมัติสินเชื่อเพิ่มเติมจากธนาคารพาณิชย์ ทั้งที่ภาระหนี้รวมอาจเกินกว่าความสามารถในการชำระคืนที่แท้จริง ภาวะดังกล่าวอาจเพิ่มความเสี่ยงต่อการผิดนัดชำระ โดยเฉพาะในกลุ่มสินเชื่อไม่มีหลักประกัน และในกลุ่มผู้ใช้อายุน้อย เช่น ผู้บริโภคอายุ 18–29 ปี ซึ่งบางส่วนอาจมีรายได้ไม่แน่นอน และยังขาดประสบการณ์ในการบริหารจัดการภาระผ่อนชำระจากหลายช่องทางพร้อมกัน (มยูร บุญยะรัตน์ และ อารีรัตน์ สวัสดิ์เป้า, 2568) ความไม่สมบูรณ์ของข้อมูลดังกล่าวสามารถอธิบายได้ผ่านแนวคิดปัญหาการเลือกที่ไม่เป็นธรรม (Adverse Selection) ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อฝ่ายหนึ่งมีข้อมูลมากกว่าอีกฝ่ายหนึ่ง ส่งผลให้การตัดสินใจในธุรกรรมทางการเงินอาจไม่สะท้อนความเสี่ยงที่แท้จริง ในกรณีของบริการ BNPL ผู้ให้บริการอาจไม่สามารถแยกแยะได้อย่างชัดเจนระหว่างผู้บริโภคที่มีความเสี่ยงต่ำกับผู้บริโภคที่มีความเสี่ยงสูง เนื่องจากข้อมูลด้านรายได้ ภาระหนี้ และประวัติการชำระหนี้มีอยู่อย่างจำกัด การอนุมัติที่ง่ายและการไม่ตรวจสอบเครดิตบูโรอย่างเป็นระบบจึงอาจดึงดูดผู้บริโภคที่มีข้อจำกัดทางการเงินหรือมีความเสี่ยงในการผิดนัดชำระให้เข้ามาใช้บริการมากขึ้น ส่งผลให้ฐานผู้ใช้บริการ BNPL มีแนวโน้มประกอบด้วยลูกหนี้ที่มีความเสี่ยงสูงกว่าที่ผู้ให้บริการประเมินไว้ (Tutor2u, 2023)

ขณะเดียวกัน การใช้บริการ BNPL ยังอาจก่อให้เกิดปัญหาความเสี่ยงทางศีลธรรม (Moral Hazard) กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคไม่ต้องชำระเงินเต็มจำนวน ณ ขณะซื้อสินค้า และสามารถเลื่อนภาระการชำระเงินออกไปในอนาคตได้ ผู้บริโภคบางส่วนอาจมีแรงจูงใจในการใช้จ่ายมากขึ้นหรือรับความเสี่ยงทางการเงินมากกว่าที่ควร เนื่องจากยังไม่ต้องรับรู้ภาระทางการเงินทั้งหมดในทันที พฤติกรรมดังกล่าวอาจนำไปสู่การบริโภคเกินศักยภาพทางการเงิน โดยเฉพาะเมื่อผู้บริโภคใช้บริการ BNPL จากหลายแพลตฟอร์มพร้อมกัน ทำให้เกิดภาระผ่อนชำระสะสมจากหลายช่องทาง และเพิ่มโอกาสในการผิดนัดชำระหนี้ในอนาคต (สฤนี อาชวานันกุล, 2568)

การขยายตัวของบริการ BNPL จึงก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อผู้บริโภคหลายมิติ โดยเฉพาะกลุ่มที่ยังขาดความเข้าใจอย่างรอบด้านเกี่ยวกับเงื่อนไขการใช้บริการ ต้นทุนที่แท้จริง ค่าธรรมเนียม ดอกเบี้ยผิดนัด และผลกระทบจากการผิดนัดชำระหนี้ ความเสี่ยงดังกล่าวสะท้อนผ่านการก่อหนี้โดยไม่รู้ตัวจากกระบวนการสมัครและใช้งานที่ง่าย รวมถึงการสะสมภาระผ่อนชำระหลายรายการพร้อมกัน ซึ่งอาจนำไปสู่ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง (Liquidity Risk) เมื่อภาระชำระหนี้ในแต่ละงวดสูงเกินกว่ากระแสเงินสดหรือรายได้ที่มีอยู่ในช่วงเวลานั้น (Consumer Financial Protection Bureau, 2022) หากผู้บริโภคไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามกำหนด อาจต้องเผชิญกับดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียมการทวงถามหนี้ หรือค่าปรับในอัตราที่สูงขึ้น ซึ่งเป็นต้นทุนทางการเงินที่ผู้ใช้บริการจำนวนไม่น้อยอาจไม่ได้ตระหนักหรือไม่ได้รับข้อมูลอย่างเพียงพอก่อนตัดสินใจใช้บริการ



ภาพที่ 7 การบริโภคที่เพิ่มขึ้นจากการรับรู้ต้นทุนต่ำกว่าความเป็นจริงภายใต้บริการซื้อก่อนจ่ายทีหลัง (Buy Now Pay Later: BNPL)

จากภาพที่ 7 สามารถอธิบายได้ว่าเมื่อผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าและบริการโดยไม่ต้องชำระเงินเต็มจำนวนในทันที พฤติกรรมการใช้จ่ายมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะในกรณีของบริการ BNPL ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้รับสินค้าและบริการก่อน แล้วจึงทยอยชำระเงินในภายหลัง ลักษณะดังกล่าวอาจทำให้ผู้บริโภครับรู้ต้นทุนของการซื้อสินค้าในขณะตัดสินใจต่ำกว่าความเป็นจริง เนื่องจากภาระการชำระเงินไม่ได้เกิดขึ้นทันทีในช่วงเวลาที่ตัดสินใจซื้อ เมื่อพิจารณาในระดับราคาสินค้าเดียวกัน ผู้บริโภคที่ต้องชำระเงินสดหรือชำระเต็มจำนวนทันทีอาจเลือกบริโภคในปริมาณ Q_1 เนื่องจากรับรู้ต้นทุนและข้อจำกัดด้านงบประมาณอย่างชัดเจน ขณะที่ผู้บริโภคที่ใช้บริการ BNPL อาจตัดสินใจบริโภคเพิ่มขึ้นเป็น Q_2 แม้ว่ารายได้หรือความสามารถในการชำระคืนที่แท้จริงจะไม่ได้เพิ่มขึ้นก็ตาม การเพิ่มขึ้นของปริมาณการบริโภคจึงไม่ได้เกิดจากกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้นอย่างแท้จริง แต่เกิดจากการเลื่อนภาระการชำระเงินไปยังอนาคต และการรับรู้ภาระทางการเงินที่ไม่ชัดเจนในขณะตัดสินใจซื้อ ภาพดังกล่าวจึงสะท้อนความเสี่ยงในบริบทของการใช้บริการ BNPL กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคไม่ต้องรับผลกระทบทางการเงินจากการใช้จ่ายในทันที อาจมีแรงจูงใจให้ตัดสินใจบริโภคมากกว่าระดับที่เหมาะสม ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้จ่ายเกินตัว การสะสมภาระผ่อนชำระ และความเสี่ยงต่อการก่อหนี้หรือผิดนัดชำระหนี้ในอนาคต

ด้วยเหตุนี้ หากบริการ BNPL ขยายตัวโดยขาดการกำกับดูแลที่เหมาะสม หรือขาดการส่งเสริมความรู้ทางการเงินแก่ผู้บริโภคอย่างเพียงพอ อาจทำให้ผู้บริโภคบางส่วนก่อหนี้เกินความสามารถในการชำระคืน และนำไปสู่ความเปราะบางทางการเงินในระยะยาว ซึ่งอาจไม่สอดคล้องกับเป้าหมายของการพัฒนาอย่างยั่งยืน ดังนั้น การพัฒนาบริการ BNPL จึงควรคำนึงถึงทั้งการส่งเสริมโอกาสทางการเงิน การคุ้มครองผู้บริโภค ความโปร่งใสของข้อมูล และเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ เพื่อให้บริการดังกล่าวสามารถสนับสนุนการพัฒนาได้อย่างแท้จริง (สภาองค์กรของผู้บริโภค, 2568)

บทสรุป

บริการซื้อก่อนจ่ายทีหลัง หรือ Buy Now Pay Later (BNPL) เป็นนวัตกรรมทางการเงินที่เติบโตอย่างรวดเร็วในเศรษฐกิจดิจิทัล โดยช่วยเพิ่มความสะดวก ความยืดหยุ่นในการชำระเงิน และการเข้าถึงสภาพคล่องระยะสั้นให้แก่ผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ ผู้มีรายได้น้อยถึงปานกลาง และผู้ที่เข้าถึงสินเชื่อแบบดั้งเดิมได้จำกัด อย่างไรก็ตาม บริการ BNPL ไม่ได้ทำให้รายได้รวมของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น หากแต่เป็นการเลื่อนภาระการชำระเงินไปยังอนาคต ส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถเพิ่มการบริโภคในปัจจุบันได้ แต่ต้องแลกกับความสามารถในการบริโภคในอนาคตที่ลดลง

เมื่อพิจารณาภายใต้แนวคิดการบริโภคข้ามช่วงเวลา บริการ BNPL จึงสะท้อนกลไกการผ่อนคลายข้อจำกัดด้านสภาพคล่อง มากกว่าการเพิ่มขึ้นของรายได้ที่แท้จริง หากผู้บริโภคขาดวินัยทางการเงิน หรือประเมินความสามารถในการชำระคืนต่ำกว่าความเป็นจริง อาจนำไปสู่การใช้จ่ายเกินตัว การสะสมภาระหนี้ และความเปราะบางทางการเงินของครัวเรือนในระยะยาว นอกจากนี้ ลักษณะการสมัครและอนุมัติที่สะดวกและรวดเร็ว อาจก่อให้เกิดปัญหาความไม่สมมาตรของข้อมูลระหว่างผู้บริโภค ผู้ให้บริการ และสถาบันการเงิน ในด้านการเลือกที่ไม่เป็นธรรม (Adverse Selection) ผู้ให้บริการอาจไม่สามารถประเมินความเสี่ยงของผู้กู้ได้อย่างครบถ้วน ส่งผลให้ผู้ที่มีความเสี่ยงสูงสามารถเข้าถึงสินเชื่อได้มากกว่าที่ควรจะเป็น ขณะที่ในด้านความเสี่ยงทางศีลธรรม (Moral Hazard) ผู้บริโภคบางส่วนอาจมีแนวโน้มใช้จ่ายเกินความสามารถในการชำระคืน เนื่องจากไม่ต้องรับภาระทางการเงินในทันที นำไปสู่การบริโภคเกินระดับที่เหมาะสม การสะสมภาระหนี้ และความเสี่ยงทางการเงินในอนาคต

เมื่อเปรียบเทียบกับบัตรเครดิต แม้บัตรเครดิตจะเข้าถึงได้ยากกว่าและมีเงื่อนไขการพิจารณาที่เข้มงวดกว่า แต่มีข้อได้เปรียบด้านการกำกับดูแล การสร้างประวัติเครดิต และการคุ้มครองผู้บริโภคที่ชัดเจนกว่า ขณะที่บริการ BNPL มีจุดเด่นด้านการเข้าถึงง่ายและตอบสนองพฤติกรรมการบริโภคยุคดิจิทัล แต่ยังมีข้อจำกัดด้านการรายงานข้อมูลเครดิต เนื่องจากภาระผ่อนชำระและประวัติการชำระหนี้จากบริการ BNPL อาจยังไม่ได้ถูกรายงานเข้าสู่ระบบข้อมูลเครดิตอย่างครบถ้วน ทำให้สถาบันการเงินหรือผู้ให้สินเชื่อรายอื่นไม่สามารถประเมินภาระหนี้รวมของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง

ดังนั้น การพัฒนาบริการ BNPL ควรดำเนินควบคู่กับการกำกับดูแลที่เหมาะสม การเปิดเผยข้อมูลต้นทุนและเงื่อนไขการใช้บริการอย่างชัดเจน โปร่งใส และเข้าใจง่าย รวมถึงการส่งเสริมความรู้ทางการเงินผ่านการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการวางแผนรายรับรายจ่าย การประเมินความสามารถในการชำระหนี้ และการสร้างความตระหนักถึงผลกระทบของการก่อหนี้ในอนาคต ทั้งนี้ วินัยทางการเงินถือเป็นปัจจัยสำคัญในการใช้บริการ BNPL อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากแม้บริการดังกล่าวจะช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นทางการเงิน แต่หากผู้บริโภคขาดการวางแผนและควบคุมการใช้จ่ายอาจนำไปสู่การสะสมภาระหนี้และความเปราะบางทางการเงินในระยะยาวได้



ภาพที่ 8 องค์ความรู้จากการศึกษา

เอกสารอ้างอิง

ณัฐชิต บุรันทวีคูณ. (2568). *รายงาน How Southeast Asia Buys and Pays 2025*. สืบค้นจาก https://marketeeronline.co/archives/405929.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2568). *การให้บริการบัตรเครดิตแยกตามประเภทบัตรเครดิต*. สืบค้นจาก https://app.bot.or.th/BTWS_STAT/statistics/BOTWEBSTAT.aspx?language=TH&reportID=1009&utm_source#.

นฤชยา สาตแฟง. (2568). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2568-2570: ธุรกิจบัตรเครดิต*. สืบค้นจาก https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/financial-services/credit-card/io/io-credit-card-2025.

บริษัท เอสบีซีเอส จำกัด. (2569). *เจาะเทรนด์การตลาด "ซื้อก่อนจ่ายทีหลัง" หรือ "Buy Now Pay Later" ที่กำลังเติบโตในประเทศไทย*. สืบค้นจาก https://www.sbcs.co.th/th/articles/?p=249.

มยูร บุญยะรัตน์ และ อารีรัตน์ สวัสดิ์เป้า. (2568). *BNPL กับพลวัตของหนี้ครัวเรือน*. สืบค้นจาก https://www.fpojournal.com/bnpl-123/.

ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์. (2568). *ผลสำรวจเศรษฐกิจมหภาค ปี 2568 (Macro Survey 2025)*. สืบค้นจาก https://www.scbeic.com/th/detail/file/product/9994/he7xexj04t/MacroSurvey2025-20251225.pdf.

สภาองค์กรของผู้บริโภค. (2568). *เตือนภัย "Buy Now Pay Later" กับดักหนี้ยุคใหม่ เสี่ยงใช้จ่ายเกินตัว*. สืบค้นจาก https://www.tcc.or.th/appeal/buy-now-pay-later-fakepage/.

สฤณี อาชวานันทกุล. (2568). *Moral hazard คืออะไร? เมื่อความเสี่ยงถูกผลักไปให้คนอื่น*. สืบค้นจาก https://themomentum.co/citizen20-moral-hazard/.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). *บทความเศรษฐกิจ ไตรมาสที่ 3 ปี 2566*. สืบค้นจาก https://www.nesdc.go.th/wordpress/wp-content/uploads/2025/06/2566_article_q3_001.pdf.

อภิญญา วนเศรษฐ. (2565). *ทฤษฎีการบริโภคข้ามช่วงเวลา (Intertemporal Consumption Theory) ภายใต้เส้นงบประมาณและเส้นอรรถประโยชน์*. สืบค้นจาก https://ird01.stou.ac.th/researchlib/uploads/2565_041/%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%202.pdf.

Attanasio, O. P. (1995). The intertemporal allocation of consumption: theory and evidence. *Carnegie-Rochester Conference Series on Public Policy, 42*, 39–89.

Consumer Financial Protection Bureau. (2022). *Buy now, pay later: Market trends and consumer impacts.* Retrieved from https://files.consumerfinance.gov/f/documents/cfpb_buy-now-pay-later-market-trends-consumer-impacts_report_2022-09.pdf.

Donou-Adonsou, F., & Leslie-Piper, N. (2025). BNPL and financial fragility in US households. *Finance Research Letters, 86*, 108423.

Hayashi, F., & Routh, A. (2025). Financial Constraints Among Buy Now, Pay Later Users. *Economic Review, 110*(4), 01612387.

Kumar, A., Salo, J., & Bezawada, R. (2024). The effects of buy now, pay later (BNPL) on customers' online purchase behavior. *Journal of Retailing*, *100*(4), 602-617.

Nicholson, W., & Snyder, C. M. (2012). *Microeconomic theory: Basic principles and extensions*. (11th ed.). Ohio: South-Western Cengage Learning.

O'donoghue, T., & Rabin, M. (1999). Doing it now or later. *American economic review*, *89*(1), 103-124.

Omni Calculator. (2026). *Buy now pay later trends*. Retrieved from https://www.omnicalculator.com/reports/buy-now-pay-later-trends.

Statista. (2025). *Share of users of buy now, pay later services in the United States in 2021, by generation*. Retrieved from https://www.statista.com/statistics/1262285/share-users-buy-now-pay-later-united-states-by-generation/.

Tutor2u. (2023). *Information failure: What is adverse selection?.* Retrieved from https://www.tutor2u.net/economics/reference/information-failure-what-is-adverse-selection.

Varian, H. R. (2014). *Intermediate microeconomics with calculus: A modern approach*. New York: W. W. Norton & Company.

JSSP: Journal of Social Science Panyapat, 2026. 8(2): 349-356.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSSP
Journal of Social Science Panyapat
https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSSP/index

Academic Article

How Should Educational Organizations Manage Human Resources in the Digital Era

Chalremphon Chusawatdikul[1*] and Thidawan Unkong[2]

[1] *Doctor of Philosophy Program in Educational Administration, School of Education, University of Phayao Thailand*

[2] *Lecturer of Educational Administration, School of Education, University of Phayao Thailand*

[*] *Corresponding author. E-mail: chalremphon@gmail.com*

ABSTRACT

This academic article aims to present concepts and synthesize new knowledge regarding human resource management for educational organizations in the digital era. The traditional administrative-focused HR approach, along with the misconception of using technology merely to replace human labor, is insufficient to address structural issues such as redundant workloads and the digital divide. Consequently, school administrators must undergo a paradigm shift to cultivate an intelligent work ecosystem. Through critical analysis and synthesis, the study identifies four key driving mechanisms for this transition: 1) Strategy and Goals-shifting HR towards a strategic partnership that relies on data-driven decision-making; 2) Technology and Data-integrating artificial intelligence and big data to streamline workloads; 3) Human Capital Development-accelerating teachers' digital and AI competencies; and 4) Culture and Experience-fostering a flexible and ethical work environment. The systematic integration of these four dimensions will unlock human potential and elevate educational institutions into high-performance organizations capable of providing sustainable education for the future.

Keywords: Digital Human Resource Management, Educational Organizations, Digital Era

Received: 16 February 2026;
Revised: 9 April 2026;
Accepted: 27 June 2026

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat
ISSN: 3027-6748 (Online)

องค์การทางการศึกษาจะบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างไรในยุคดิจิทัล

เฉลิมพล ชูสวัสดิกุล[1*] และ ธิดาวัลย์ อุ่นกอง[2]

[1] *นิสิตหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา วิทยาลัยการศึกษา มหาวิทยาลัยพะเยา ประเทศไทย*

[2] *อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการบริหารการศึกษา วิทยาลัยการศึกษา มหาวิทยาลัยพะเยา ประเทศไทย*

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

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอแนวคิดและองค์ความรู้ใหม่ในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์สำหรับองค์การทางการศึกษายุคดิจิทัล การบริหารงานบุคคลแบบดั้งเดิมที่เน้นเพียงงานธุรการ และการมีความเข้าใจคลาดเคลื่อนว่าการปรับตัวสู่ดิจิทัลคือการนำเทคโนโลยีมาทดแทนแรงงานมนุษย์นั้น ไม่สามารถแก้ปัญหาเชิงโครงสร้าง เช่น ภาระงานที่ซ้ำซ้อนและช่องว่างทางดิจิทัลได้ ผู้บริหารสถานศึกษาจึงจำเป็นต้องพลิกโฉมกระบวนทัศน์เพื่อสร้างระบบนิเวศการทำงานอัจฉริยะ จากการวิพากษ์และสังเคราะห์ข้อมูล นำไปสู่ข้อค้นพบที่เป็นองค์ความรู้ใหม่ผ่านกลไกขับเคลื่อนหลัก 4 ประการ ได้แก่ 1) ด้านกลยุทธ์และเป้าหมาย โดยปรับเปลี่ยนฝ่ายบุคคลสู่หุ้นส่วนเชิงกลยุทธ์ที่ตัดสินใจบนฐานข้อมูลเชิงประจักษ์ 2) ด้านเทคโนโลยีและข้อมูล ผ่านการบูรณาการปัญญาประดิษฐ์และฐานข้อมูลขนาดใหญ่เพื่อลดภาระงาน 3) ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ โดยเร่งยกระดับสมรรถนะดิจิทัลและทักษะด้านปัญญาประดิษฐ์ของครู และ 4) ด้านวัฒนธรรมและประสบการณ์ โดยสร้างสภาพแวดล้อมที่ยืดหยุ่นและมีจริยธรรม การบูรณาการทั้ง 4 มิตินี้อย่างเป็นระบบ จะช่วยปลดล็อคศักยภาพของบุคลากร และยกระดับสถานศึกษาให้ก้าวสู่องค์การสมรรถนะสูงที่สามารถจัดการศึกษาได้อย่างยั่งยืนในโลกอนาคต

คำสำคัญ: การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ยุคดิจิทัล, องค์การทางการศึกษา, ยุคดิจิทัล

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat

บทนำ

ในศตวรรษที่ 21 โลกกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรงจากการปฏิวัติทางเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อวิถีชีวิต ระบบเศรษฐกิจ และโครงสร้างทางสังคมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การก้าวเข้าสู่สังคมอัจฉริยะที่โลกไซเบอร์และโลกกายภาพผสานเข้าด้วยกัน ได้สร้างความท้าทายครั้งใหญ่ให้กับทุกภาคส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์การทางการศึกษาซึ่งเปรียบเสมือนรากฐานสำคัญในการสร้างคน ในบริบทของประเทศไทย การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ได้กำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศที่มุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม สิ่งนี้ก่อให้เกิดความคาดหวังและแรงกดดันต่อสถานศึกษาในฐานะหน่วยงานหลักที่มีภารกิจในการผลิตและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้ต้องเร่งปรับตัวเพื่อสร้างกำลังคนที่มีสมรรถนะแห่งอนาคต สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานยุคดิจิทัล (ปุณณิฐฐา มาเชค, 2564; ชุติรัตน์ กาญจนธนชัย, 2562)

เมื่อพิจารณาสภาพความเป็นจริงขององค์การทางการศึกษาจำนวนมากในปัจจุบัน จะพบว่ายังคงประสบปัญหาและติดหล่มอยู่กับระบบการบริหารจัดการบุคลากรแบบดั้งเดิมที่ขาดความยืดหยุ่น ปัญหาสำคัญที่หยั่งรากลึกคือกระบวนการทำงานของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคลที่มักถูกจำกัดบทบาทอยู่เพียงการทำงานธุรการ การจัดการเอกสาร และการปฏิบัติตามกฎระเบียบที่ซ้ำซ้อน ซึ่งภาระงานเหล่านี้ได้ดึงเวลาและพลังงานของครูผู้สอนออกจากการเตรียมการจัดการเรียนการสอนอย่างมหาศาล ยิ่งไปกว่านั้น สถานศึกษายังต้องเผชิญกับปัญหาช่องว่างทางดิจิทัล และการขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจ ทักษะ และสมรรถนะด้านเทคโนโลยีขั้นสูงหรือปัญญาประดิษฐ์ อย่างรุนแรง ซึ่งข้อจำกัดเหล่านี้ไม่ได้เป็นเพียงแค่อุปสรรคในการทำงานทั่วไป แต่เป็น ปัญหาเชิงโครงสร้างที่บั่นทอนประสิทธิภาพการบริหารจัดการ ทำให้สถานศึกษาขาดความคล่องตัว ไม่สามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมทางการศึกษา และส่งผลกระทบโดยตรงต่อคุณภาพการเรียนรู้ของผู้เรียนที่ไม่สามารถเติบโตได้เต็มศักยภาพ (ปิยวัน เครือนาค และคณะ, 2568)

จากสภาพปัญหาเชิงโครงสร้างที่กล่าวมา การปรับเปลี่ยนบทบาทของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล จากเดิมที่เป็นเพียงผู้ปฏิบัติงานด้านธุรการ จึงถือเป็นความจำเป็นเร่งด่วนขั้นวิกฤต ความจำเป็นเร่งด่วนในที่นี้ หมายถึง การต้องรีบนำเทคโนโลยีดิจิทัลขั้นสูง ระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ และการวิเคราะห์ข้อมูล เข้ามาประยุกต์ใช้เพื่อแก้ปัญหาคอขวดในการปฏิบัติงาน ทลายภาระงานเอกสารที่ซ้ำซ้อนของครู และพลิกโฉมการตัดสินใจของผู้บริหารจากการใช้สัญชาตญาณไปสู่การตัดสินใจบนฐานข้อมูลเชิงประจักษ์ การเร่งปฏิรูประบบงานบุคคลด้วยเทคโนโลยีนี้ จะช่วยให้สถานศึกษาสามารถคาดการณ์ความต้องการกำลังคน วางแผนพัฒนาสมรรถนะครูได้อย่างแม่นยำ และสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการปลดล็อคศักยภาพของบุคลากรทางการศึกษาให้กลับมามุ่งเน้นที่การจัดการศึกษาได้อย่างเต็มที่ (Apriyanto et al., 2025)

การปรับตัวดังกล่าวไม่ได้เป็นเพียงกระแสความนิยม แต่เป็นทิศทางที่สอดคล้องกับนโยบายขององค์การระดับนานาชาติและหน่วยงานระดับชาติ โดยองค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD, 2023) ได้เน้นย้ำถึงความสำคัญของการสร้างระบบนิเวศการศึกษาดิจิทัล ที่ต้องเตรียมความพร้อมด้านทักษะแห่งอนาคตเพื่อลดความเสี่ยงจากการถูกทดแทนด้วยระบบอัตโนมัติ สอดรับกับองค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO, 2024) ที่ได้ประกาศกรอบสมรรถนะด้านปัญญาประดิษฐ์สำหรับครู โดยระบุอย่างชัดเจนว่าการพัฒนาบุคลากรทางการศึกษาต้องมุ่งเน้นให้ครูสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการจัดการเรียนรู้และวิเคราะห์ผู้เรียนได้อย่างมีวิจารณญาณ นอกจากนี้ ในบริบทของประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2567) ยังได้กำหนดแนวทางการพัฒนาสมรรถนะดิจิทัล สำหรับครูและบุคลากรทางการศึกษา เพื่อเป้าหมายในการยกระดับประสิทธิภาพการทำงานร่วมกันขับเคลื่อนสถานศึกษาสู่การเป็นองค์กรสมรรถนะสูงอย่างเป็นรูปธรรม การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ในยุคดิจิทัลจึงมิได้มุ่งหมายเพื่อใช้เทคโนโลยีมาทดแทนบทบาทของมนุษย์ หรือลดความสำคัญของบุคลากรทางการศึกษา แต่เป็นการบูรณาการเทคโนโลยีเพื่อเสริมสร้างศักยภาพ (Empowerment) ยกระดับคุณภาพชีวิตในการทำงาน และขับเคลื่อนการศึกษาโดยมีมนุษย์เป็นศูนย์กลาง (Chakamanont & Thabmali, 2025)

บทความวิชาการนี้จึงมุ่งนำเสนอองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์สำหรับองค์การทางการศึกษายุคดิจิทัล โดยสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องในบริบทของการศึกษาโดยเฉพาะ เพื่อนำเสนอแนวทางและโมเดลการพัฒนาที่ผู้บริหารสถานศึกษาสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหา และยกระดับองค์การทางการศึกษาไทยให้ก้าวสู่การเป็นองค์การสมรรถนะสูงที่พร้อมรับมือกับความท้าทายในโลกอนาคตได้อย่างยั่งยืน

กรอบแนวคิด: องค์การทางการศึกษาและการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ยุคดิจิทัล

บทความวิชาการนี้ประกอบด้วยกรอบแนวคิดหลัก 2 แนวคิด ที่มีความสัมพันธ์กัน ได้แก่ แนวคิดว่าด้วยองค์การทางการศึกษายุคดิจิทัล และแนวคิดว่าด้วยการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ยุคดิจิทัล โดยแนวคิดทั้งสองมีความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงกัน ที่แนวคิดแรก กำหนดเงื่อนไขและทิศทางที่องค์การต้องบรรลุ และแนวคิดที่สอง เป็นกลไกที่ทำให้การเปลี่ยนผ่านนั้นเกิดขึ้นได้จริงในทางปฏิบัติ ดังนี้

1. แนวคิดที่ 1 องค์การทางการศึกษายุคดิจิทัล

องค์การทางการศึกษายุคดิจิทัล หมายถึง หน่วยงานทางการศึกษาที่ได้ปรับเปลี่ยนโครงสร้าง วัฒนธรรม และกระบวนการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ เพื่อให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในสภาพแวดล้อมที่เทคโนโลยีดิจิทัลและมนุษย์ผสานกัน (OECD, 2023; ปิยวัน เครือนาค และคณะ, 2568) แนวคิดนี้แตกต่างจากการมองสถานศึกษาสำหรับการจัดการเรียนการสอนแบบดั้งเดิม เพราะเนื่องจากได้ขยายความหมายไปสู่การเป็นหน่วยงานที่มีคุณลักษณะสำคัญ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านแรก ความคล่องตัวเชิงโครงสร้าง หมายถึง ความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วในการบริหารจัดการ ด้านที่สอง การตัดสินใจบนฐานข้อมูล หมายถึง การใช้ระบบสารสนเทศและการวิเคราะห์ข้อมูลแทนการใช้ดุลยพินิจ นำไปสู่ความโปร่งใสและความแม่นยำในการบริหารงานบุคคล (ปุณณิฐฐา มาเชค, 2564) และด้านที่สาม การบูรณาการมนุษย์กับเทคโนโลยี หมายถึง การที่บุคลากรมีสมรรถนะดิจิทัลและความเข้าใจในเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์

สามารถปฏิบัติงานร่วมกับระบบอัตโนมัติได้อย่างมีธรรมาภิบาล (UNESCO, 2024; สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2567)

2. แนวคิดที่ 2 การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ยุคดิจิทัล

การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ยุคดิจิทัล หมายถึง กระบวนการบริหารทุนมนุษย์เชิงกลยุทธ์ที่บูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัล นวัตกรรม และระบบอัตโนมัติเข้าสู่กระบวนการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ ทั้งในรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ เทคโนโลยีเคลื่อนที่ การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ และระบบคลาวด์ ซึ่งเรียกรวมว่า SMAC Model (Ketolainen, 2018; Teachme Biz, 2022) แนวคิดนี้มีนัยสำคัญทางทฤษฎีที่แตกต่างจากการบริหารบุคคลแบบดั้งเดิมใน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านแรก ด้านเครื่องมือ หมายถึง การนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในทุกกระบวนการตั้งแต่การสรรหา การพัฒนา การประเมินผล ไปจนถึงการรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพ ด้านที่สองด้านบทบาทองค์การ หมายถึง การเปลี่ยนสถานะของฝ่ายทรัพยากรบุคคลจากปฏิบัติงานด้านธุรการเพียงอย่างเดียวไปที่มีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางองค์การและตัดสินใจบนฐานข้อมูล (Mitchell & Gamlem, 2017) นอกจากนี้ การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ยุคดิจิทัล ยังต้องดำเนินควบคู่ไปกับการเตรียมความพร้อมด้านสมรรถนะดิจิทัลของบุคลากร เพื่อลดความเสี่ยงจากการถูกทดแทนด้วยระบบอัตโนมัติและผลักดันองค์การสู่การเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงอย่างยั่งยืน (OECD, 2018; สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2567)

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดทั้งสองจะพบว่า การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ยุคดิจิทัล ทำหน้าที่เป็นกลไกที่เชื่อมโยงนโยบายระดับองค์การเข้ากับการปฏิบัติในระดับบุคลากร กล่าวคือ หากองค์การทางการศึกษาต้องการความคล่องตัวเชิงโครงสร้างก็ต้องอาศัย การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ยุคดิจิทัล ในด้านกลยุทธ์และเป้าหมายเพื่อวางแผนกำลังคนเชิงรุก หากต้องการตัดสินใจบนฐานข้อมูลก็ต้องอาศัย การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ยุคดิจิทัล ในด้านเทคโนโลยีและข้อมูลเพื่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศที่เชื่อมโยงกัน และหากต้องการบูรณาการมนุษย์กับเทคโนโลยีก็ต้องอาศัย การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ยุคดิจิทัล ในด้านการพัฒนาทุนมนุษย์และวัฒนธรรมองค์การควบคู่กัน บทความวิชาการนี้จึงใช้กรอบแนวคิดดังกล่าวเป็นฐาน ในการวิเคราะห์และนำเสนอแนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์สำหรับองค์การทางการศึกษายุคดิจิทัลผ่าน 4 ด้าน ที่ขับเคลื่อนและเสริมซึ่งกันและกัน ได้แก่ ด้านกลยุทธ์และเป้าหมาย ด้านเทคโนโลยีและข้อมูล ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ และด้านวัฒนธรรมและประสบการณ์

ความสำคัญของการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ในบริบททางการศึกษา

การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ยุคดิจิทัลมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการยกระดับสถานศึกษาให้ก้าวสู่การเป็นองค์การสมรรถนะสูงที่สามารถปรับตัวรับมือกับความเปลี่ยนแปลงได้อย่างคล่องตัว (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2567) ในระดับยุทธศาสตร์และระดับองค์การ การนำเทคโนโลยีขั้นสูง เช่น ปัญญาประดิษฐ์ และการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ เข้ามาประยุกต์ใช้ ช่วยให้ผู้บริหารสถานศึกษาสามารถเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศของบุคลากรจากฐานข้อมูลกลางได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง ซึ่งส่งผลดีต่อการตัดสินใจเชิงบริหารที่มีความแม่นยำสูงขึ้น ตั้งแต่กระบวนการสรรหาบุคลากรไปจนถึงการประเมินผลการปฏิบัติงาน (กิติพิเชษฐ์ ธูปบูชา และคณะ, 2566) การบูรณาการเทคโนโลยีเข้าสู่ระบบงานบุคคลจึงไม่ใช่เพียงการอำนวยความสะดวก แต่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความท้าทายและโอกาสในการกำหนดทิศทางเพื่อสร้างความได้เปรียบในการจัดการศึกษา (Apriyanto et al., 2025)

ในระดับบุคลากร การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ยุคดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในการเตรียมความพร้อมด้านทักษะและสมรรถนะดิจิทัล ให้แก่ครูและบุคลากรทางการศึกษา เพื่อให้สามารถปฏิบัติงาน สื่อสาร และทำงานร่วมกันบนแพลตฟอร์มดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ มั่นคงปลอดภัย และมีธรรมาภิบาลข้อมูล (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2567) นอกจากนี้ การมุ่งเน้นพัฒนาสมรรถนะด้านปัญญาประดิษฐ์ ยังช่วยยกระดับคุณภาพการจัดการศึกษา โดยส่งเสริมให้ครูสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการจัดการเรียนรู้และแก้ปัญหาได้อย่างมีวิจารณญาณ (UNESCO, 2024) การเตรียมความพร้อมดังกล่าวยังเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันเพื่อลดความเสี่ยงจากการถูกทดแทนด้วยระบบอัตโนมัติ ควบคู่ไปกับการสร้างวัฒนธรรมองค์การที่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงและสนับสนุนการเรียนรู้ตลอดชีวิต (พิมพ์ลภัส จิตต์ธรรม, 2567; OECD, 2018)

การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในสถานศึกษา ซึ่งมักถูกจำกัดบทบาทอยู่เพียงการดำเนินงานด้านธุรการและการปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับ จะพบว่ารูปแบบดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความล้าหลัง และไม่สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัลได้ การบูรณาการเทคโนโลยีเข้าสู่ระบบงานบุคคลจึงไม่ใช่เพียงการนำเครื่องมือมาอำนวยความสะดวกหรือทดแทนแรงงานตามที่มักเข้าใจผิด แต่นำไปสู่มุมมองใหม่ที่ว่า ความสำคัญที่แท้จริงของการบริหารคนในยุคดิจิทัล คือการเป็นกลไกเชิงยุทธศาสตร์ที่เชื่อมโยงนโยบายระดับชาติเข้ากับการปฏิบัติงานระดับสถานศึกษา โดยเปลี่ยนผ่านระบบเดิมให้เป็นระบบนิเวศอัจฉริยะที่ช่วยสร้างความได้เปรียบในการจัดการศึกษา เพิ่มความคล่องตัวในการตัดสินใจบนฐานข้อมูล และยกระดับประสบการณ์ในการทำงาน เพื่อดึงดูดและรักษาครูที่มีศักยภาพสูงให้พร้อมเผชิญกับโลกอนาคตได้อย่างยั่งยืน

แนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์สำหรับองค์การทางการศึกษายุคดิจิทัล

แนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ในอดีตที่มักมุ่งเน้นเพียงการจัดการงานประจำวันเชิงธุรการ จะพบว่ารูปแบบดังกล่าวไม่เพียงพอต่อการขับเคลื่อนสถานศึกษาในยุคดิจิทัล การปรับตัวที่แท้จริงจึงต้องอาศัยการเปลี่ยนผ่านเชิงกลยุทธ์อย่างเป็นระบบ จากการสังเคราะห์งานวิจัยที่มุ่งเน้นบริบทขององค์การทางการศึกษาโดยเฉพาะ สามารถจัดกลุ่มแนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ยุคดิจิทัลออกเป็น 4 ด้านหลัก เพื่อใช้เป็นกลไกขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่านอย่างเป็นรูปธรรม ดังนี้

1. ด้านกลยุทธ์และเป้าหมาย คือ การเปลี่ยนผ่านสู่การวางแผนเชิงรุก ผู้บริหารสถานศึกษาต้องเชื่อมโยงการบริหารทรัพยากรมนุษย์เข้ากับกลยุทธ์ระยะยาวของสถานศึกษา โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาเป็นฐานในการกำหนดนโยบายและแผนงานกำลังคน (วีรยุทธ ยืนยาว, 2568; เรวัต สมบูรณ์ และคณะ, 2566) ควบคู่ไปกับการใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์และการวิเคราะห์ข้อมูล มาประกอบการตัดสินใจ เพื่อให้การบริหารบุคลากรมีความแม่นยำและโปร่งใส นอกจากนี้สถานศึกษาควรมีเป้าหมายที่ชัดเจนในการขับเคลื่อนองค์กรสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัลและองค์การสมรรถนะสูง โดยมีมนุษย์เป็นศูนย์กลางในการขับเคลื่อนกลยุทธ์ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2567; UNESCO, 2024)

2. ด้านเทคโนโลยีและข้อมูล คือ การสร้างระบบนิเวศการศึกษาดิจิทัล ต้องอาศัยการบูรณาการเทคโนโลยีขั้นสูง เช่น ปัญญาประดิษฐ์ แพลตฟอร์มดิจิทัล และระบบฐานข้อมูลกลาง เข้ามาประยุกต์ใช้เพื่อลดช่องว่างทางดิจิทัลในสถานศึกษา (ปิยวัน เครือนาค และคณะ, 2568) องค์การควรให้ความสำคัญกับโครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูลที่สามารถทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการนำระบบสารสนเทศที่ทันสมัยมาอำนวยความสะดวก ซึ่งจะช่วยลดภาระงานที่ซ้ำซ้อนและแปลงข้อมูลให้เป็นสารสนเทศที่สนับสนุนทั้งการบริหารจัดการและการจัดการเรียนการสอนได้อย่างแท้จริง (เรวัต สมบูรณ์ และคณะ, 2566; OECD, 2023; UNESCO, 2024)

3. ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ คือ การยกระดับสมรรถนะของครูและบุคลากรทางการศึกษาถือเป็นหัวใจสำคัญในการลดความเสี่ยงจากการถูกทดแทนด้วยระบบอัตโนมัติ (OECD, 2023) สถานศึกษาต้องมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะดิจิทัลให้สอดคล้องกับนโยบายระดับชาติและทิศทางโลกอนาคต เช่น การพัฒนาตามกรอบสมรรถนะดิจิทัล 3 ระดับ 7 ขั้น DC1-DC7 และทักษะภาษาอังกฤษ CEFR ควบคู่ไปกับการพัฒนาตามกรอบสมรรถนะด้าน AI ของ UNESCO เพื่อให้บุคลากรสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการจัดการเรียนรู้ได้อย่างลึกซึ้ง และก้าวสู่การเป็นผู้สร้างนวัตกรรมทางการศึกษา (วีรยุทธ ยืนยาว, 2568; สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2567; UNESCO, 2024)

4. ด้านกระบวนการและวัฒนธรรม คือ การนำเทคโนโลยีมาใช้จะไม่ประสบผลสำเร็จหากปราศจากสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวย สถานศึกษาต้องสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพ ปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานให้มีความยืดหยุ่น และสร้างความพึงพอใจในการปฏิบัติงานให้แก่บุคลากร (วีรยุทธ ยืนยาว, 2568; ปิยวัน เครือนาค และคณะ, 2568; เรวัต สมบูรณ์ และคณะ, 2566) ยิ่งไปกว่านั้น ในยุคดิจิทัล สถานศึกษาต้องให้ความสำคัญสูงสุดกับการสร้างความเชื่อมั่นในการใช้เทคโนโลยี การปลูกฝังจริยธรรมดิจิทัล การคิดเชิงวิพากษ์ ตลอดจนการสร้างธรรมาภิบาลข้อมูลและความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ เพื่อเป็นเกราะป้องกันในการปฏิบัติงานอย่างยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2567; OECD, 2023; UNESCO, 2024)

จากการสังเคราะห์แนวทางและกระบวนการ ผู้เขียนได้สรุปสาระสำคัญของแนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์สำหรับองค์การทางการศึกษายุคดิจิทัล ดังที่ปรากฏในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์สำหรับองค์การทางการศึกษายุคดิจิทัล

นักวิชาการ	องค์ประกอบ			
	ด้านกลยุทธ์และเป้าหมาย	**ด้านเทคโนโลยีและข้อมูล**	**ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์**	**ด้านกระบวนการและวัฒนธรรม**
เรวัต สมบูรณ์ และคณะ (2566)	นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาเป็นฐานในการกำหนดนโยบายและแผนงานกำลังคน	ใช้สื่อดิจิทัลในการสรรหาและนำระบบสารสนเทศที่ทันสมัยมาอำนวยความสะดวก	มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการปฏิบัติงาน	ปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานให้มีความยืดหยุ่นและสร้างความพึงพอใจ
สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2567)	ขับเคลื่อนสถานศึกษาสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัลและองค์การสมรรถนะสูง	ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลและเชื่อมโยงการทำงานด้วยระบบฐานข้อมูลกลาง	พัฒนาครูตามกรอบสมรรถนะดิจิทัล DC1-DC7 และทักษะภาษาอังกฤษ CEFR	สร้างธรรมาภิบาลข้อมูลและความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์
วีรยุทธ ยืนยาว (2568)	เชื่อมโยงการบริหารคนเข้ากับกลยุทธ์ระยะยาวของสถานศึกษา	ใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์และการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบการตัดสินใจเชิงบริหาร	พัฒนาสมรรถนะดิจิทัลให้สอดคล้องกับนโยบายและทิศทางโลกอนาคต	สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพ
ปิยวัน เครือนาค และคณะ (2568)	วิเคราะห์บริบทและปรับโครงสร้างการบริหารให้มีความยืดหยุ่น	นำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาประยุกต์ใช้เพื่อลดช่องว่างทางดิจิทัล	เสริมสร้างและยกระดับความสามารถด้านดิจิทัลให้แก่ครูและบุคลากร	สร้างสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการเรียนรู้ยุคใหม่
OECD (2023)	กำหนดวิสัยทัศน์มุ่งสร้างระบบนิเวศการศึกษาดิจิทัล	ให้ความสำคัญกับโครงสร้างพื้นฐานข้อมูลที่ทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ	เตรียมความพร้อมทักษะแห่งอนาคตเพื่อลดความเสี่ยงจากการถูกทดแทนด้วยระบบอัตโนมัติ	สร้างความเชื่อมั่นในการปฏิบัติงานบนพื้นที่ดิจิทัลและส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต
UNESCO (2024)	กำหนดกลยุทธ์การบริหารและการใช้เทคโนโลยีที่มีมนุษย์เป็นศูนย์กลาง	ประยุกต์ใช้เครื่องมือปัญญาประดิษฐ์เพื่อสนับสนุนการสอนและการแก้ปัญหา	พัฒนาครูตามกรอบสมรรถนะด้าน AI	ปลูกฝังจริยธรรมดิจิทัล การคิดเชิงวิพากษ์และความตระหนักรู้ต่อสังคม

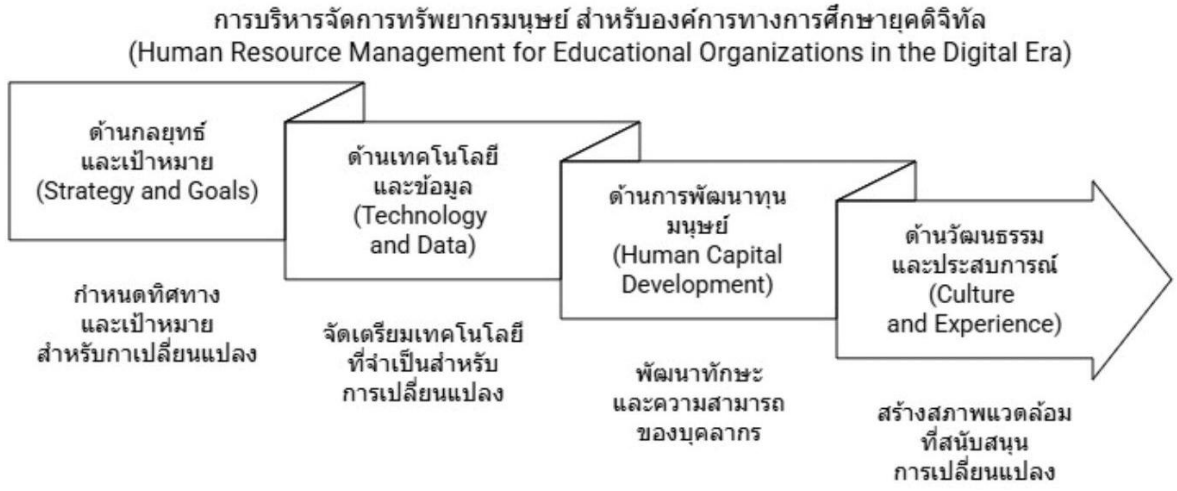
จากแนวทางของนักวิชาการในตารางที่ 1 พบว่า นักวิชาการแต่ละท่านได้นำเสนอ องค์ประกอบในการบริหารการศึกษาแบบเดิมที่มีความรายละเอียดแตกต่างกัน โดยทุกแนวทางต่างชี้ให้เห็นว่าการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ในองค์การทางการศึกษายุคดิจิทัลไม่สามารถดำเนินได้อย่างมีประสิทธิผลหากขับเคลื่อนเพียงด้านใดด้านหนึ่งแบบแยกส่วน ซึ่งเกี่ยวข้องกับทฤษฎีภาวะผู้นำทางการศึกษา แสดงให้เห็นว่าผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลจำเป็นต้องเปลี่ยนจากเดิมการเป็นผู้บริหารทรัพยากร ไปสู่การเป็นผู้สร้างระบบนิเวศ ที่สามารถบูรณาการกลยุทธ์ เทคโนโลยี ทุนมนุษย์ และวัฒนธรรมองค์การให้ขับเคลื่อนซึ่งกันและกันได้อย่างเป็นระบบ ซึ่งแตกต่างจากกรอบ Transformational Leadership ที่มักมุ่งเน้น

การเปลี่ยนแปลง ผ่านตัวผู้นำเป็นหลัก (Bass & Riggio, 2006) และขยายไปสู่การเป็นผู้นำเชิงระบบ ที่สามารถออกแบบโครงสร้างและสภาพแวดล้อมให้บุคลากรสามารถแสดงศักยภาพของตนเองได้อย่างยั่งยืน

บทสรุป

บทความนี้ได้นำเสนอแนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์สำหรับองค์การทางการศึกษายุคดิจิทัล ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมสามารถสรุปได้ว่า การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ในสถานศึกษาที่ผ่านมามักถูกจำกัดบทบาทอยู่เพียงการจัดการงานประจำวันเชิงธุรการ และมักมีความเข้าใจผิดว่าการปรับตัวสู่ดิจิทัลคือการเพียงแค่จัดหาเทคโนโลยีมาทดแทนแรงงานมนุษย์ ซึ่งรูปแบบการบริหารที่แยกส่วนและล้าหลังดังกล่าว ไม่สามารถตอบสนองต่อพลวัตการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลัน และการก้าวสู่สังคมอัจฉริยะได้อีกต่อไป การบูรณาการเทคโนโลยีเข้ากับการบริหารคน จึงมิใช่เพียงการอำนวยความสะดวก แต่เป็นการพลิกโฉม บทบาทของผู้บริหารจากการมองสถานศึกษาเป็นเพียงพื้นที่จัดการเรียนการสอน ไปสู่การเป็นองค์การเชิงยุทธศาสตร์ที่มีชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับมุมมองของ OECD (2023) และ UNESCO (2024) ที่ชี้ให้เห็นว่า เทคโนโลยี ปัญญาประดิษฐ์ และมนุษย์ ต้องถูกนำมาทำงานร่วมกันในลักษณะระบบนิเวศอัจฉริยะ เพื่อยกระดับประสิทธิภาพขององค์การ

จากแนวทางของนักวิชาการ โดยวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบทั้งในแง่จุดร่วมและจุดที่แตกต่างกันตามบริบทการศึกษาและกรอบนโยบายของแต่ละแนวทาง ทุกแนวทางต่างชี้ตรงกันว่าองค์ประกอบด้านกลยุทธ์และเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ หากปราศจากการพัฒนาทุนมนุษย์และวัฒนธรรมองค์การที่รองรับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นข้อจำกัดของแนวคิด New Public Management ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพเชิงระบบโดยละเลยด้านการพัฒนาบุคคล (Hood, 1991) ชี้ว่าการบริหารสถานศึกษายุคดิจิทัลต้องก้าวพ้นกรอบคิดดังกล่าว และมีแนวทางที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีเป็นหลัก เช่น เรวัต สมบูรณ์ และคณะ (2566) และ OECD (2023) เมื่อนำมาวิเคราะห์ร่วมกับแนวทางที่มุ่งเน้นด้านมนุษย์และจริยธรรม เช่น UNESCO (2024) และสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2567) พบว่า มีความสัมพันธ์ส่งเสริมกัน ไม่ใช่ด้านใดด้านหนึ่ง นำไปสู่ข้อสรุปว่า การเปลี่ยนผ่านสู่องค์การสมรรถนะสูงในบริบทการศึกษาไทยต้องขับเคลื่อนผ่าน 4 กลไกที่มีลำดับการพึ่งพาและเชื่อมโยงกันเป็นระบบ โดยมีกลยุทธ์เป็นตัวกำหนดทิศทาง เทคโนโลยีเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่ทำให้กลยุทธ์เกิดขึ้นได้จริง การพัฒนาทุนมนุษย์เป็นกลไกแปลงเทคโนโลยีให้กลายเป็นคุณค่าทางการศึกษา และวัฒนธรรมองค์การเป็นสภาพแวดล้อมที่กำหนดว่าการเปลี่ยนแปลงทั้งสามมิติแรกจะดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนหรือล้มเหลว ดังที่ปรากฏในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์สำหรับองค์การทางการศึกษายุคดิจิทัล
ที่มา: สังเคราะห์โดยผู้เขียน

เอกสารอ้างอิง

กิติพิเชษฐ์ ธูปบูชา, สิทธิพร เขาอุ่น, และ สุรพงษ์ วิริยะ. (2566). แนวทางการพัฒนาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในยุค AI. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 9*(3), 271–284.

ชุติรัตน์ กาญจนธนชัย. (2562). *ตัวบ่งชี้ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน*. (ศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย).

ปิยวัน เครือนาค, วิรัตน์ มณีพฤกษ์ และ ภูมิภควัธจ์ ภูมพงศ์คชศร. (2568). แนวทางการบริหารการเปลี่ยนแปลงช่องว่างทางดิจิทัลในสถานศึกษาเอกชน. *วารสารส่งเสริมและพัฒนาวิชาการสมัยใหม่, 3*(2), 1-16.

ปุณณิฐฐา มาเชค. (2564). การพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาในยุค Thailand 4.0. *Journal of Information and Learning, 32*(3), 83–91.

พิมพ์ลภัส จิตต์ธรรม. (2567). นวัตกรรมการบริหารและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์การภาครัฐสู่ยุคดิจิทัล. *วารสารบัณฑิตศึกษาวิชาการ, 2*(1), 10-19.

เรวัต สมบูรณ์, ชวนคิด มะเสนะ และ นเรศ ขันธะรี. (2566). รูปแบบการบริหารทรัพยากรบุคคลยุคดิจิทัลในโรงเรียนเอกชน. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์, 12*(2), R-262-275.

วีรยุทธ ยืนยาว. (2568). การบริหารงานบุคคลเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล. ใน *รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 8* (น. 562-569). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2567). *แนวทางการพัฒนาสมรรถนะดิจิทัล (Digital Competency) สำหรับครูและบุคลากรทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ.

Apriyanto, S., Anum, A., & Farhan, R. N. (2025). Educational Human Resource Management Strategies in the Digital Era. *International Journal Corner of Educational Research, 4*(1), 1-9.

Chakamanont, S., & Thabmali, P. (2025). Guidelines For Enhancing Thai Teachers'artificial Intelligence Literacy in the Digital Age. *Journal of Education and Innovation, 27*(1), 186-201.

Hood, C. (1991). A public management for all seasons?. *Public administration, 69*(1), 3-19.

Ketolainen, N. (2018). *Digitalization of human resources–The transformation journey into automated and data-driven service organization*. (Master of Business Administration, Haaga-Helia University of Applied Sciences).

Mitchell, B., & Gamlem, C. (2017). *The big book of HR*. Massachusetts: Red Wheel/Weiser.

OECD. (2018). *The Future of Social Protection: What works for non-standard workers?*. Paris: OECD Publishing.

_____. (2023). *Shaping Digital Education Ecosystems: Digital Education Outlook 2023*. Paris: OECD Publishing.

Teachme Biz. (2022). *Digital HR Transformation with SMAC Model*. Retrieved from https://teachme-biz.com/blog/digital-hr/.

UNESCO. (2024). *AI competency framework for teachers. UNESCO Digital Library*. Retrieved from https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000390559.